

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>



iletişim çalışmalarına giriş

john fiske
Çeviren: süleyman irvan



İletişim Çalışmalarına Giriş

John Fiske Halen Madison, Wisconsin Üniversitesi'nde iletişim profesörü olarak çalışan Fiske, 1970'li yıllarda İngiltere Birmingham'daki *Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi* bünyesinde akademik çalışmalarına başladı. İletişim, medya ve kültürel araştırmalar konusunda uzmanlaşan Fiske, uzun bir süre Amerika ve Avustralya'daki çeşitli üniversitelerde dersler verdi. Ayrıca Routledge Yayınevi'nin *Kültür ve İletişim Araştırmaları* dizisinin genel editörlüğünü üstlendi.

Başlıca kitapları şunlardır: *Reading Television* (1978, Televizyonu Okumak –John Hartley ile birlikte); *Introduction to Communication Studies* (1982, –Birinci basım–İletişim Çalışmalarına Giriş); *Television Culture* (1987, Televizyon Kültürü); *Myths of Oz – Reading Australian Popular Culture* (1988, Oz Mitleri –Avustralya Popüler Kültürünü Okumak –Bob Hodge ve Graeme Turner ile birlikte); *Reading the Popular* (1989, Popüler Olanı Okumak); *Understanding Popular Culture* (1989, [Popüler Kültürü Anlamak, çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark, 1999]); *Power Plays, Power Works* (1993, İktidar Oynar, Erk İşler); *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* (1994, İletişim ve Kültürel Çalışmalarda Anahtar Kavramlar –T. O' Sullivan, J. Hartley vd. ile birlikte); *Media Matters: Everyday Culture and Political Change* (1994, Medya Sorunları: Gündelik Kültür ve Siyasal Değişim).



Introduction to Communication Studies

John Fiske

Çeviren: Süleyman İrvan

yayıma hazırlayan: Erkan Uzun

kapak tasarımı: Mustafa Okan

baskı: Ajans Türk

ISBN 975-7298-52-2

© Routledge, 1990

©Akcalı Ajans aracılığıyla Bilim ve Sanat

birinci basım: Ark, Ankara, 1996

ikinci basım: Bilim ve Sanat, Ankara, 2003

Bilim ve Sanat Yayınları

Konur Sokak No: 11/A Kızılay 06650, Ankara

Tel: (0312) 4175901 Fax: (0312) 4193508

bilgi@bilimvesanat.com

Ücretsiz PDF Kitap Arsivi - <https://rantey.org>

İletişim Çalışmalarına Giriş

John Fiske

çeviren
Süleyman İrvan



Bilim ve Sanat

Kaynakçabılgısı:

**John Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*,
çev.: Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat,
Ankara, 2003, 245 sayfa.**

İÇİNDEKİLER

Yazarın Notu	13
GİRİŞ: İLETİŞİM NEDİR?	15
1. BÖLÜM: İLETİŞİM KURAMI	21
Kökenleri	21
Shannon ve Weaver modeli (1949)	22
Tekrar ve belirsizlik	26
Kanal, araç, kod	35
Geribesleme	39
Daha ileri çalışmalar için öneriler	41
2. BÖLÜM: DİĞER MODELLER	43
Gerbner modeli (1956)	43
Lasswell modeli (1948)	51
Newcomb modeli (1953)	51
Westley ve MacLean modeli (1957)	53
Jakobson modeli (1960)	56
Modeller ve modelleştirme	59
Daha ileri çalışmalar için öneriler	59
3. BÖLÜM: İLETİŞİM, ANLAM VE GÖSTERGELER	61
Göstergebilim	62
Göstergeler ve anlam	63
Gösterge kategorileri	70
Uzlaşım	80
Göstergelerin düzenlenmesi	82
Daha ileri çalışmalar için öneriler	86

4.	BÖLÜM: KODLAR	91
	Kodlar: temel kavramlar.....	91
	Benzeşik ve sayısal kodlar	92
	Sunumsal kodlar.....	94
	Sözsüz iletişim	94
	Gelişkin ve kısıtlı kodlar	98
	Geniş alan yayıncılığı ve dar alan yayıncılığı kodları	102
	Kodlar ve ortaklaşım	106
	Uzlaşım ve kullanım.....	106
	Nedensiz kodlar (ya da mantıksal kodlar).....	108
	Estetik kodlar.....	110
	Daha ileri çalışmalar için öneriler	112
5.	BÖLÜM: ANLAMLANDIRMA	115
	Düzanlam	116
	Yananlam.....	116
	Mit.....	118
	Simgeler.....	123
	Eğretileme.....	123
	Düzdeğişmece	127
	Daha ileri çalışmalar için öneriler	131
6.	BÖLÜM: GÖSTERGEBİLİMSEL YÖNTEMLER VE UYGULAMALARI	135
	"Bir Keder Önce": şiirsel eğretileme	135
	Makama: görsel eğretileme.....	137
	Notting Hill: gerçekçi düzdeğişmece.....	139
	Daha ileri çalışmalar için öneriler	149
7.	BÖLÜM: YAPISALCI KURAM VE UYGULAMALARI	151
	Kategorileştirme ve ikili karşıtlıklar	152
	Kuraldışı kategoriler.....	154
	Yapılanmış yineleme.....	155
	Sınırlardaki ritüeller	156
	Doğa ve kültür.....	158
	Mitin yapısı	160
	Kitle kültürünün yapısı	162

Uygulama 1: "The Searchers"	162
Uygulama 2: "Weekly World News"	166
Mit ve toplumsal değerler	170
Daha ileri çalışmalar için eriler	172
 8. BÖLÜM: GÖRGÜL YÖNTEMLER.....	175
Görgülcülük	175
İçerik özömlemesi	176
İçerik özömlemesi ve kültürel değerler	187
Anlamsal ayrıştırma	187
Kullanımlar ve doyumlar kuramı.....	194
İzleyici etnografileri.....	202
Daha ileri çalışmalar için eriler	209
 9. BÖLÜM: İDEOLOJİ VE ANLAMLAR.....	211
Anlamlandırma ve kültür	211
İdeoloji.....	212
Göstergeler: ideoloji: anlamlar.....	214
İdeolojiyi anlamak.....	221
İdeolojik özömleme.....	227
Dirençler.....	233
Daha ileri çalışmalar için eriler	236
 SONUÇ	239
KAYNAKÇA	241

NATASHA'YA
her şey için

MATTHEW ve LUCY'YE
*1980 yılının soğuk ve
yağmurlu yazı boyunca
gürüllü patırtı yapmadıkları için*

TEŞEKKÜR

Bu kitaba birçok kişi doğrudan ya da dolaylı olarak katkı yaptı. Ama ilk teşekkürü Wales Polytechnic Üniversitesi'nde İletişim Çalışmaları dersini alan lisans öğrencilerime ayırıyorum: sizler benim düşüncelerimi değiştirdiniz, geliştirdiniz ve keskinleştirdiniz. Kendinize ait düşünceler ürettiniz ve kullandığım jargonla dalga geçtiniz.

Meslektaşlarıma hem çok değerli yorumları için hem de daha önemlisi fikirlerin gelişimini kolaylaştıran bir ortam sağladıkları için teşekkür borçluyum.

Batı Avustralya Teknoloji Enstitüsü'nden Ray Bailey ve Brian Dibble, ayrıca Perth ile Richard Dimpleby ve arkadaşları çok değerli katkılar yaptılar.

Fotoğraflar için Viv Coles ve daktilo için de Jenny Griffiths'e çok teşekkür ediyorum: sizin somut katkılarınız çok gerekliydi.

Ve nihayet hafta sonlarını ve tatillerini bu kitabın yazılmasına göre düzenleyen aileme teşekkür ediyorum.

Ayrıca, kitapta yer alan fotoğrafları ve şekilleri kullanmama izin veren aşağıdaki yayıncılara da teşekkür etmek istiyorum: levha 1a ve 1b için Syndication International; şekil 2 için University of Illinois Press; levha 4 için *The Guardian*, John Kent ve Paul Raymond Publications; levha 6 için *Punch*; şekil 7, 8 ve 9 için B. Westley, M. MacLean ve *Journalism Quarterly*; levha 7 için Hutchinsons; levha 8 için Gallaher Ltd.; levha 9 için Cockman Thompson

Wilding and Co.; levha 10 için Pasta Foods Limited; levha 11a ve 11b için *The Observer*; levha 12 için *The Sunday Times*; levha 14, 15a ve 15b için BBC; levha 17 için İngiliz Turist Kurulu; levha 18 için Eve Arnold; şekil 26 için G. Gerbner ile Amerikan Siyasal ve Sosyal Bilimler Demegi. Yayın haklarını ellerinde bulunduranlarla ilişkiye geçmek için her çaba gösterildi. Gösterdiğimiz çabalara karşın ilişki kuramadıklarımızdan özür dileriz.

J. F.

YAZARIN NOTU

Kitabı okuma stratejileri

1'den 5'e kadar olan bölümler, iletişim çalışmalarında kullanılan temel modelleri, kuramları ve kavramları okura tanıtmaktadır. Yeri geldikçe, bu konuları *temel kavram(lar)* ve *diğer içerimler* başlıkları altında ele aldım. Konuyla ilgili kısa ve genel bir girişı yeterli gören okurlar yalnızca temel kavramlar bölümlerini okumakla yetinebilirler. Daha ileri düzeyde bilgi edinmek isteyenleri de diğer içerimler bölümleri beklemektedir. İletişim konusuna "süreç okuluyla" başlamayı uygun gören öğretim elemanları ilk olarak 1. ve 2. bölümü ve ardından da 4. ve 8. bölümü işleyebilirler. Ardından da göstergebilim okulunun çalışmalarına geçebilirler. Ancak ben çoğu okurun kitabı yazıldığı sıra ile okuyacağını umuyorum: bu düzen, başlangıç çalışmalarına hem denge hem de derinlik katacaktır.

Daha ileri çalışmalar ve okumalar için öneriler

Her bölümün sonunda tartışma, makale yazma ya da pratik yapma konuları önerdim. Bunlar okurun bölümde verilen bilgileri daha iyi anlamasını sağlamak için düzenlendi. Okurlar bu önerileri çok yeterli bulmayabilirler ve eminim pratik yapmak için daha iyilerini bulacaklardır.

Ayrıca ileri okuma parçaları da önerdim. Bu kaynakları okumak çok zorunlu değil. Burada verilen bilgiler yeterli olabilir. Ancak farklı kaynakları okumak her zaman yararlıdır. Alandaki literatüre seçmeci biçimde yer verdim ve kendimi halen piyasada rahat bulunabilen kitaplarla sınırlamaya çalıştım. Kaynakçama dahil etmediğim kitaplar da dahil ettiklerim kadar yararlı olabilirler: bir kitabı kaynakçaya almamak, kesinlikle kitap hakkında olumsuz bir değer yargısının göstergesi olarak görülmemelidir.

GİRİŞ: İLETİŞİM NEDİR?

İletişim herkesin bildiği ancak çok az kişinin doyurucu biçimde tanımlayabildiği bir insan etkinliğidir. İletişim yüzyüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir: listeye sonsuz sayıda ekleme yapılabilir. Akademisyenlerin yüz yüze geldiği sorunlardan birisi şudur: Biz, "çalışma konusu" terimini insani iletişim gibi çok çeşitli ve çok yönlü bir alana uygulayabilir miyiz? Örneğin, yüz ifadeleri ile ilgili araştırmaları edebi eleştiri ile bağıntılandırmak için bir umut ışığı söz konusu mudur? Böyle bir çabaya bile girmeye değer mi?

Bu tür soruların gerisinde yatan kuşklar, iletişimin, sözcüğün normal akademik anlamı ile bir çalışma konusu değil, çok disiplinli bir çalışma alanı olduğu biçiminde bir görüşe yol açabilir. Bu görüş, psikolog ve sosyologların iletişimsel insan davranışı hakkında bize söyleyeceklerinin, edebiyat eleştirmenlerinin söyleyecekleriyle çok az ilgisinin bulunduğunu önerebilecektir.

İletişim çalışmalarının doğası hakkındaki bu anlaşma eksikliği zorunlu olarak bu kitaba da yansımaktadır. Benim burada yapmaya çalıştığımı, kitabı aşağıdaki varsayımlar üzerinde temellendirerek varolan karışıklığa bir parça uyum kazandırmaktır:

İletişimin araştırmaya elverişli olduğunu, ancak kapsamlı bir araştırmaya için çok sayıda disipliner yaklaşıma gereksinim duyulduğunu düşünüyorum.

Her tür iletişimin göstergeler ve kodlar içerdiğini düşünüyorum. Göstergeler, kendilerinden başka bir şeye gönderme yapan eylemler ya da yapılarıdır, yani anlamlandırma yapılarıdır. Kodlar, içinde göstergelerin düzenlendiği ve göstergelerin birbirleri ile nasıl ilişkilendirilebileceğini belirleyen sistemlerdir.

Dahası, bu gösterge ve kodların başkalarına aktarıldığını ya da başkaları için hazır hale getirildiğini de düşünüyorum: Göstergeleri/kodları/iletişimi aktarma ya da alma, bir toplumsal ilişkiler pratiğidir.

İletişimin, kültürümüzün yaşamının merkezinde yer aldığını düşünüyorum: onsuz herhangi bir kültür ölmek zorundadır. Dolayısıyla, iletişim araştırmaları, kendisi ile bütünleştiği kültür araştırmalarını da içerir.

Bu varsayımların temelinde yatan, iletişimin "iletiler aracılığı ile toplumsal etkileşim" biçimindeki genel bir tanımıdır.

Kitabın yapısı, iletişim araştırmalarında iki temel okul bulunduğu gerçeğini yansıtmaktadır. Birinci okul iletişimi *iletilerin aktarılması* olarak görür. Gönderici ve alıcıların nasıl kodlama yaptığı ve koda geçtiği, aktarıcılarının iletişim kanallarını ve araçlarını nasıl kullandığı ile ilgilenir. Etkililik ve doğruluk gibi konularla ilgilenir. İletişimi, bir kişinin diğerinin davranışını ya da zihinsel durumunu etkileme süreci olarak görür. Eğer etki niyet edilenden farklı ya da daha az biçimde gerçekleşmişse bu okul iletişimin başarısızlığa uğradığını söyleme ve süreçte başarısızlığın ortaya çıktığı aşamaları arayıp bulma eğilimindedir. Kolaylık açısından bunu "süreç" okulu olarak niteleyeceğim.

İkinci okul iletişimi *anlamların üretimi ve değişimi* olarak görür. Anlamların üretilmesinde iletilerin, ya da metinlerin, insanlarla nasıl etkileştiği ile ilgilenir; yani, metinlerin kültürümüz içindeki rolü üzerinde durur. Anlam üretme gibi terimler kullanır ve yanlış anlamaları iletişim başarısızlığının mutlak bir kanıtı olarak nitelemeyiz – yanlış anlamalar bu okula göre gönderici ve alıcı arasındaki kültürel farklılıklardan kaynaklanabilir. Bu okul için iletişim araştırması, metin ve kültür araştırmasıdır. Temel araştırma yöntemi göstergebilidir (göstergeler ve anlamlar bilimi) ve ben bu okulu nitelemek için göstergebilin etiketini kullanacağım.

Süreç okulu toplum bilimlerinden, özellikle sosyoloji ve psikolojiden, yararlanma ve kendisini iletişim *eylemlerine* adama eğilimindedir. Göstergebilim okulu dilbilimden ve güzel sanatlardan yararlanma ve kendisini iletişim *ürünlerine* adama eğilimindedir.

Her iki okul da bizim iletişimi, iletiler aracılığıyla toplumsal etkileşim biçimindeki tanımlamamızı kendisine göre yorumlar. İlki toplumsal etkileşimi, bir kişinin kendisini diğerleri ile ilişkilendirme ya da diğerlerinin davranışlarını, zihinsel durumunu veya duygusal tepkilerini etkileme süreci olarak tanımlar. Elbette bu süreç tersine de işlemektedir. Bu tanımlama, terimin yaygın, gündelik kullanımına yakın düşmektedir. Göstergebilim ise toplumsal etkileşimi, bireyi belirli bir kültürün ya da toplumun bir üyesi olarak inşa eden etkileşim biçimi olarak tanımlar. Batılı, sanayileşmiş toplumun bir üyesi olduğumu biliyorum, çünkü birçok kimlik kaynağından yalnızca birini göstermek gerekirse, Shakespeare'e ya da *Coronation Streete* (bir televizyon dizisi, ç.n.) kendi kültürümün diğer üyeleri gibi aşağı yukarı aynı biçimde tepki gösteriyorum. Yine örneğin, bir Sovyet eleştirmenin *Kral Lear*'i toplumun temeli olarak görülen Batılı aile idealine yıkıcı bir saldırı olarak okuduğunu ya da *Coronation Street*'i Batı'nın işçileri nasıl yerinde tuttuğunu gösteren bir örnek olarak verdiğini duyarsam kültürel farklılıkların farkına varıyorum. Her iki okuma biçimi de olasıdır, ancak benim söylemek istediğim, kültürümün tipik bir üyesi olarak bu okumaların bana ait olmadığıdır. *Coronation Streete* daha normal biçimde tepki gösterirken, kültürümün diğer üyeleriyle ortak yön-lülüğümü ifade ediyorum. Yine aynı biçimde, belli tür rock müzik-ten hoşlanan gençler de bir altkültürün üyeleri olarak kendi kimliklerini ifade etmektedirler ve dolaylı bir biçimde olsa da, kendi toplumlarının diğer üyeleri ile etkileşmektedirler.

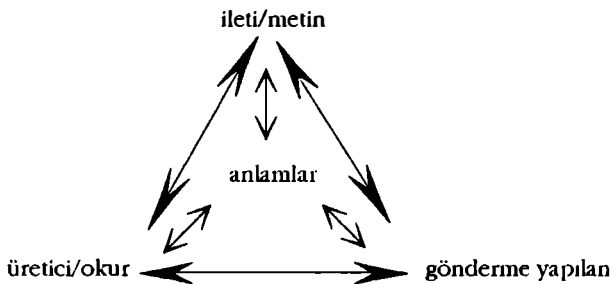
İki okul ayrıca, neyin ileti olduğu konusundaki anlayışlarında da ayrılırlar. Süreç okulu bir iletiyi iletişim sürecinde aktarılan şey olarak görür. Bu okulun görüşlerini paylaşılanlar neyin ileti olduğunu belirlemede niyetin önemli bir etmen olduğuna inanırlar. Şöyle ki, kulak mememi çekmem, önceden düzenlenmiş bir sinyal olmadıkça mezatçıya gönderilen bir ileti sayılmayacaktır. Göndericinin niyeti açıklanmış ya da açıklanmamış, bilinçli ya da bilinçsiz olabilir, ama çözünlemeyle açığa çıkarılabilir olmalıdır. İleti, göndericinin herhangi bir araç yardımıyla ortaya koyduğu şeydir.

Diğer yanda, göstergebilimci için ileti, alıcılarla etkileşerek anlamlar üreten göstergelerin bir inşasıdır. İleti aktarıcısı olarak tanımlanan gönderici önemini kaybeder. Vurgu metine ve metnin nasıl "okunduğuna" kayar. Ve okuma, okurun metinle etkileşim içine girdiği ya da metni müzakere ettiği an ortaya çıkan anlamları keşfetme sürecidir. Bu müzakere, okurun kendi kültürel deneyimlerini metni oluşturan kodlar ve göstergelerle ilişkilendirmek için ortaya koyduğunda gerçekleşir. Müzakere aynı zamanda, metnin ne hakkında olduğuna ilişkin ortak anlayışı da içerir. Bu ortak anlayışın, bu dünya görüşünün ne kadar önemli olduğunu kavrayabilmemiz için, okurlarıyla aynı anlayışı paylaşan farklı gazetelerin aynı olayı nasıl farklı biçimlerde aktardığına bakmamız yeterlidir. Böylece, farklı toplumsal deneyimlere sahip olan ya da farklı kültürlerden gelen okurlar aynı metinde farklı anlamlar bulabilirler. Daha önce de söylediğimiz gibi, bu durum iletişim başansızlığının mutlak bir kanıtı değildir.

Öyleyse ileti, A'dan B'ye gönderilen bir şey değil, dışsal gerçeklik ve üretici/okur gibi öğeleri de içeren yapılanmış bir ilişki içindeki bir öğedir. Bu yapılanmış ilişkide aynı konumu işgal ettikleri için, metni üretme ve okuma, özdeş değilse bile paralel süreçler olarak görülürler. Biz bu yapıyı, içinde her bir okun sürekli etkileşimi temsil ettiği bir üçgen biçiminde modelleştirebiliriz. Yapı durağan değil, dinamik bir pratiktir (Bakınız şekil 1).

Bu kitapta, her iki okulun da otorite olarak kabul edilen uzmanlarını okurlara tanıtmaya çalıştım. Aynı zamanda, bir okulun, diğerinin zayıflıklarını ve gediklerini nasıl aydınlatabildiğini ya da telafi edebildiğini; ya da tam tersine nerede birbirlerinin boğazlarına sarıldıklarını, nerede birbirlerini yalanladıklarını ya da diğerinin altını oyduklarını da göstermeye çalıştım. Okurların kendi değerlendirmelerinde kesinlikle eleştirel bir tavır takınmalarını arzuluyorum; yani, araştırma özneleri kadar yöntemlerden de eleştirel bir gözle haberdar olmalarını ve iletişimi niçin kendi tercihleri doğrultusunda araştırdıklarını bilmelerini arzuluyorum.

Sonuç olarak, okurun, sorunun özünü kavrayabilmesi için her iki okuldan da yararlanması gerektiğine inanıyorum. Bu kitapta yer alan çalışmaların neler olduğunu bilmek arzusunda olan okurlar, kitabın planıyla ilgili aşağıdaki açıklamaları yararlı bulabilirler.



Şekil 1: *İletiler ve anlamlar*

Kitabın planı

Birinci ve ikinci bölüm, süreç okulu tarafından ortaya konan iletişim modellerinin başlıcalarını tartışmaktadır. Ardından üçüncü bölüm, göstergeler ve anlamın rollerini tartışmaya geçer; bu bölüm göstergebilimin kuramsal temelini ortaya koyar. Dördüncü bölümde dikkatimizi, içinde göstergelerin düzenlendiği kodlara çeviriyoruz. Her iki okul da kodlarla ilgilenmektedir: süreç okulu kodları, kodlama ve kodaçma araçları olarak görürken, göstergebilim anlam sistemleri olarak görmektedir. Göstergebilim kuramı ile ilgili çalışmamız, göstergelerin bir kültür içindeki anlamlandırılma biçimlerini araştırdığımız beşinci bölümde daha da geliştirilmektedir. Altıncı ve sekizinci bölümler pratik uygulamalara ayrılmıştır: altıncı bölüm göstergebilimsel çözümlemenin gösterimine, sekizinci bölüm de izleyici ve içerik çözümlemesi ile ilgili görgül araştırma örneklerine yer vermiştir. Bu araştırmalar süreç okulunun üyeleri tarafından gerçekleştirilmiştir. Yedinci bölüm yapısalcılığın bazı temel kavramlarını tanıtır ve bu kavramların nasıl uygulanabileceğini gösterir. Dokuzuncu bölüm göstergebilimin en son ve en soyut ilgi alanına, anlam üretmede ideolojinin rolüne, yer vermektedir.

Bu plan içinde iki okulu karşılaştırmak için her fırsattan yararlanmaya çalıştım; göstergebilimle ilgili bölümlerde süreç okulunun yorumlarına ve süreç okuluyla ilgili bölümlerde de göstergebilim okulunun yorumlarına yer verdiğim için özür dilemeyeceğim, çünkü bu, iki okulu görüş alanına getirmenin en iyi yoludur.

1. BÖLÜM

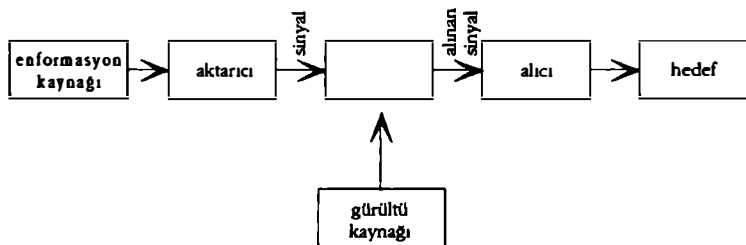
İLETİŞİM KURAMI

Kökenleri

Shannon ve Weaver'ın *Matematiksel İletişim Kuramı* (1949; Weaver 1949b), yaygın biçimde, içinden İletişim Araştırmalarının gelişip serptildiği temel kaynaklardan birisi olarak kabul edilir. Bu model, iletişimi iletilerin aktarımı olarak gören süreç okulunun belirgin bir örneğidir.

Onların çalışmaları, İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Bell Telefon Laboratuvarları'nda gelişti ve temel ilgi alanları, iletişim kanallarını en verimli biçimde kullanacak yolları ortaya koymaktı. Onlar için temel kanallar telefon kabloları ve radyo dalgalarıydı. Verili bir kanalda en çok miktardaki enformasyonu nasıl gönderebilecekleri ve enformasyon taşıyacak herhangi bir kanalın kapasitesini nasıl ölçebilecekleri sorusuna yanıt bulmalarına olanak sağlayan bir kuram geliştirdiler. Kanal ve kanal kapasitesi üzerindeki bu yoğunlaşma, onların mühendislik ve matematiksel özgeçmişlerine uygun düşmektedir, ancak onlar kendi kuramlarının insan iletişiminin her boyutuna kolaylıkla uygulanabileceğini ileri sürerler.

Shannon ve Weaver'ın temel modeli iletişimi basit bir doğrusal süreç olarak ele alır. Modelin basitliği, türevlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlarken, doğrusal, süreç-merkezli doğası eleştirilere neden olmuştur. Ancak modelin içerimlerine değinmeden ve değerlendirmeye geçmeden önce, modele (şekil 2) göz atmak zorundayız. Model ilk bakışta oldukça anlaşılır görünmektedir. Modelin basitliğinin ve doğrusallığının aşıkâr nitelikleri açıkça kendini göstermektedir. Süreçte adı geçen öğelere daha sonra döneceğiz.



Şekil 2: Shannon ve Weaver'ın iletişim modeli.

Shannon ve Weaver, iletişim araştırmalarında üç sorun düzeyinden söz etmektedirler. Bunlar:

A Düzeyi (teknik sorunlar)	İletişim simgeleri ne kadar kusursuz biçimde aktarılabilmektedirler?
B Düzeyi (anlamsal sorunlar)	Aktarılan simgeler istenen anlamları ne kadar kesinlikte iletebilmektedirler?
C Düzeyi (etkililik sorunları)	Alınan anlamlar, davranışı arzu edilen yönde ne ölçüde etkileyebilmektedirler?

A düzeyindeki teknik sorunlar anlaşılması en kolay olanlardır ve model aslında bu sorunları çözmek üzere geliştirilmiştir.

Anlamsal sorunların da belirlenmesi kolaydır, ancak çözümü daha zordur ve alanı, sözcüklerin anlamlarından bir Amerikan haber görüntüsünün bir Rus için ne ifade ettiğine kadar uzanır. Shannon ve Weaver, anlamın iletide içerildiğini düşünürler: dolaşısıyla, kodlama sürecinin geliştirilmesi, anlamsal doğruluğu artıracaktır. Ancak burada, modelin tanımlamadığı kültürel etmenler de söz konusudur: anlam ileti içinde olduğu kadar kültür içindedir.

Etkililik sorunları ilk bakışta Shannon ve Weaver'ın iletişimi, yönlendirme ve propaganda olarak gördüklerini ima ediyor gibi görünmektedir: B, A'nın arzuladığı biçimde yanıt verdiğinde, A etkin biçimde B ile iletişim kurmuştur. Zaten kendileri de bu eleştiriye açık kapı bırakmaktadırlar ve bu eleştiriyi, bir sanat yapıtına estetik ya da duygusal tepkinin de iletişimin bir *etkisi* olduğunu ileri sürerek güç bela savuşturmaktadırlar.

Onlar bu üç düzeyin su geçirmez biçimde birbirlerinden ayrı değil, birbirleriyle ilişkili ve birbirlerine bağımlı olduğunu, dahası kendi modellerinin, A düzeyindeki kökenine karşın, her üç düzeyde de eşit biçimde işlediğini ileri sürerler. Bu düzeylerin hepsinde ve her birinde iletişimi araştırmanın gerekçesi, sürecin *doğruluğunu* ve *etkililiğini* nasıl artırabileceğimizi anlamaya çalışmaktır.

Şimdi yeniden modele dönelim. *Kaynak*, karar alıcı olarak görülmektedir; yani, hangi iletinin gönderileceğine kaynak karar verir ya da olası iletiler dizgesi içinden birini seçer. Seçilen bu ileti *aktarıcı* tarafından, *kanal* aracılığıyla alıcıya gönderilen bir *sinyale* dönüştürülür. Bir telefon için, kanal kablodur, sinyal kablo içindeki elektrik akımıdır, aktarıcı ve alıcı telefon ahizeleridir. Sohbette ağız aktarıcıdır, sinyal havadaki kanal aracılığı ile (havasız bir boşlukta sizinle konuşmam) aktarılan ses dalgalandır ve sizin kulağınız da alıcıdır.

Açıkça görülebileceği gibi, modeldeki bazı kısımlar birden çok işlev görebilir. Örneğin telefon iletisinde, ağız o sırada bir alıcı durumundaki ahizeye bir sinyal aktarır ve bendeki ahize sizin ahizenize sinyali göndermek için anında aktarıcı haline gelir. Sizin ahizeniz de sinyali alır almaz hava aracılığı ile kulağınıza aktarır. Daha sonra değineceğimiz Gerbner Modeli, sürecin belli aşamalarındaki çifte işlevler konusuna daha doyurucu biçimde eğilmektedir.

Modelde anlamı çok açık olmayan terimlerden birisi gürültüdür. Gürültü, kaynağın isteği dışında aktarıcı ile alıcı arasındaki sinyale eklenen her şeydir. Bu, sesin bozulması, telefon kablosundaki hışırtı, radyo sinyalindeki parazit ya da televizyon ekranındaki "karlanma" olabilir. Tüm bunlar kanal içinde ortaya çıkan gürültü örnekleridir ve A düzeyinde görülen bu gürültüler Shannon ve Weaver'ın temel uğraşı kaynaklarıdır. Ancak gürültü kavramı, kaynak tarafından aktarılmadığı halde alınan tüm sinyalleri ya da niyet edilen sinyalin doğru biçimde yeniden kodlanmasını güçleştiren her şey anlamına gelecek biçimde genişletilmiştir. Nitekim, bir konferansta rahat olmayan bir sandalye gürültü kaynağı olabilir – iletileri yalnızca gözlerimiz ve kulaklarımız aracılığı ile almıyoruz. Konuşmacının sözcüklerinden daha ilginç olan düşünceler de bir gürültüdür.

Shannon ve Weaver, A düzeyindeki gürültü kavramının, B düzeyindeki sorunlarla başa çıkabilmek için genişletilmeye gereksinimi olduğunu kabul ederler. Anlamsal gürültüyü (B düzeyi) mekanik gürültüden (A düzeyi) ayırırlar ve "anlamsal alıcı" adını verdikleri bir kutunun mekanik alıcı ve hedef arasına yerleştirilmesi gerekebileceğini önerirler. Anlamsal gürültü, iletişim sürecinde ortaya çıkan ve kaynak tarafından niyet edilmeyen ancak hedefin iletiyi alımını etkileyen anlam bozulmaları biçiminde tanımlanmaktadır.

İster kanaldan, ister izleyiciden, ister göndericiden ya da iletinin kendisinden kaynaklansın, gürültü daima göndericinin niyetinde bozulmaya neden olur ve dolayısıyla verili bir anda, verili bir konumda gönderilebilecek arzu edilen enformasyon miktarını sınırlar. Shannon ve Weaver, gürültünün neden olduğu sorunları aşabilmek için diğer bazı temel kavramlara da eğilmek zorunda kalmışlardır.

Enformasyon: temel kavram

Shannon ve Weaver, A, B ve C düzeylerinin hepsiyle ilgilendiklerini ileri sürmelerine karşın, çalışmalarını gerçekte A düzeyinde yoğunlaştırmışlardır. Enformasyon terimini bu düzeyde özel,

teknik bir anlamda kullanmaktadırlar ve bu terimi anlayabilmek için gündelik dildeki anlamını zihnimizden silmek zorundayız.

A düzeyinde sözü edilen enformasyon, sinyalin kestirilebilirlik ölçüsüdür, yani göndericisine açık olan seçeneklerin sayısıdır. Sinyalin içeriği ile hiçbir ilişkisi yoktur. Biliyoruz ki, sinyal bir iletinin fiziksel biçimidir – havadaki ses dalgaları, ışık dalgaları, elektrik akımı, dokunma gibi. Dolayısıyla, iki sinyalden oluşan bir şifrem olabilir – bir el fenerinin bir kez ya da iki kez yanması. Bu sinyallerde içerilen *enformasyon* eşdeğerdir –yüzde elli kestirilebilirlik. Bu, işaretlerin gerçekte ne anlama geldiğine bakmadan söylenebilir – tek parıltı "Evet", iki parıltı "Hayır" anlamına gelebilir ya da tek parıltı Eski Ahit'in tümünü, iki parıltı Yeni Ahit'i niteleyebilir. Bu durumda, "Evet" Eski Ahit kadar enformasyon miktarını içinde barındırır. İngilizcedeki "u" harfi "q" harfini izlediğinde hiç enformasyon içermez çünkü tümüyle kestirilebilir.

Enformasyon: diğer içerimler

Enformasyonu ölçmek için "bit" (enformasyon kısıntısı, ç.n.) birimini kullanabiliriz. "Bit" sözcüğü "binary digit" (ikili sayılar) teriminin sıkıştırılmış halidir ve uygulamada Evet/Hayır seçeneği anlamına gelir. Bu ikili seçenekler, ya da ikili karşıtlıklar, bilgisayar dilinin temelidirler ve birçok psikolog beyinlerimizin de aynı biçimde çalıştığını ileri sürmektedir. Örneğin, bir kişinin yaşını tahmin etmek istediğimizde ikili seçeneklerle bir dizi işlem yaparız: genç mi, yaşlı mı; eğer genç ise, ergenlik çağında mı değil mi; eğer ergenlik çağına ulaşmamışsa, ilkökul çağında mı, ilkökul öncesi çağda mı; okul çağı öncesinde ise, yürümeye başlamış mı, bebek mi. Yanıt bebektir. Buradaki ikili seçenekler sistemi içinde "bebek" sözcüğü beş bilgi kısıntısı içermektedir, çünkü yol boyunca beş tercih yaptık. Elbette bu noktada kolayca B düzeyine kaydık çünkü bunlar yalnızca basit sinyaller değil, aynı zamanda anlamsal kategoriler ya da anlam kategorileridirler. B düzeyindeki "enformasyon" terimi, normalde kullandığımız anlamına çok daha yakındır. Dolayısıyla, birisi genç dediğimizde yalnızca bir parça enformasyon kısıntısı veririz, yani o yaşlı değildir. *Eğer* o bir bebektir dersek ve *eğer* yukarıda detaylandırdığımız sınıflama sistemini kullanırsak, beş parça enformasyon kısıntısı vermiş oluruz.

Bu, B düzeyinde kullanılan "enformasyon" kavramı ile ilgili bir sorundur. Anlamsal sistemler, A düzeyinde söz edilen sinyal sistemleri kadar kesin tanımlanmamışlardır ve dolayısıyla enformasyonun sayısal ölçümü daha güçtür, kimilerine göre ise gereksizdir. Bir harfin (örneğin A düzeyindeki sinyal sisteminin bir parçası olarak) beş enformasyon kırıntısı içerdiğine şüphe yoktur. (Alfabenin ilk yarısında mı yoksa ikinci yarısında mı olduğunu sorun, sonra söylenilen kısmın birinci ya da ikinci yarısında mı olduğunu sorun ve böylece devam edin. Beş soru ya da ikili seçenekler alfabadeki herhangi bir harfi teşhis etmenizi mümkün kılacaktır). Ancak, anlamı benzer biçimde ölçme olasılığı konusunda ciddi endişeler söz konusudur.

Shannon ve Weaver'ın mühendislik ve matematiksel özgeçmişleri vurgularında açıkça görülmektedir. Bir telefon sisteminin düzenlenmesinde kritik etmen, sistemin taşıyabileceği sinyal miktarıdır. İnsanların gerçekte *ne* konuştuklarının önemi yoktur. Bununla beraber, bizim yanıtlamamız gereken soru, mekanikle ilgili bir konuda geliştirilmiş olan bir kuramın iletişimin daha genelde araştırılmasında ne kadar kullanışlı olduğudur. Anlamı ve enformasyonu sayısal olarak ölçmenin değeri hakkındaki şüphelere karşın, enformasyon miktarını hazır olan seçeneklerin sayısıyla ilişkilendirmek önemli bir adımdır ve bu, kitabın daha sonraki bölümlerinde göreceğimiz gibi, dilbilimci ve göstergebilimcilerin dilin doğası ile ilgili olarak ortaya koydukları düşüncelere benzenmektedir. Kestirilebilirlik ve seçenek kavramları iletişimi anlamada yaşımsal önem taşımaktadırlar.

Tekrar (redundancy) ve belirsizlik (entropy)

Tekrar: temel kavramlar

Tekrar, "enformasyon"la yakından ilişkili bir kavramdır. Tekrar, bir iletideki kestirilebilirlik ve sıradanlıktır. Tekrarın karşıtı *belirsizliktir*. Tekrar yüksek kestirilebilirliğin, belirsizlik ise düşük kestirilebilirliğin bir sonucudur. Bu nedenle, kestirilebilirliği düşük olan bir iletinin belirsiz ve enformasyonu yüksek olduğu söylenebilir. Tersine, yüksek kestirilebilirliği olan bir ileti gerekenden fazla tekrar içerir ve verdiği enformasyon da azdır. Eğer sokakta bir

arkadaşıma rastlar ve "merhaba" dersem, oldukça kestirilebilir, oldukça sık tekrarlanan bir ileti göndermiş olurum.

Ancak zamanımı ve çabamı boşa harcamış sayılmam. İletişimin yabancıları olan birinin terimi yetersiz bilgi anlamına gelecek biçimde kullanması yanıltıcıdır. Tekrar, iletişimde yalnızca yararlı değil, mutlak anlamda yaşamsaldır da. Kuramsal açıdan, iletişim tekrar olmadan da gerçekleşebilir, ancak uygulamada tekrar olmadan gerçekleşen iletişim yok denecek kadar azdır. Belli bir tekrar derecesi uygulamadaki iletişim için gereklidir. İngilizce yüzde elli oranında tekrar sözcüklerine sahiptir. Yani, kullandığımız sözcüklerin yarısını attığımızda bile hala anlaşılabilir iletiler aktarabilen bir dile sahip olabiliriz demektir.

Tekrar: diğer içerimler

Öyleyse tekrarın ne yararı vardır? Tekrar iki temel işlevi yerine getirir: birincisi teknik bir işlevdir ve bu işlev Shannon ve Weaver tarafından oldukça iyi bir biçimde tanımlanmıştır; ikinci işlev bu kavramı toplumsal boyuta taşır.

Teknik bir yardımcı olarak tekrar

Shannon ve Weaver, tekrarın, yeniden kodlamanın doğru bir biçimde yapılmasına nasıl yardım ettiğini ve yanlışları belirlememizde nasıl bir kontrol işlevi gördüğünü gösterirler. Bir imla hatasının farkına yalnızca dildeki tekrarlar varabilirim. Tekrar olmayan bir dilde, bir harfin değişmesi sözcüğün değişmesi anlamına gelecektir. İngilizcedeki "Comming" sözcüğü, "coming" (gelmek) sözcüğünden farklı anlama gelecektir ve siz birinci sözcükte bir imla hatası olduğunu söyleyemeyeceksiniz. Bağlam elbette yardımcı olur. Yardım ettiği sürece bağlam bir tekrar kaynağı olacaktır. Doğal bir dilde sözcükler aynı derecede olası değildir. Eğer, "Yaz mevsimi....."dersem, "geliyor" sözcüğünün "bir pencere camıdır" tanımlanmasından daha olası olduğu ve böylece daha fazla tekrar içeren bir bağlam yaratıyorum demektir. Elbette bir şair ya da yeni pencereler için bir reklamcı, "Yaz bir pencere camıdır" diye yazabilir ancak bu, dilin oldukça belirsizlik dolu bir kullanımıdır.

Aldığımız bir iletinin doğruluğunu, olası diğer iletilere göre

daima kontrol ederiz; ve neyin olası olduğu, kodlar, bağlamalar ve ileti türleri ile ilgili deneyimlerimizce, diğeri bir deyişle, uzlaşmalar ve kullanımlarla ilgili deneyimlerimizce belirlenmektedir. Uzlaşım (convention). önemli bir tekrar ve kolay kodaçımı kaynağıdır. Uzlaşımın kullanımının dışına çıkan bir yazar kolayca anlaşılmayı istemiyor demektir: okurlarıyla kolay iletişim kurmayı arzulayan yazarlar bildik uzlaşmaları kullanırlar. Uzlaşım ve tekrarlar ilgili bu konuya daha sonra döneceğiz.

Tekrar aynı zamanda gürültülü bir iletişim kanalının yetersizliklerini ortadan kaldırmaya da yardım eder. Bozuk bir telefon hatında söylediklerimizi yineleriz; radyo ya da telefonda sözcükleri hecelerken örneğin elmanın E'si, şekerin Ş'si deriz. Diğeri iletilerle rekabet etmek zorunda olan (yani, gürültülü bir kanal kullanmakta olan) bir reklamcı, ilimizi çekmek için basit, tekrara dayalı, kestirilebilir bir iletiyi seçecektir. Örneğin, bir uzmanlık dergisinde vereceği reklamlarla tüm dikkatimizi çekebileceğini düşünen bir reklamcı, daha çok enformasyon içeren ve oldukça belirsiz bir ileti oluşturabilir.

Tekrarı artırmak, belirsizlik taşıyan bir iletiyi aktarmada ortaya çıkan sorunları ortadan kaldırabilir. Tümöyle umulmadık ya da beklenilenin tam karşısı olan bir ileti, sıklıkla farklı biçimlerde birden çok tekrar edilmeyi gerektirir. Ya da özel bir hazırlığı gerektirir: "Şimdi size bir sürprizim var, hiç ummadığınız bir şey..."

Tekrar ayrıca, izleyiciye ilişkin sorunların çözümüne de yardımcı olur. Daha geniş, ayrışık bir izleyici kitlesine ulaşmak istiyorsak, yüksek düzeyde tekrara dayalı bir ileti oluşturmamızdır. Diğeri yandan, küçük, türdeş ve özel bir izleyici grubuna daha belirsizlik taşıyan bir iletiyle ulaşılabilir. Nitekim, popüler sanat yüksek sanattan daha çok tekrar içerir. Bir sabun reklamında, bir bilgisayar reklamından daha çok tekrar vardır.

Kanal seçimi, iletideki tekrar gereksinimini etkileyebilir. Konuşma edimi yazma ediminden daha çok tekrarı gerektirir, çünkü dinleyici kendi kendine tekrar yapamazken, okur aynı metni iki defa okuyarak tekrar yapabilir.

Dolayısıyla, tekrarın birinci işlevi uygulamadaki iletişim sorunlarını çözmeye yardımcı oluşuyla ilgilidir. Bu sorunlar, doğruluk ve hata bulmayla, kanal ve gürültüyle, iletinin ya da izleyicinin doğası ile ilişkilendirilebilirler.

Bir kavram olarak belirsizliğin, ortalama iletişim öğrencisi için daha az değeri vardır, çünkü belirsizlik bir iletişim sorunu oluşturur. Tekrar ise iletişimi geliştinmenin bir aracıdır. Ancak belirsizliğin en iyi tanımı, en yüksek düzeyde kestirilemezliktir. A düzeyindeki belirsizlik, gönderilecek sinyalle ilgili seçeneklerin sayısının miktarı ve bu seçeneklerin rastlantısalılığıdır. Eğer bir deste oyun kağıdındaki tüm kartları tek tek göstererek kartların ne olduğunu anlatmaya çalışırsan, deste tümüyle kanştırılmış ise her kağıdın kimliği en yüksek belirsizliği taşıyacaktır. Eğer kartları belli bir sistemle sıralarsam, her sinyal en yüksek tekrarı taşıyacaktır çünkü iletiyi alan, oyun kağıtlarının düzenlenme biçimini ya da yapısını öğrenebilir.

Tekrar ve uzlaşım

Bir iletiyi, paylaşılan kalıplara, ya da uzlaşımına göre yapılandırmak, belirsizliği azaltmanın ve tekrarı artırmanın yollarından birisidir. Bir malzeme üzerine estetik bir kalıp ya da yapı uygulamak da tam olarak aynı şeyi yapar. Ritmik şiir, tekrar edilebilir ve dolayısıyla kestirilebilir ölçü ve uyak kalıpları yerleştirilerek, belirsizliği azaltır ve dolayısıyla tekrarı artırır.

Shall I compare thee to a summer's day?
Thou art more lovely and more temperate:
Rough winds do shake the darling buds of...

Seni bir yaz günüyle karşılaştırabilir miyim?
Sen daha sevimli ve daha mutedilsin:
Sert rüzgarlar sevimli tomurcuklarını sarsarlar.

Sonedeki uzlaşım ya da biçim, A düzeyinde, sona gelecek sözcüğün tek heceli ve "day" (gün) sözcüğü ile uyaklı olması gerektiğini belirlemektedir. Sinyalin seçimi sınırlanmıştır. Burada tekrarı artıran bir diğer uzlaşım, sözdizimidir (*syntax*). Sözdizimi, olanı seçenekleri daha da sınırlamaktadır – bu bir isim olacaktır. Sözcüğün yalnızca biçime uymasını değil, anlamlı olmasını da uındu-

gumuz B düzeyinde, seçeneğimizi daha da sınırlandırırız. Bu sözcük ne "hay" (saman), ne de "way" (yol) olabilir. Shakespeare'in seçtiği "May" (bahar) hemen hemen tümüyle tekrar içeren bir sözcüktür. Ayrıca tümüyle doğru ve estetik açıdan doyurucu görünmektedir. Tekrar, bir sanat ürününün yapısı ya da biçimi tarafından sağlanan doyumun önemli bir parçasıdır.

Bir sanat ürünü ne kadar popüler ve ne kadar erişilebilir ise, biçim ve içeriğinde de o kadar tekrar bulunacaktır. Geleneksel halk türküleri ya da bir televizyon dizisi bu konuda açık örnekler sunar. Öyleyse bu savdan yola çıkarak yüksek sanatın hem A düzeyinde (biçim), hem de B düzeyinde (içerik) zorunlu olarak daha belirsiz olduğu söylenebilir mi? Her ne kadar iletişim kuramı bizim, buradaki önemli etmenin "düzey derecesi" değil, sanat ürününün daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilmesi olduğu sonucunu çıkarmamızı gerekli görüyorsa da bu kesinlikle mümkündür. Diğer bir deyişle, popüler hale gelmiş yüksek sanat ürünleri bulunabilir, ancak bunlar genelde uzlaşım sal ürünlerdir. Popüler yüksek sanat ürünleri olarak Jane Austen ya da Beethoven'in ürünlerini göz önüne alın.

Sanat ürünleri bağlamında belirsizlik ya da tekrara dayalı oluşu açıklamaya çalışırken, durağan ya da değişmeyen bir şeyle karşı karşıya olmadığımızı unutmamalıyız. Bir sanat biçimi ya da tarzı, varolan uzlaşım sal yıkabilir ve dolayısıyla halihazır izleyicilerine belirsiz gelebilir, ancak zamanla kendi uzlaşım salını oluşturabilir ve bu uzlaşım sal daha geniş kitleler tarafından öğrenildikçe ve benimsendikçe tekrara dayalılığını artırabilir. İzlenimci resim tarzı başlangıçta izleyiciden kabul görmemişti, oysa günümüzde bu sanatın çikolota kutularında ve takvim yapraklarında yer alması iyi bir örnek oluşturur.

İletisine tekrarlar ekleyen bir kodlayıcı ki bu bir sanatçı, vaiz ya da siyasetçi olabilir, çoğunlukla izleyici merkezlidir. Bunlar iletişime girmeye önem vermektedirler. İletişime girmeye önem vermeyen kişi, kendi çalışma konusu ya da (eğer bir sanatçı ise) biçimiyle daha çok ilgilenmektedir. Bu yüzden tekrar, temelde iletişimin etkililiği ve iletişim sorunlarının ortadan kaldırılması ile ilişkilidir.

Bu kavramın, yukarıda söz edilen bağlamla ilişkisine karşın farklı bir işlev görebilen bir uzantısı olduğunu söylemiştim. Sokakta "merhaba" demek, oldukça tekrar içeren bir ileti göndermektir. Burada çözülmesi gereken hiçbir iletişim sorunu yoktur. Gürültü yoktur; belirsiz bir içerik oluşturmak istemiyorum; izleyici iletiyi kolayca alıyor. Burada, Jakobson'un (aşağıda bakınız) söylediği *ilişki amaçlı iletişim*de (phatic communication) bulunuyorum. Bu terimle Jakobson, yeni hiçbir şey içermeyen, hiçbir enformasyona yer vermeyen iletişim eylemlerine gönderme yapmaktadır, ancak varolan kanalların bu biçimde kullanımının nedeni kanalları açık ve kullanılabilir tutmaktır. Gerçekte yapılan elbette yalnızca bu değildir. "Merhaba" demekle yaptığını şey, varolan bir ilişkiyi sürdürmek ve güçlendirmektir. İlişkiler yalnızca sürekli iletişim aracılığıyla varlığını sürdürebilirler. "Merhaba" ilişkiyi değiştirmeyebilir ya da geliştirmeyebilir, ancak "merhaba" dememek kesinlikle ilişkiyi zayıflatır.

Sosyal psikologlar, kendi varlığımızın farkedilme, tanınma ve kabul edilme gereksinimi anlamına gelen ben-dürtüsünden (*ego-drive*) söz ederler. Karşınızdakine baktığınız halde "merhaba" dememeniz, bu gereksinimi engellemeniz anlamına gelir. "Merhaba" demem toplumsal açıdan zorunludur. İlişkileri sürdürerek ve yeniden onaylayarak gerçekleştirilen ilişki amaçlı iletişim, bir topluluğu ya da bir toplumu bir arada tutmada son derece önemlidir. Ve ilişki amaçlı iletişim oldukça yüksek tekrar içerir; öyle de olmalıdır, çünkü yeni bilgilerden çok varolan ilişkilerle ilgilidir. Kişilerarası ilişkilerdeki selamlaşma gibi uzlaşım sal davranışlar ve sözcükler, toplumsal ilişkileri yeniden onaylayan ve güçlendiren ilişki amaçlı, tekrara dayalı iletişimdir. Biz buna nezaket diyoruz.

Bu, tekrarın iki işlevi arasındaki benzerliklere işaret eder. İlişki amaçlı iletişime giren nazik kişi, kendi çalışması arasına tekrarlar yerleştiren iletişimci gibi izleyici ya da alıcı merkezlidir. Uzlaşım sözcüğünün hem nazik kişinin davranışına hem de popüler sanatçının biçimine gönderme yapması bir rastlantı değildir.

Bu benzerliği daha da ileri götürebiliriz. Halk türküsü gibi oldukça uzlaşım sal bir sanat türü ilişki amaçlı bir işlev yerine getirir. Hiçbir şey, bir halk türküsündeki nakarattan daha çok tekrara da-

yalı olamaz, ama biz bu türküyü söylemekle belli bir gruba ya da altkültüre aidiyetimizi yeniden onaylamış oluruz. Gerçekten de altkültürler tümüyle olmasa bile kısmen sanattaki ortak beğenile-riyle tanımlanırlar. Toplumumuzdaki gençlik altkültürleri hoşlan-dıkları müzik ya da yaptıkları dans türleri ile tanımlanırlar. Müzik ve dans uzlaşımıdır: paylaşılan uzlaşımlar sevenlerini bir altkültür içinde birarada tutar. Diğer müzik ya da dans biçimleri kabul gören uzlaşımlardan uzaklaştıkları ölçüde dışlanırlar. Yani, bir gruba üyeliği onaylayan ya da belirleyen şey, müziğin ya da dansın uzlaşım, tekrara dayalı boyutlarının kullanımıdır. Bireysel farklı-laşmalar yalnızca uzlaşımların sınırları içinde kalma koşulu ile söz konusudur – ya da belirsizlik dolu özgün öğeler yalnızca biçim tekrarı içinde kabul edilebilir.

Toplumsal davranışı iletilerin biçimine bağlamamıza yardım eden tekrar kavramıyla ilgili diğer bir örnek, avangard (öncü), uzlaşım, olmayan, belirsizlik dolu sanatın genel alımlanmasında görülebilir. İzleyiciler sanatçının sanatsal uzlaşımın yıkılmasından rahatsızlık duyarlar, tıpkı aynı sanatçının kendilerine kaba davranması halinde rahatsızlık duyacakları gibi. İzlenimcilerin özgün alımlaması ya da *Godot'u Beklerken*'in ilk gösterimleri bunun tipik örnekleridir.

Eğer Shannon ve Weaver modelinin diğer boyutlarından çok, tekrar üzerinde daha uzun durduysam bunun nedeni, tekrar olanın en verimli kavramlarından birisi olarak gördüğüm içindir. Bu kavramın insan iletişimine eşsiz boyutlar kattığına inanıyorum, çünkü iletişim sürecinin görünürde çok farklı öğelerini birbirleriyle ilintilendirmemize olanak sağlamaktadır.

Çözümleme

Bu savı sınamamıza izin verin. 1a'daki fotoğrafa bakınız. Belirsiz mi tekrara dayalı mı buluyorsunuz? Biçim açısından tekrar dayalıdır, çünkü bir fotoğraf makinesinin yakaladığı sıcak bir eylem anı ile ilgili sıradan bir haber fotoğrafına benzemektedir.

Ancak fotoğrafın *içeriğine* yakından bir bakış biraz daha temkinli davranmamızı gerektirmektedir. İyi giyinmiş genç bir kadına (kadın siyah olsa bile) saldıran bir polis çembereğine çok sık rastlamayız. Uzlaşım, açıdan, polislerimizi saldırganlar olarak değil,



Levha 1a: "Gerçeğin Aynası"?

yasa ve düzeni *koruyanlar* olarak düşünürüz. Fotoğrafları kodaçmak görüldüğü kadar kolay değildir ve genelde farklı okumalara açıktırlar: bu fotoğrafın olası bir okuma biçimine göre polisler saldıranlar, siyahlar da kurbanlardır. Eğer gönderilmek istenen ileti buysa, tipik bir *Daily Mirror* okuyucusu için oldukça belirsiz bir iletidir – belki de kentlerdeki bazı siyahlar için oldukça tekrar içeren bir ileti.

Daily Mirror gazetesi, fotoğrafın dramatik etkisinin birinci sayfaya konacak kadar büyük olduğuna karar verdiğinde, kuşkusuz belirsizliği azaltmak ve tekrarı artırmak için de bazı şeyler yapmalıydı. Diğer bir deyişle, polislerin fotoğraftaki imgesini polislerle ilgili uzlaşım sal düşüncelerimize uygun hale getirmeliydiler. *Daily Mirror*'un bir kitle gazetesi oluşundan dolayı haberlerinin oldukça kestirilebilir, oldukça tekrar içeren biçimde olacağını unutmamak gerekir. Bu yüzden, yazı işleri müdürünün yaptığı şey, bu fotoğrafı bir diğeri ile dengelemek ve etrafını sözcüklerle kuşatmaktır (levha 1b).

Haber başlıkları, bizleri, kimlerin saldırgan, kimlerin kurban olduğu konusundaki uzlaşım sal düşüncelere doğru iterler. "ÇATIŞMA", saldırı dengesinin en azından eşit olduğu izlenimini vermek-

DAILY Mirror

Tuesday, March 3, 1968

12p

**Demo
blacks
clash
with
London
police**



VICTIM: A policeman is helped to safety.

VIOLENCE breaks out as thousands of angry blacks marched through London yesterday.

The demonstrators were protesting at police handling of their participation in a riot in which 11 black people died.

Chaos broke out as the demonstrators dashed into the City.

A 50-strong breakaway group attacked shops, wrecked cars and smashed windows.

In Fleet Street, the windows of a jeweller's were smashed in

By JORDAN ROBERTSON

and scores of vehicles smashed. Many thousands of black demonstrators were injured as the riot broke out in the streets of London.

The violence spread to the West End, where rioters with clubs and stones smashed shop windows and wrecked cars.

The march to Hyde Park and eventually from New Cross, Flashpoint—Page 5, The Spoilers—Centre Pages.

South London, where the rioters set out to march at 10 p.m.

Among the estimated 15,000 demonstrators were police officers as far as New Cross, Mile End and Bow.

Later one black leader said: "I shall urge black boys to stay calm, but the police don't need to be hard."

Shops and buildings were damaged and wounded, and police were injured. But it should never have happened.



FLARE UP: Police and marchers clash at flashpoint of the "peaceful" demo that went wrong. Pictures: ALISDAIR MACDONALD

CONFRONTATION

Levha 1b: *Daily Mirror*

tedir. "Siyah göstericiler Londra polisiyle çatıştı" başlığı, tıpkı yaralanmış polis fotoğrafı gibi dengeyi siyahlar aleyhine bozmaktadır. Yazı işleri müdürü özgün fotoğrafa, uzlaşımsal tutum ve inançlara uygun bir bağlam yaratmıştır. (8. bölümde bu savı destekleyen bir izleyici anketinin sonuçlarına yer verdim). Yazı işleri müdürü ha-

bere daha yüksek derecede tekrar ögesi dahil etmiştir. Burada her iki tekrar türünü de görebiliriz: Teknik düzeyde, bağlam, fotoğrafı daha kolayca kodaçmamızı sağlamaktadır, özellikle ilk bakışta. Toplumsal ilişkiler düzeyinde ise toplumsal bağları pekiştirdiğini görebiliriz. Bu, bizim (okuyucuların) aynı tutumları, aynı toplumsal anlamları paylaşan bir topluluk olduğumuzu gösterir. Biz şeyleri aynı biçimde görürüz. Bu bizim diğerleriyle olan toplumsal bağlarımızı, dünya görüşümüzün doğruluğu hakkındaki düşüncelerimizi pekiştirir.

Tekrar genelde statüko yanlısı ve değişim karşıtı bir güçtür. Belirsizlik belki de daha az rahatlatıcı, daha harekete geçirici, daha şaşırtıcıdır, ancak onu etkili biçimde aktarmak daha güçtür.

Kanal, Araç, Kod

Temel kavramlar

Modelde, üzerinde henüz yorum yapmadığımız iki önemli kavram daha vardır: bunlar *kanal* ve *kod*'dur. Biz bunları ancak ve ancak bir sözcükle, Shannon ve Weaver'in kullanmadığı ama daha sonraki otoritelerin yararlı bulduğu bir sözcükle, ilişkileri açısından yeterli biçimde tanımlayabiliriz. Bu sözcük *araç*'tır (medium).

Kanal

Kanal, üç kavram arasında tanımlanması en kolay olanıdır. Basitçe söylemek gerekirse, sinyallerin aktarıldığı fiziksel araçlardır. Temel kanallar ışık dalgaları, ses dalgaları, radyo dalgaları, telefon kabloları, sinir sistemi ve benzerleridir.

Araç

Araç temelde, iletiyi kanal aracılığı ile aktarabilecek bir sinyale dönüştüren teknik ya da fiziksel bir nesnedir. Sesim bir araçtır; yayın teknolojisi radyo ve televizyon araçlarından oluşur. Bir aracın teknolojik ya da fiziksel donanımları, aracın kullanıldığı sunulan kanal ya da kanalların doğası tarafından belirlenir. Aracın bu donanımları, aracın aktarabileceği kodların miktarını belirler.

Araçları üç temel kategoriye ayırabiliriz:

1. Sunumsal (*presentational*) araçlar: ses, yüz, beden. Bu araçlar konuşulan sözcüklerin, ifadelerin, jest ve mimiklerin "doğal" dilini kullanırlar. İletişimcinin varlığını zorunlu kılarlar, çünkü araç kişidir; burada ve şimdi ile sınırlıdır ve iletişim *eylemleri* üretirler.

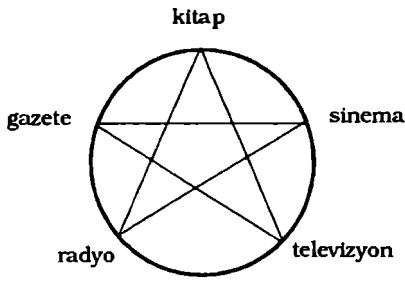
2. Temsili (*representational*) araçlar: kitaplar, resimler, fotoğraflar, yazılar, heykel, iç mimari, peyzaj v.b. Bir tür "metin" yaratmak için kültürel ve estetik uzlaşımları kullanan sayısız araç vardır. Bunlar temsildir, yaratıcıdır. Birinci kategorideki araçları kaydedebilen bir metin oluştururlar ve iletişimciden bağımsız olarak varolabilirler. Bu araçlar, iletişim *ürünleri* üretirler.

3. Mekanik araçlar: telefon, radyo, televizyon, teletext. Birinci ve ikinci kategoridekileri aktaran araçlardır. İkinci ve üçüncü kategori arasındaki temel farklılık, üçüncü kategorideki araçların mühendislik tarafından yaratılan kanalları kullanması ve bu yüzden daha büyük teknolojik sınırlamalara maruz kalması, ikinci kategoriye göre A düzeyindeki gürültüden daha fazla etkilenmesidir.

Ancak bu kategoriler birbirlerinin içine sızarlar ve zaman zaman bunları tek bir kategori haline getirmek yararlı olabilir. Sınıflandırmanın amacı farklılıkları ortaya koymaktır, ancak araçlar arasındaki farklılıklar kadar benzerlikleri de düşünmek önemlidir.

Araç: diğer içerimler

Araçların benzerlikleri ve farklılıklarını incelemede iyi bir örnek Katz, Gurevitch ve Hass'ın (1973) çalışmasıdır. Bu araştırmacılar dairesel bir modelle beş temel kitle iletişim aracı arasındaki karşılıklı ilişkileri açıklamışlardır (bakınız şekil 3). İnsanların niçin belli bir kitle iletişim aracını diğerlerine tercih ettiklerini bulmak için geniş ölçekli bir izleyici anketi kullanmışlardır. İnsanların gereksinimlerini ve bu gereksinimleri gidermek için belli bir araca yönelik nedenlerini araştırmışlardır. İnsanların verdikleri yanıtlar araştırmacılara iletişim araçlarını Şekil 3'teki gibi dairesel bir ilişki içinde düzenleme olanağı sağlamıştır. İzleyicilere göre, her iletişim aracı en çok kendi iki komşusuna benzemektedir ya da daha başka biçimde söylersek, eğer bir araca ulaşılamıyorsa, bu aracın işlevleri kendisine en yakın araçlar aracılığı ile yerine getirilebilmektedir.



Şekil 3: *Kitle İletişim Araçlarının ilişkileri*

İnsanlar toplumla bağlarını sürdürmek için gazete, radyo ve televizyon kullanma eğilimindeydiler, kitap ve filmleri ise bir süre de olsa gerçeklikten kaçış için kullanıyorlardı. İyi eğitim alanlar basılı iletişim araçları kullanırlarken, düşük seviyede eğitim alanlar elektronik ve görsel kitle iletişim araçlarına yönelme eğilimindeydiler. Kişinin kendisini anlamayı geliştirmede en çok kullanılan kitle iletişim aracı kitaptı.

Eğer kitle iletişim araçları aracılığıyla giderilmeye çalışılan temel gereksinimlere bakarsak ve bunları insanların tercih ettikleri iletişim araçları ile ilişkilendirirsek aşağıdaki gibi bir çizelge üretebiliriz (çizelge 1).

Kod: Temel kavramlar

Kod, bir kültür ya da altkültürün üyelerinin paylaştığı bir anlam sistemidir. Hem göstergelerden (kendileri dışında birşeyi nitelleyen fiziksel sinyaller) hem de bu göstergelerin hangi bağlamlarda ve nasıl kullanılacaklarını ve daha karmaşık ileteler oluşturmak için nasıl biraraya getirilebileceklerini belirleyen kurallar ya da uzlaşımardan oluşur. Kodların ait oldukları kültürle ilişkilendirilme ve bu kültür içinde gelişme biçimleri karmaşıktır. Dördüncü bölümde kodları biraz daha ayrıntılı biçimde işleyeceğiz. Burada terimi tanımlamaktan ve kodlar, kanallar ve iletişim araçları arasındaki temel ilişkiyi ortaya koymaktan öte birşey yapmayacağım.

En basiti, kodla *kanal* arasındaki ilişkidir. Açıkçası, kanalın fiziksel nitelikleri, aktarabileceği kodların doğasını belirler. Telefon

Gereksinimler	Gereksinimleri gidermede kitle iletişim aracı tercihi sıralaması				
	1.	2.	3.	4.	5.
A. Kişisel gereksinimler					
1. Kendini anlama	K	G	R	T	S
2. Eğlenme	S	T	K	R	G
3. Kaçış	K	S	T	R	G
B. Toplumsal gereksinimler					
1. Dünya hakkında bilgi edinme	G	R	T	K	S
2. *Öz-güven, kararlılık, öz-saygı	G	R	T	K	S
3. Aile bağlarını güçlendirme	T	S	R	G	K
4. Arkadaşlık bağlarını güçlendirme	S	T	G	R	K

*Bu gereksinim üç temel biçimde ifade edilmektedir: etkili biri olduğunu hissetme gereksinimi, başkalarının da benzer biçimde düşündüklerini hissetme gereksinimi ve başkalarıyla aynı arzulara sahip olduğunu hissetme gereksinimi.

Anablar: K=Kitap, S= Sinema, G= Gazete, R= Radyo, T= Televizyon

sözel dil ve dilötesi (*paralanguage*) (tonlama, vurgu, ses kodları v.b.) ile sınırlıdır. Halihazırda kodlanmış bir iletiyi belli bir kanalda aktarılabilir hale getirmek için bir yığın *ikincil kod* geliştirilmiştir. Sözel dilin birincil koduyla kodlanmış bir ileti çok çeşitli ikincil kodlara dönüştürülebilir –mors alfabesi, semafor, sağır ve dilsiz işaret dili, el yazısı, körler için kabartma harfler ve baskı. Tüm bu ikincil kodlar, kendi kanallarının fiziksel özellikleri ya da mekanik iletişim araçlarınınca belirlenmektedir.

İletişim aracı ve kod arasındaki ilişki o kadar açık değildir. Televizyon, görüntü ve ses kanallarını kullanan bir iletişim aracıdır. E. Buscombe (1975), "Match of the Day" (Günün Karşılaşmaları) gibi bir programın hem kanala-özü kodları hem de araca-özü kodları kullandığını söyler. Kanala-özü kodlar şunlardır:

görsel kanal - canlı yayın, stüdyo çekimleri ve grafikler;
sesli kanal - kaydedilmiş gürültüler, konuşmalar ve müzik.

Buscombe daha sonra görsel kanalda kullanılan araca-özü kodları çözümler. Bunlar, aydınlatma, renk, hız, tanımlama, çerçeveleme, kamera hareketi ve yerleştirimi ile kurgulama kodlarıdır. Aracın teknik sınırlılıkları her bir koda açık olası kullanım alanlarını belirlemekle birlikte, Buscombe, bu kodların gerçekteki kullanımının yayıncıların kültürü tarafından belirlendiğini gösterir.

Ancak, örneğin "giysiyi" bir araç olarak ele alırsak, kodlar ve araç arasında aynı yapımakta güçlük çekeriz. Farklı giysi kodlarından mı yoksa sadece aynı kodla gönderilen farklı iletilerden mi söz etmek daha yararlıdır? Askeri bir üniformadaki bir apolet ya da şerit'in resmen kabul edilmiş anlamı, bir kot takımının resmi olmayan biçimde benimsenmiş daha az kesin anlamından tür açısından olmasa bile derece açısından kesinlikle farklılaşmaktadır. İletişim aracı ve kod aynı sınırlara sahiptir, ancak bizim üzerinde durmamız gereken kod'dur, çünkü kod, aktarıldığı aracın anlamlı biçimde kullanımıdır. Tüm kültürler ve toplumlar elbise aracına sahiptirler (giysinin yokluğu ile tanımlanan çıplaklar da dahil): iletişim, aracın aktardığı kültürel kodlar aracılığı ile gerçekleşir.

Giysiler iletişimsel olmayan işleve de sahiptirler – yani korunma işlevi. Çoğu kültürel ürünler bu ikili işleve sahiptirler – fiziksel, teknolojik işlev ve iletişim işlevi. Evler, arabalar, mobilyalar ilk olarak teknolojik işlevleriyle ve ikinci olarak da, sahip oldukları modeller aracılığıyla ortaya konan iletişimsel işlevleri ile tanımlanırlar. Aracın sınırlılıkları teknolojiktir: kodlar bunlar içinde çalışır.

Geribesleme (feedback)

Temel kavramlar

Tıpkı araç gibi "geribesleme" de Shannon ve Weaver'ın kullanmadığı ancak daha sonraki araştırmacıların yararlı buldukları bir kavramdır. Geribesleme kısaca, alıcının tepkisinin göndericiye aktarımıdır. "Geribeslemeyi" vurgulayan modeller sibernetik yanlılı olan modellerdir.

Sibernetik, kontrol bilimidir. Sözcük, Yunanca "dümenci" söz-

cüğünden türetilmiştir ve sözcüğün kökeni bizim için iyi bir örnek oluşturur. Eğer dümenci iskeleye yanaşmak isterse, dümeni geminin sancak tarafına kırar. Ve ardından, dümeni sancak tarafına kıldığı ölçüde geminin baş tarafının iskele etrafında ne kadar uzaklıktan döndüğünü ve dümenin düzelip düzelmediğini izler. Gözleri geribeslemeyi – yani geminin baş tarafının dümeni ilk hareket ettirmesine verdiği tepkiyi – almasına olanak sağlar. Benzer biçimde, merkezi bir ısıtma sistemindeki termostat da buhar kazanına iletiler gönderir ve oda sıcaklığını ölçen termometreden iletiler alır. Bu geribesleme, kazanın çalışmasının odanın gereksinimlerine uygun olmasını sağlar. Aynı şey insan iletişimi için de geçerlidir. Geribesleme konuşmacının konuşmasını, izleyicilerin gereksinimlerine ve tepkilerine uygun hale getirmesini mümkün kılar. İyi konuşmacılar genelde geribeslemeye duyarlı kişilerdir; gururlu, otoriter kişiler ise geribeslemeyi hemen tümüyle görmezden gelirler.

Bazı iletişim kanalları geribeslemeyi güçleştirir. Etkileşimci radyolar ve telefonlar geri beslemenin bazı işlevlerini görebilen değişmeli aktarıma izin verirler, ancak buradaki geribesleme yüz yüze iletişim sırasında görülen eşanlı geribeslemeden farklı bir düzeydedir. Geribesleme temelde kanalların kullanıma açık oluşu tarafından belirlenir. Yüz yüze iletişimde geribeslemeyi sesimle aktarabilir ve eşanlı olarak gözlerimle alabilirim. Diğer bir etmen bu kanallara erişimdir. Mekanik iletişim araçları, özellikle kitle iletişim araçları, erişimi ve dolayısıyla geribeslemeyi sınırlandırır. Her ne kadar izleyici araştırmaları birini şirkete resmileştirilmiş bir geribesleme sistemi sağlamaya çalışıyorsa da, BBC'ye sürekli biçimde erişim sağlayamayız. Benzer biçimde, ders verdiğimde öğrencilerimin ses dalgaları kanalına erişimi sınırlıdır – konuşma zamanı açısından daha büyük bir paya sahip oldukları bir seminer dersindenkinden daha az geribesleme gönderirler.

Öyleyse geribesleme şu temel işleve sahiptir: İletişimcinin, iletisini alıcının gereksinimlerine ve tepkilerine uygun hale getirmesine yardımcı olur. Ayrıca bazı ikincil işlevlere de sahiptir. Belki de bunların en önemlisi, alıcının iletişime katıldığı duygusuna kapılmasına yardımcı olmasıdır. İletişimcinin tepkilerimizi hesaba katmasının farkına varmamız halinde, onun iletilerini benimsememiz daha olasıdır: tepkilerimizi gösterememe, çok fazla güdültüye

yol açan sınırlı bir hava oluşmasına neden olur ve sonuçta ileti tümüyle kaybolabilir. Her ne kadar geribesleme hedeften kaynağa bir geri dönüş ilmeği atıyorsa da, modelin doğrusallığını yok etmez. İleti aktarım sürecini daha verimli kılmak için oradadır.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. Shannon ve Weaver'ın A, B ve C düzeylerini farklı iletişim örneklerinin, örneğin bir iş görüşmesinin, bir haber fotoğrafının, bir pop müzik parçasının, çözümlenmesinde uygulayınız. Ne kadar uygulanabiliyorlar? Bu tür bir analitik alıştırmayı ne kadar kullanışlı buluyorsunuz?

2. A düzeyinde ortaya çıkan ve B düzeyine gönderme yapan "enformasyon" kavramını ele almadaki sorunlar nelerdir? Anlam sayısal olarak ölçülebilir mi? Bakınız, Smith (1966), s. 15-24, 41-55 ve Cherry (1957), s. 169-78, 182-9, 228-34, 243-52.

3. İngilizce dili yüzde elli tekrardır demekle neyi kastediyoruz? Bakınız, Cherry (1957), s. 117-23, 182-9 ve Smith (1966), s. 21.

4. Tekrarın temel iletişimsel işlevlerini ana hatları ile ortaya koyunuz. Bu konu için bakınız, Cherry (1957), s. 278-9.

5. Uzlaşımların anlamayı kolaylaştırdığı yolları tartışınız. Belli uzlaşımları aşan ya da yıkan yazar/sanatçı örnekleri gösteriniz. Bu, onların iletişim arzularını ya da ulaştıkları izleyicileri nasıl etkilemektedir?

6. Bir kitabı, bir fotoğrafı, bir plağı, bir tiyatro oyununu ve bu oyunun filmini göz önüne alınız. Bunları iletişim araçları olarak nasıl sınıflandırabiliriz? Bakınız, Guiraud (1975), s. 15-21.

7. İletişim araçları ve kanallarla ilgili örnekleri ele alınız. Açıkçası, bir araç birden çok kanal kullanabilir ve bir kanal birden çok araç taşıyabilir. Dolayısıyla, araçla kanal arasında önemli bir ilişki söz konusu mudur yoksa bunlar bağımsız kavramlar mıdır?

2. BÖLÜM

DİĞER MODELLER

Bu bölümde, süreç yaklaşımının alanını gösterebilmek için diğer birkaç iletişim modeline daha yer verneye çalışacağım. Birincisi, Shannon ve Weaver'ınki gibi her an ve her yerde uygulanabilirlik iddiasında bulunan Gerbner modelidir. Model her iletişim örneğini açıklayabilir ve özellikle dikkatleri her iletişim eyleminde görülen anahtar öğelere çeker. Ardından, daha sınırlı ve özgül iddialarda bulunan modellere göz atacağız. Lasswell, Shannon ve Weaver modelinin temel biçimini ele alır, açıklar ve özellikle kitle iletişim araçlarına uygular. Newcomb, bize model olarak üç köşeli, yeni bir şekil sunar ve bu modelle temelde kişilerarası ya da toplumsal iletişime gönderme yaparak bu yaklaşımdan ayrılır. Westley ve MacLean bu modeli kitle iletişim araçlarına uygulamak için geliştirirken, daha bilinen doğrusal biçimine geri götürürler. Son olarak, iletişimdeki süreç modelleri ve göstergebilimsel modeller arasında bir köprü olarak görülebilecek olan Jakobson modeline değineceğiz.

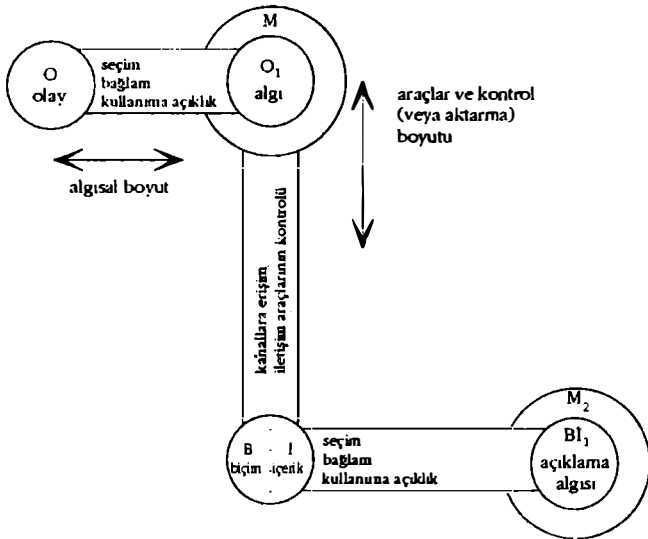
Gerbner Modeli (1956)

Pennsylvania Üniversitesi'ndeki Annenberg İletişim Fakültesi'nin Dekanı olan Profesör George Gerbner, genel amaçlı bir ileti-

şim modeli üretmeye çabaladı. Model, Shannon ve Weaver'inkine göre oldukça karmaşıktı ancak buna rağmen Gerbner, iskelet olarak onların doğrusal süreç modelini benimsedi. Bununla birlikte, onların modelini iki açıdan ileriye taşıdı: iletiyi "gerçeklik"le ilişkilendirir, yani iletinin ne hakkında olduğunu gösterir, böylece bizim algı ve anlamla ilgili sorular üzerinde durmamıza olanak sağlar. İletişim sürecini iki ardışık boyuttan – algılama ya da alımlama boyutu ile aktarma ya da araçlar ve kontrol boyutu – oluşan bir süreç olarak görür. Gerbner modelinin temel öğeleri şekil 4'te gösterilmektedir.

Yatay boyut

Süreç, M (M bir insan ya da kamera ve mikrofon gibi bir makine olabilir) tarafından algılanan dışsal gerçeklikteki bir şeyle, bir olayla (O) başlar. M'nin O ile ilgili algılaması, algı O_1 'dir. Bu, süreç-



Şekil. 4: Gerbner'in modeli

cin başlangıcındaki algısal boyuttur. O ve O₁ arasındaki ilişki seçim yapmayı içerir, yani M'nin O'yu tüm karmaşıklığıyla algılaması mümkün değildir. Eğer M bir makine ise, seçim makinenin mühendislik yapısı, fiziksel kapasitesi tarafından belirlenir. Ancak, eğer M bir insan ise seçim daha karmaşıktır. İnsan algılaması, uyaranların basit bir alımlaması değil, bir etkileşim ya da müzakere sürecidir. Burada biz, dışsal uyaranlarla içsel düşünme modellerini ya da kavramları eşleştirmeye çabalarız. Bu eşleştirme gerçekleştiğinde birşeyleri algılamışız, onlara anlam vermişiz demektir. Dolayısıyla, burada "anlam", dışsal uyaranlarla içsel kavramların eşleştirilmesinden türetilmektedir. Bir sözcüğü net biçimde duyamadığımızda ya da birisinin el yazısını sökemediğimizde ne olacağını düşünün. Ya da bildik nesnelerin alışılmamış açılardan ya da alışılmamış derecede yakından çekilmiş fotoğraflarındaki görsel şaşırtmacaları düşünün; eşleştirne ya da tanınma gerçekleştiğinde fotoğrafın ne olduğu kolayca algılanabilir. O ana kadar şaşkınlık içindeyizdir. Fotoğrafın içindeki renk tonlarını ve şekilleri görebildiğimiz halde henüz algılayabildiğimizi söyleyemeyiz, çünkü algılama daima anlama ve düzenleme itkisini gerektirir. Algıladığımız şeyin anlamını kavrayamama bizi zihin kaşıklığı durumuna iter.

Bu eşleştirne kültürümüzce kontrol edilir, çünkü içsel kavramlarımız ya da düşünce kalıplanmış kültürel deneyimimizin sonucu olarak oluşmuştur. Bunun anlamı, farklı kültürlerin insanların gerçekliği farklı biçimde algılayacak olmalarıdır. Öyleyse algılama yalnızca bireyin içindeki psikolojik bir süreç değil, aynı zamanda bir kültür sorunudur.

Dikey boyut

Şimdi ikinci aşamaya ve dikey boyuta yöneliyorsunuz. Bu, algı O₁'in O hakkında bir sinyale dönüştürüldüğü, ya da Gerbner'in kodlamasıyla B₁ haline getirildiği andır. Bu bizim genellikle ileti olarak nitelediğimiz şeydir, yani olay hakkındaki sinyal ya da açıklamadır. Bu iletiyi temsil eden daire iki parçaya ayrılmıştır; B iletiyi bir sinyal olarak niteler, iletinin aldığı biçimdir, I ise iletinin içeriğini niteler. Verili bir içeriğin ya da I'nin birçok değişik biçimde aktarılabilceği açıktır – burada seçilebilecek çok sayıda B vardır.

Verili bir İ için en iyi B'yi bulmak iletişimcinin ciddi kaygılarından biridir. Seçilen B açıkça İ'nin sunumunu etkileyeceği için, Bİ'nin biraraya getirilmiş iki farklı alan değil bileşik bir kavram olduğunu unutmamak önemlidir – biçim ile içerik arasındaki ilişki, dinamik ve etkileşimcidir. İçerik biçim aracılığıyla basitçe aktarılmaz; bu, I. A. Richards'ın küçümseyici nitelemesiyle "kaba biçimde paketlenmiş iletişim kuramı"dır.

Richards bu renkli terimi, iletişim kuramını küçümsemek için kullanır. O'na göre, Shannon ve Weaver'ın modeli bağımsızca varolan bir çekirdek iletiyi içerimlemektedir. Bu ileti daha sonra kodlanır, yani postayla gönderilen bir paket gibi sözcüklerle sarılıp sarmalanır. Alıcı iletiyi kodaçar ya da paketi açar ve çekirdek iletiyi ortaya çıkarır. Ona göre buradaki yanlışlık, bir iletinin eklemlemeden ya da kodlanmadan önce varolduğu düşüncesidir. Eklemleme, önceden varolan bir düşünce ya da içeriği kodlamak değil, öncesinde yalnızca eklemleme isteğinin, güdüsünün bulunduğu yaratıcı bir süreçtir. Diğer bir deyişle, biçimden önce içerik yoktur ve biçim ile içerik arasında bir farklılık arama çabasının kendisi oldukça kuşkulu bir işlemdir.

Seçim, bu dikey ya da iletişimsel boyutta da yatay boyuttaki kadar önemlidir. İlk olarak, "araçların" –iletişim aracı ve kanalı– seçimi söz konusudur. Ardından, algı O_1 içinden bir seçim yapılır. O_1 'in O'ya tam ve etraflı bir yanıt olamayacağı gibi O_1 hakkındaki sinyal de tamlığa ve yeterliliğe ulaşamayacaktır. Seçme ve çarpıtma mutlaka olacaktır.

Erişim: temel kavram

Bu boyut ayrıca iletişim araçlarına ve iletişim kanallarına erişim kavramını da içermektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarına kimlerin erişebildiği, televizyon ve toplum ilişkileri tartışmalarında güncelliğini sürdüren hararetli bir konudur. Bu modelin yatay boyutu bize, televizyondaki O_1 için O'dan seçim yapılması gerektiğini söyler, bu yüzden seçimi kimin yaptığı ve kimin dünya görüşünün Bİ olarak aktarıldığının önemi büyüktür. İşçi sendikaları, haklı gerekçelerle, televizyonun endüstriyle ilgili haberleri işlerken daima orta-sınıf, işveren yanlı tutum sergilediğini öne sürerler. Bu bi-

luċli olmaktan çok, televizyon çalışanlarının sınıf, kültür ve eēitm düzeyi açısından işçilerden çok işverenlere yakın olmalarından kaynaklanıyor olabilir ve bu yüzden, televizyon alışanlarının O₁'i, doēal olarak işverenlerin O'dan yaptıkları seçime benzer olacaktır.

Erişim: diēer içerimler

İletişim araçlarına erişim, iktidarı kullanma ve toplumsal kontrolü saēlamanın bir aracıdır. Buna özellikle kitle iletişim araçları baēlamında inanılmaktadır: Örnekler bulmak için otoriter hkmetlerin ve diktatörlerin iletişim araçlarıyla ilişkilerine bakmak ya da başarılı devrimci glerin ilk hedeflerinin ulusal radyo istasyonları olduēunu göz önüne getirmek yeterlidir. Ancak bu, kişilerarası iletişim açısından da doērudur: Otoriter bir kişi ya da ēretmen diēerlerinin iletişim kanallarına erişimini kontrol etmeye çabalar: yani, diēerlerinin konuşma miktarını sınırlandırmaya çabalar. Yemek masası dışında çocuklarının konuşmasına izin vermeyen tutucu baba, kendi televizyon ekranlarında olayların yalnızca resmi açıklamalarına izin veren modern totaliter hkmetlerle aynı davranışı göstermektedir.

Demokrasi ve kitle iletişim araçlarına erişim ile insani ilişki biçimleri ve kişilerarası iletişim kanallarına erişim arasında benzerlik olduēu düşüncesi, daha fazla araştırma için harekete geçirici bir soru olabilir. Böylece sürecin üçüncü aşamasında yatay boyuta tekrar döneriz. Elbette burada, alıcı (M₂) tarafından algılanan şey, bir olay (O) deēil, olay hakkındaki bir sinyal ya da açıklamadır (Bİ). Birinci aşamada gsterdiēimiz aynı süreçler bu aşamada da söz konusudur ve belki de burada, iletiinin anlamının iletiinin kendisinde ierilmediēini, alıcı ve ileti arasındaki bir etkileşim ya da müzakerenin bir sonucu olduēunu yeniden vurgulamak gerekir. M₂, Bİ'ye kendi kültürü ya da altkltrnden kaynaklanan bir dizi gereksinim ve kavram taşır ve bunları Bİ ile iliřkilendirdiēi lde iletiyi anlamlandırabilir diyebiliriz. İletinin kendisi çok sayıda anlam potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel asla tam olarak aıēa çıkartılamaz ve aldıēı biçim M₂ ve Bİ arasında bir etkileşim ya da müzakere olmadan belirlenemez: sonuçta ortaya çıkan anlam Bİ₁'dir.

Yatay boyuttaki bir diğer etmen, dikey boyuttaki "erişim"in eş değeri olan "kullanıma açıklık"tır. Seçicilik gibi, kullanıma açıklık da gerçekte neyin algılanacağını belirlemeye yardım eder. Seçiciliğin diğer bir biçimidir ancak burada seçme işlemi alıcı tarafından değil, aktarıcı tarafından yapılmaktadır. Onun seçtiği ileti nasıl, ve dolayısıyla kim için, hazır hale getirilecektir. Kişilerarası düzeydeki bir örnek, ailelerin, çocuklar önünde konuşurken onların anlamalarını istemedikleri şeyleri uzun sözcüklerle ve bazen de heceleyerek söylemeleri olabilir. Televizyon şirketinin cinsellik ve şiddet içeren programları akşam saat dokuzdan sonrayla sınırlama politikası, bu programların kullanıma sunulmasını çocuklara sınırlama biçimidir. Yine, Sovyet hükümetinin bazı kitapları az sayıda bastırarak, bunların yalnızca büyük kütüphanelerde bulunmalarını sağlaması ve böylece okuyucu sayısını sınırlaması gibi.

Kullanıma açıklık: diğer içerimler

Kullanıma açıklık açısından belki de en önemli artış, yayıncılıktaki gelişmelerin sonucunda olmuştur. Bilgiye erişim, radyo öncesinde okuryazarlıkla sınırlanmıştı. Okuyabilme yeteneği ister istemez, geleneksel olarak cahil çoğunluğa enformasyon akışını kontrol eden eğitilmiş azınlıkla sınırlıydı. Daha önce de söylediğimiz gibi, bilgi iktidardır ve dolayısıyla okuryazarlık, toplumsal kontrolü sağlamanın yaşamsal bir yoludur. Evrensel eğitimin yayılması beraberinde, "işçi sınıfını, toplumdaki doğal konumlarını sorgulamaları için eğitmek" ya da "onlara konumlarının üzerindeki konumlar hakkında fikir vermek" gibi yaygın korkuları getirmişti. İlk sosyalistler ile sendikacılar işçilerin eğitimini ve özellikle okuryazarlığın geliştirilmesini sosyalist bir toplumun yaratılabilmesi için zorunlu bir temel olarak gördüler. Toplumumuzda eğitimin evrensel, neredeyse herkesin de okuryazar olduğu günümüzde bile, eğitim görmüş orta sınıflar yeni enformasyon edinmek için hala yazıyı tercih etmektedirler. Düşünce ile imgelemi harekete geçirmede yazılı sözcüğün gücünün değerini kavrayanlar ve bunun kaçış ile dinlenince sağlama yeteneğini kullananlar bu sınıflardır.

Radyo ve televizyon ile bir ölçüde de sinema, enformasyonu tarihte ilk kez doğrudan, okuryazar olmayanların kullanımına sunmuştur ve bu yüzden de potansiyel olarak demokrasinin önemli aktörleridir. Radyo bu açıdan özellikle önemlidir, çünkü hem aktarıcılarının hem de alıcılarının ucuzluğu, kullanıma sunulmasını daha da genişletmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin kendi radyo yayınlarını kontrol etme arzuları oldukça dikkate değerdir, çünkü radyonun demokratikleştirme potansiyeli doğrudan, araca erişim için verilen izne bağlıdır. Kendi kitle iletişim araçlarına erişimi kontrol eden üçüncü dünya hükümetleri, sık sık, siyasal açıdan gelişmemiş insanların batılı demokrasilerdeki gibi iletişim araçlarına daha özgür erişimle ortaya çıkan çelişkili enformasyon akışıyla başedemeyeceklerini savunurlar. Erişim ve kullanıma açıklık, aynı paranın iki yüzüdür.

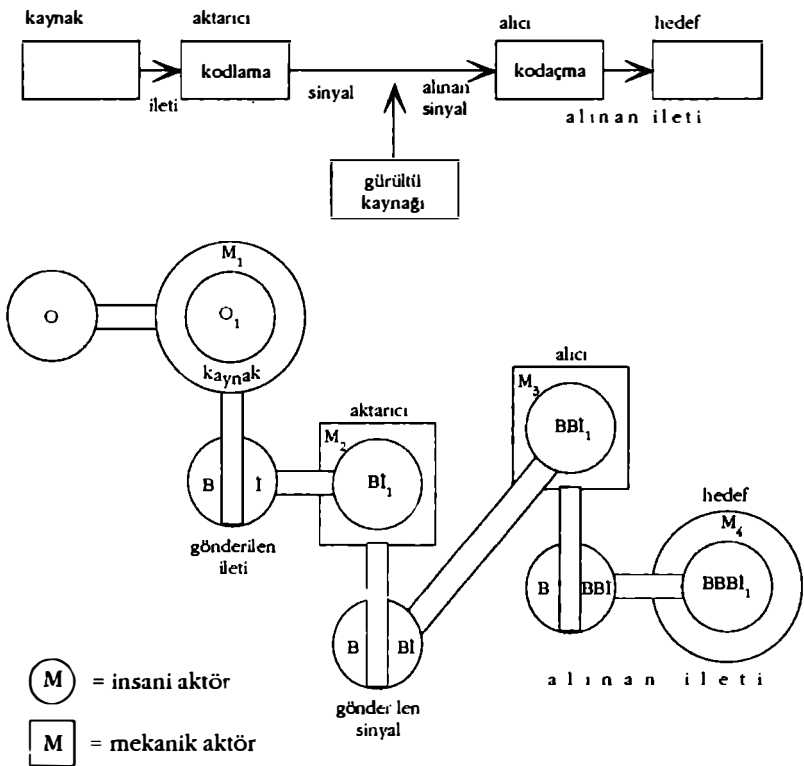
Genişletilmiş model

Model çoklu genişletmelere olanak sağlar, sürece insani ve mekanik aktörleri katmamızı kolaylaştırır. Örneğin Gerbner, bir telefon konuşmasını modelle anlatırken aynı zamanda kendi modelinin Shannon ve Weaver'ın modeline temel benzerliğini de gösterir (bakınız şekil 5).

Model ve anlam

Gerbner'in temel modeli, olay (O), olayın algısı (O_1) ve olay hakkındaki açıklama (B1) arasındaki üç köşeli ilişkiyi gösterir. Anlam asli olarak bu ilişkide aranmalıdır: gerçekten de Gerbner kendi modelinin bir sonraki varyantında O ile B1'i "doğruluk değeri" adını verdiği bir okla bağlar. Ancak alıcıyı (M_3) dahil etmek için modelinde yaptığı genişletme, anlamı belirleyen diğer etmenler arasında, alıcının ileti ile ilgili algısını da katmamıza olanak sağlar.

Tüm ayrıntısına karşın, Gerbner'in modeli hala Shannon ve Weaver modelinin imgelemsel bir uzantısıdır. İletişimi ileti aktarımı olarak tanımlar ve her ne kadar sürecin ötesine, O'nun dışına, de bakıyorsa ve dolayısıyla anlam sorusunu gündeme getiriyorsa da, anlamın nasıl oluşturulduğu sorusuna doğrudan eğilmez. Model, (B)'yi yani iletinin biçimini ya da kullanılan kodları verili



Şekil 5: Shannon ve Weaver modelinin (üstteki) Gerbner modeli (alttaki) ile karşılaştırılması

kabul eder, oysa bunu göstergebilim okulu savunucuları sorunun kalbi olarak niteleyeceklerdir. Göstergebilimciler ayrıca Gerbner'in tüm yatay süreçleri benzer saymada yanlış olduğunu söyleyeceklerdir: bir iletiyi algılamamızla bir olayı algılamamız aynı şey değildir. Kötü kişinin kahraman tarafından vurulduğu bir filme gösterdiğimiz tepki, gerçek yaşamda tanık olduğumuz bir olaya gösterdiğimiz tepkiyle aynı değildir. Doğal olayın aksine, filmde ileti öyle yapılandırılmış ve kodlanmıştır ki, tepkimizi daha etkin biçimde yönlendirir.

Gerbner'in daha sonraki çalışmaları, özellikle de televizyondaki şiddetle ilgili olanları, kendi modelinin eksikliklerinin farkında olduğunu göstermektedir ve gerçekten de çalışmalarıyla iletişim araştırmalarındaki iki temel yaklaşımı biraraya getirmede oldukça başarılı olan Gerbner, önemli otoritelerden birisidir.

Lasswell modeli (1948)

Çokça gönderme yapılan bir başka modeli de Lasswell geliştirmiştir. Onun modeli özellikle kitle iletişimle ilgilidir. Lasswell, kitle iletişim sürecini anlamamız için modelindeki her aşamayı araştırmamız gerektiğini öne sürer:

Kim

Ne söylüyor

Hangi kanaldan

Kime

Hangi etkiyle?

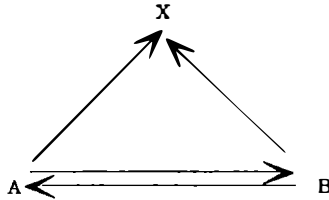
Bu, Shannon ve Weaver'ın özgün modelinin sözel bir versiyonudur. Hala doğrusaldır: iletişimi iletilerin aktarımı olarak görür: anlam yerine "etki" sorununu gündeme getirir. "Etki", alıcıda, süreçteki tanımlanabilir öğelerin neden olduğu gözlemlenebilir ve ölçülebilir değişimi içerirler. Öğelerin birinin değişmesi etkiyi değiştirecektir: kodlayıcıyı değiştirebiliriz, iletiyi değiştirebiliriz, kanalı değiştirebiliriz: bu değişimlerin herbiri etkide uygun bir değişim sağlayacaktır. Çoğu kitle iletişim araştırması zımnî biçimde bu modeli izlemiştir. Kurumlar ve süreçleri üzerinde, iletişim üreticileri üzerinde, izleyici üzerinde ve izleyicinin nasıl etkilendiği konusunda yapılan çalışmalar süreç temelli doğrusal modeli izlemişlerdir.

Newcomb modeli (1953)

Elbette tüm modeller doğrusal değildir. Bunlardan birisi olan Newcomb modeli bize tümden farklı bir yapı sunar. Model üç köşelidir (bakınız şekil 6). Ancak asıl önemi, modellerimiz içinde bir toplumda ya da toplumsal ilişkilerde iletişimin rolü üzerinde du-

ran ilk model olması gerçeğinde yatmaktadır. Newcomb için bu rol oldukça basittir – toplumsal sistem içinde dengenin sürmesini sağlamak. Modelin işleme biçimi şöyledir. A ve B aktarıcı ile alıcıdır ve bunlar bireyler, yönetim ile sendika, ya da hükümet ile insanlar olabilirler. X bunların toplumsal çevresinin bir parçasıdır. ABX bir sistemdir yani içsel ilişkiler karşılıklı bağımlılık biçiminde yürümektedir: eğer A değişirse B ve X de değişecektir ya da eğer A, X ile ilişkisini değiştirirse B ya X ile ya da A ile ilişkisini değiştirmek zorunda kalacaktır.

Eğer A ve B arkadaşsa ve X her ikisinin de bildiği bir kişi ya da nesneyse, A ve B'nin X'e yönelik benzer tutumlara sahip olmaları önemli olacaktır. Eğer benzer tutumlara sahiplerse sistem dengede olacaktır. Ancak, eğer A X'i seviyor ve B de sevmiyorsa, her iki arkadaş da X'e yönelik genelde benzer tutumlar edinene kadar iletişimde bulunma baskısı altında kalacaklardır. X'in, onların toplumsal çevresindeki yerinin önemi arttığı ölçüde X'e doğru yönelmeyi paylaşma isteği acil hale gelecektir. Elbette X bir nesne ya da kişi olabilir: onların ortak çevresinin herhangi bir parçası olabilir. A hükümet, B TUC (İşçi Sendikaları Konfederasyonu) ve X de vergi politikası olabilir. Berraklaştırmak için basitleştirirsek, bu durumda şunu görebiliriz. Teoride birbirlerini seven bir İşçi Partisi



Şekil 6: ABX modelinin şematik gösterimi

Nolar:

ABX sisteminin asgari bileşenleri şunlardır:

1. A'nın X'e yönelimi: hem yaklaşılması ya da kaçınılması gereken bir nesne olarak X'e yönelik tutumları (gösterge ve yoğunlukla nitelenen) hem de bilişsel nitelikleri (inançlar ve bilişsel yapılar) içermektedir.
2. A'nın B'ye yönelimi: tam olarak aynı biçimde. (Terimlerde karışıklığı önlemek amacıyla A ya da B olarak kişiler için olumlu ve olumsuz *çekicilik*ten, X için ise yandaş ve karşıt *tutum*lardan söz edeceğiz).
3. B'nin X'e yönelimi.
4. B'nin A'ya yönelimi.

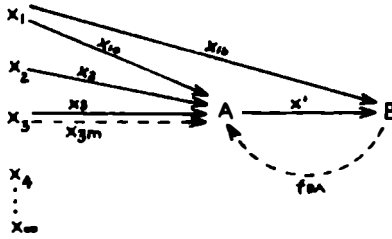
hükümeti (A) ve TUC (B) ücret politikası konusunda anlaşmak için sık sık toplantılar yapmak için baskı altında kalacaklardır. Ancak A, B ile (TUC) dost olmayan bir Muhafazakar Parti hükümeti ise, X üzerinde anlaşma konusunda daha az baskı olacaktır. Eğer AB ilişkisi "hoşlanma" içermiyorsa, X üzerinde farklılaşabilirler: sistem hala dengededir.

Dengenin iletişimde bulunma gereksinimini arttırmasının bir diğer örneği de X değiştiğinde görülebilir. A ve B, yeni X'e ortak yönelimlerini saptamak için derhal iletişimde bulunma gereksinimi duyarlar. Harold Wilson'un Başbakanlıktan istifası haberlerine insanların tepkisini ölçen bir çalışmaya katıldım. İnsanların normal tepkileri, derhal yeni başbakanla ilgili ortak bir yönelime çabukça ulaşabilmek için arkadaşlarının ne düşündüğünü bulmak amacıyla konu hakkında konuşmak olmuştur. Savaş döneminde insanların kitle iletişim araçlarına bağımlılığı artar ve kuşkusuz hükümetin kitle iletişim araçlarını kullanımı da artar. Çünkü, savaş, X, yalnızca çok önemli değil aynı zamanda sürekli olarak değişiklik göstermektedir. Dolayısıyla hükümet ve insanlar (A ve B) kitle iletişim araçları aracılığı ile sürekli iletişim halinde bulunma gereksinimi duyarlar.

Açıkça belirtmese de bu model insanların enformasyona gereksinim duyduklarını varsayar. Demokraside enformasyon genellikle bir hak olarak düşünülür, ancak enformasyonun yalnızca bir hak değil aynı zamanda bir gereksinim olduğu gözden kaçır. Enformasyon olmadan kendimizi toplumun bir parçası olarak hissedemeyiz. Hem nasıl tepki göstereceğimizi bilmek hem de bir arkadaş grubu, kültür ve altkültür içindeki üyelerle paylaştığımız tepki etmenlerimizi belirleyebilmek için kendi toplumsal çevremiz hakkında yeterli enformasyona sahip olmak zorundayız.

Westley ve MacLean modeli (1957)

Enformasyon için bu toplumsal gereksinim, Westley ve MacLean'ın (1957) Newcomb modelini geliştirmelerinin altında yatan temel nedendir (Şekil 7 ve 8). Onlar bu modeli doğrudan kitle iletişim araçlarına uygularlar. Modelin kökeni Newcomb'un ABX modelidir, ancak Westley ve MacLean modelde iki temel değişiklik yapmışlardır. Editöryal iletişim işlevini gören yeni bir öğeyi, C, sü-

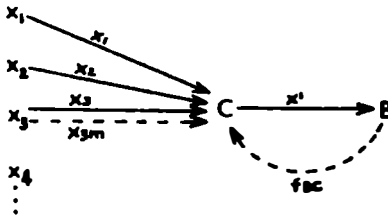


Şekil 7: Temel iletişim modeli

Not:

X'ler A tarafından seçilir ve ayrıma tabi tutulur ve kendi duyumsal alanında (X_{dB}) X'lerin bir kısmına ya da tamamına sahip olmayan B'ye bir ileti (X') olarak aktarılır. B amaçlı ya da amaçsız biçimde A'ya geribeslemeye (f_{BA}) bulunur.

rece katmışlardır: yani, neyin nasıl aktarılacağına karar verme sürecini. Onlar ayrıca modeli daha da genişletmeye başlamışlardır ve böylece aktarmaya çalıştığımız süreç yönelimli modellerin bilinen doğrusal biçimine dönüş başlamıştır. Burada X A'ya B'den daha yakındır ve oklar tek yönlüdür. A, Shannon ve Weaver'ın kodlayıcı-



Şekil 8: Editöryal işlevin eklenmesi

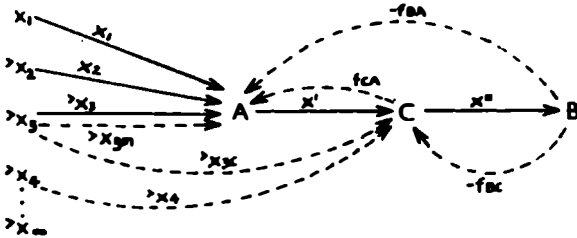
Not:

B'ye ulaşan X'ler B'nin adına hareket eden ve dolayısıyla B'nin çevresini genişleten amaçsız bir kodlayıcının (C) aktardığı seçilmiş soyutlamalar olabilir. C'nin seçimleri zorunlu olarak B'den gelen geribeslemelere (f_{BC}) yanıt verir.

cısına yaklaşmaktadır ve C aktarıcısının bazı öğelerini paylaşmaktadır. Doğasındaki çeşitliliği göstermek için X'in parçalanması daha az önemli ancak işe yarar bir değişikliktir. Westley ve MacLean bu modeli kitle iletişim araçlarına uyguladıklarında Newcomb'un üç köşeli modelinden daha da uzaklaşırlar (bakınız şekil 9).

A, yazdığı haberini C'ye, gazetesine/radyosuna/televizyonuna gönderen bir muhabir olarak düşünülebilir. Ardından editöryal ve basma/yayımlama süreci (C içinde içerilen) çalışmaya başlar ve haberi B'ye, izleyiciye aktarır. Bu modelde B, A ile doğrudan ilişkisini yitirdiği gibi X ile olan doğrudan deneyimlerini de yitirmiştir.

Westley ve MacLean kitle iletişim araçlarının, B'nin ilişkilendirme gereksinimi duyduğu toplumsal çevreyi genişlettiğini ve ayrıca ilişki ile yönelimlerin gerçekleştirildiği araçları sağladığını ileri sürerler. Onlar Newcomb'un, X'e yönelik ortak yönelimin iletişim için bir güdü olduğu düşüncesini korurlar ve geribesleme için sınırlı fırsatlar olduğunu kabul ederler. Ancak onlar, Newcomb'un sistemindeki dengenin yerini önemli ölçüde değiştirmişlerdir. Burada başat rolleri A ve C oynamaktadır. B onların insafına terkedilmiştir. İçinde yaşadığımız kitle toplumu, kendimizi uydurma gereksinimi duyduğumuz toplumsal çevreyi kaçınılmaz olarak genişletmiştir.



Şekil 9: Kitle iletişim modeli.

Not:

C'nin B'ye aktardığı iletiler (X'') hem A'dan gelen iletilerden yaptığı seçimi (X') hem de kendi duyumsal alanında, A'nın alanına girmeyebilen X' lerden yaptığı seçimleri ve soyutlamaları (X_3, X_4) içerir. Geribesleme yalnızca B'den A'ya (f_{BA}) ve B'den C'ye (f_{BC}) değil, aynı zamanda C'den A'ya (f_{CA}) da gerçekleşir.

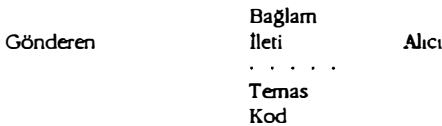
Böylece B'nin çevreye uyum sağlama ve bilgilenme gereksinimi artmıştır, ancak bu gereksinimini giderme araçları sınırlanmıştır: kullanabildiği tek araç kitle iletişim araçlarıdır. Bu modelin mantıksal bir uzantısı olarak, kişi kitle iletişim araçlarına tümüyle bağımlı hale gelmiştir.

Bu bağımlılık modeli kitle iletişim araçları ile kendimizi toplumsal çevremize uydurmada sahip olduğumuz diğer araçlar arasındaki ilişkiyi göz önüne almaz. Bu araçlar arasında aile, meslektaşlar, arkadaşlar, okul, kilise, sendikalar ve kendimizi topluma uydurmaya yarayan diğer resmi ya da resmî olmayan ilişki ağları yer alır. Biz aslında bu modelin ima ettiği ölçüde kitle iletişim araçlarına bağımlı değildir.

Jakobson modeli (1960)

Jakobson modelinin hem doğrusal hem de üç köşeli modellerle benzerlikleri vardır. Ancak Jakobson bir dilbilimcidir ve iletinin anlamı, içsel yapısı gibi konularla ilgilenir. Dolayısıyla Jakobson "süreç" ve "göstergebilim" okulları arasındaki boşluğa köprü kurar. O ikili bir model sunar. İşe iletişim ediminin *oluşturucu etmenlerini* ortaya koyarak başlar. Ona göre bir iletişimin gerçekleşebilmesi için altı etmenin var olması gerekir. Jakobson daha sonra bu iletişim ediminde her etmenin yerine getirdiği işlevleri ortaya koyar.

O, bilinen doğrusal temelle başlar. *Gönderen alıcıya iletisini* yollar. Jakobson'a göre bu ileti kendisinden başka bir şeyi nitelemelidir. O bunu *bağlam* olarak adlandırır: bağlam, diğer iki köşesi gönderen ve alıcı olan üçgenin üçüncü köşesinde yer alır. Şimdiye kadar bildik şeyler. Jakobson daha sonra iki etmen daha ekler: birisi *teması*, yani gönderen ve alıcı arasındaki fiziksel ve psikolojik bağlantılardır. Son etmen, içinde iletinin yapılandığı ortak anlam sistemi anlamına gelen *koddur*. O modelini şekil 10'daki gibi canlandırır.



Şekil 10: İletişimin oluşturucu etmenleri

O, bu etmenlerin her birinin dilin farklı bir işlevini belirlediğini ve her iletişim ediminde bir işlev hiyerarşisi bulabileceğimizi savunur. Jakobson altı işlevi açıklamak için benzer biçimde yapılmış bir model üretir (her işlev, modelde nitelediği etmenin yerindedir). Bu model şekil 11'de gösterilmiştir.

	Göndergesel işlev	
Duygulandırıcı işlev	Şiirsel işlev	Çağır işlevi
	İlişki amaçlı işlev	
	Üstdüşsel işlev	

Şekil 11: İletişimin işlevleri

Duygulandırıcı işlev, iletinin gönderenle ilişkisini betimler: biz bu ilişkiyi nitelemek için sık sık "dokunaklı" sözcüğünü kullanırız. Gönderenin duygularını, tutumlarını, statüsünü ve sınıfını açığa vuran bu işlevdir; tüm bu öğeler, iletinin gönderene ait olmasını sağlar. Bu duygulandırıcı işlev bazı iletilerde, örneğin aşk şiirlerinde, üstün konumdadır. Diğerlerinde, örneğin bir gazete haberinde, bastırılmıştır. Sürecin diğer ucunda *çağır* işlevi vardır. Bu iletinin alıcı üzerindeki etkisini niteler. Komutlarda ya da propagandada bu işlev yüksek bir önem taşır, diğer iletişim türlerinde ise daha düşük oranda bir öncelik taşır. *Göndergesel* işlev ya da iletinin "gerçekliğe yönelimi", nesnel, olaylara dayalı iletişimde en önemli işlevdir. Bu işlev, iletişimin "doğru" ya da gerçekleri tam olarak yansıtmasıyla ilgilidir. Bu üç işlev, tüm iletişim edimlerinde değişen derecelerde gerçekleşen oldukça açık, ortak-duyusal işlevlerdir ve Newcomb'un A, B ve X'ile oldukça yakın biçimde örtüşmektedirler.

Her ne kadar içlerinden birisi, ilişki amaçlı olanı, farklı terimlerle daha önce tartışıldıysa da ilk bakışta diğer üç işlev tanıdık gelmeyebilir. *İlişki amaçlı* işlev iletişim kanallarını açık tutmaktır; gönderen ve gönderilen arasındaki ilişkinin sürmesini sağlamaktır: iletişimin sürdürüldüğünü onaylamaktır: dolayısıyla temas etmenine yöneliktir, yani varolması gereken fiziksel ve psikolojik bağlantılara yöneliktir. Diğer bir deyişle iletilerin *tekrara dayalılık* öğesiyle yerine getirilir. Tekrarrın ikinci işlevi, ilişki amaçlı işlevdir (bak. 1. bölüm).

Üstdilsel işlev, kullanılan kodun tanımlanmasına yarar. "Tekrar" ya da fazlalık* sözcüğünü kullandığımda, istihdamın değil de iletişim kuramlarının kodundan söz ettiğimi açıkça belirtmem gerekebilir. Eski bir gazete parçası içinde fırlatılıp atılan boş bir sigara paketi normalde çöptür. Ancak eğer paket gazeteye yapıştırmışsa, çerçevelenmişse ve bir sanat galerisinin duvarına asılmışsa, bir sanat yapıtı haline gelir. Çerçeve, "bunu güzel sanatlar anlamında kod açın" demenin üstdilsel işlevini yerine getirir: bizi, estetik orantılara ve ilişkilere bakmaya, yapıtı her şeyi fırlatıp atan toplum için bir eğretileme olarak görmeye davet eder. Tüm iletiler açık ya da örtük üstdilsel işlevlere sahip olmalıdırlar. Kullandıkları kodları tanımlamalıdırlar.

Son işlev *şiiirsel*dir. Bu, iletinin kendisiyle ilişkisidir. Bu işlev, estetik iletişimde merkezi konumdadır; yukarıdaki öremde çerçevenin üstdilsel işlevi zorunlu olarak sigara paketi ile gazete arasındaki estetik ilişkinin şiiirsel işlevini vurgular. Ancak Jakobson bu işlevin sıradan konuşmalarda da gerçekleştiğine işaret eder. Biz "alakasız seyirci" (*uninvolved onlooker*) yerine "masum seyirci" (*innocent bystander*) deriz çünkü ritmik yapısı estetik açıdan daha hoştur. Şiiirsel işlevi daha iyi canlandırabilmek için Jakobson "İke'ı Seviyorum" (I like Ike) siyasal sloganını kullanır. Bu slogan, her biri aynı sesli harfi, "ay", içeren üç tek heceli sözcükten oluşur. İki tanesi uyaklıdır. Yalnızca iki sessiz harf vardır. Ve sonuçta şiiirsel olarak kulağa hoş gelen ve bu yüzden anımsanabilir bir slogan olmuştur. Ancak biz bu çözümlmeyi daha da ileri götürebiliriz. Bu sloganı bir rozet üzerinde düşünelim.



Üstdilsel anlam açısından, bunun bir siyasal iletişim kodu kullandığını belirlemek zorundayız. Rozeti takan, General Eisenhower'ı bilmiyor ya da ondan kişisel olarak hoşlanmıyor olabilir. Bu durumda "sevmek" "siyasal açıdan desteklemek"tir.

Aynı zamanda "İke" da yalnızca bir kişi değil, bir siyasal partinin adayı ve bu partinin politikalarının temsilcisidir. Kişisel ilişkilere yönelik başka bir kod içinde "İke'ı seviyorum"un anlamı çok farklı olabilir.

* Bu metinde *redundancy* karşılığı olarak *tekrar* sözcüğünü kullandık. Ancak bu sözcük *fazlalık* anlamını da barındırmaktadır. (ç.n.)

Duygulanandırıcı işlev açısından, bu rozet gönderen hakkında, gönderenin konumu hakkında ve duygulannın gücü hakkında bize bilgi verir. *Çağrı* işlevi açısından, alıcının aynı siyasal programını desteklemede ve gönderenle aynı görüşleri paylaşmada ikna edilmesi olacaktır. *Göndergesel* işlevi, varolan bir kişi ve programa gönderme yapmak ve alıcıyı, halihazırda General Eisenhower ve politikaları konusunda bildiklerini düşünmeye zorlamaktır. Son olarak, rozetin *ilişki amaçlı* işlevi Eisenhower'ı destekleyen grubun üyelerini teşhis etmek ve üyeler arasında varolan fikirdaşlık duygularını sürdürmek ve güçlendirmektir.

Modeller ve modelleştirme

Biz burada iletişimi bir süreç olarak gören modellerin bir kısmına baktık. Elbette daha birçok model vardır. Ancak bizim araştırmaya dahil ettiklerimiz, modelleştirmenin doğası ve amaçlarını açıkça ortaya koymaktadır. Bir model bir haritaya benzer. Kendi alanının seçilmiş özelliklerini temsil eder: hiçbir harita ya da model tam olarak her şeyi göstermez. Bir yol haritası, bir ülkenin iklimini ya da jeolojisini gösteren haritadan farklı özellikleri aktarır. Bunun anlamı, bizim harita seçerken amaçlı ve ihtiyatlı olmamız ve o haritayı niçin seçtiğimizi, haritadan neler beklediğimizi bilmemiz gerektiridir.

Bu modellerdeki sorun, amaçlarının genelde çok iyi gösterilmemesidir. Gerçekten de birçoğu hiçbir zaman ulaşamayacak olan herşeyi kapsayıcılık iddiasındadır. Ancak bir modelin değeri (a) modelin kapsadığı alanın sistemli biçimde seçilmiş özelliklerine dikkat çekmesi, (b) bu özellikler arasındaki seçilmiş ilişkilere işaret etmesi ve (c) a ile b'nin seçiminin ardında yatan sistemin, modelleştirilen alanın tanımlanması ve şekillendirilmesini sağlamasında ortaya çıkar. Modelleştirme özellikle bir araştırma programının yapılandırılması için kullanılabilecek bir temel olarak yararlı ve gereklidir. Ancak sınırlılıklarını unutmamalıyız. McKeown (1982) modelleştirmeyi daha ayrıntılı biçimde tartışır.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. Kitle iletişim araçlarına erişimin toplumsal kontrolle ilişkilerini

tartışınız. Tartışmanız hem kitle iletişim araçlarına hem de kişilerarası iletişim araçlarına değinmelidir.

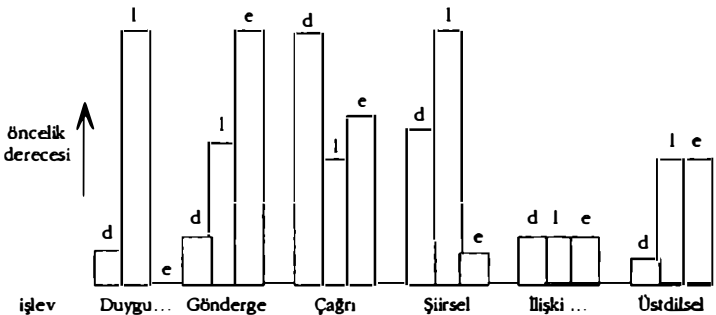
2. Gerbner'in dikey ve yatay boyutlarını her yönüyle karşılaştırmaz. Bir iletişim edimini çözümlemeye bu modeli kullanınız (örneğin bir haber programı hakkındaki aile tartışması ya da sınıfta işlenen bir ders olabilir). Gerbner iletişimin hangi boyutlarını daha etkili biçimde ortaya koymaktadır? 1. ve 2. sorular için şu kitaplara bakabilirsiniz: McQuail (1975) ve/veya Comer ve Howthorn (1980), s. 26-7.

3. Newcomb modeli ABX sistemi içinde bir denge olduğunu söyler. Westley ve MacLean'ın yapmış oldukları eklemeler/değişiklikler bu modeldeki dengeyi ve dolayısıyla modelin temel noktasını yıkmış mıdır? Newcomb'un modeli kişilerarası iletişimi açıklamak için, Westley ve MacLean'ın modeli ise kitle iletişimini açıklamak için geliştirilmiştir gerçeği iki model arasındaki farklılıkları yeterince açıklamakta mıdır? Bakınız Smith (1966), s. 66-79, 80-7 ve McQuail (1975), s. 19-27.

4. Jakobson'un altı işlevi, Newcomb'un ABX'i, Gerbner'in O, O₁ ve M'si ile tekrar arasındaki benzerlik ve farklılıkları araştırınız. Bakınız, Hawkes (1977), s. 83-7 ve Jakobson modeli için Guiraud (1975), s. 5-9.

5. Bu iki bölümde tartışılan modeller sanat ürünlerini anlamamızda bize ne kadar yardımcı ederler? Sanat ürünleri bu modellerin iletişimi açıkladıkları biçimde mi ileti aktarırlar? Bakınız McKeown (1982).

6. Levha 4'e bakınız (s.78-79). Seçilmiş imgelerin iletişimsel işlevlerini çözümlemek için Jakobson modelini kullanınız. Farklı işlevlerin göreceli önceliğini göstermek için çubuk grafik kullanınız. Örneğin d, l ve e'deki imgeleri ele alınız. Benim yaptığım çözümlemelere katılıyor musunuz? Grafik ile ifade etmede en zor olarak ilişki amaçlı ve üstdilsel işlevleri buldum. Siz de aynı şeyi düşünüyor musunuz? Eğer öyleyse, bunun için bir açıklamanız olabilir mi?



3. BÖLÜM

İLETİŞİM, ANLAM VE GÖSTERGELER

Şimdiye kadar değindiğimiz modeller, iletişim *sürecini* değişen düzeylerde ele aldılar. Bu modeller iletişimi, temelde A'dan B'ye ileti aktarımı olarak görürler. Sonuçta bu modellerin başlıca ilgi alanlarını, bir iletinin gönderilmesi süreciyle ilişkili olan araç, kanal, aktarıcı, alıcı, gürültü ve geribesleme terimleri oluşturur. Şimdi dikkatimizi iletişim çalışmalarına diğerlerinden tümüyle farklı bakan bir yaklaşıma yönelteceğiz. Bu yaklaşım iletişimi bir süreç olarak değil, anlamın oluşturulması olarak ele alır. Sizinle iletişime girdiğimde iletimin ne ifade ettiğini az ya da çok doğru olarak anlayabilirsiniz. İletişimin gerçekleşmesi için göstergelerden bir ileti yaratmam gerekir. Bu ileti sizi, benim ilk anda oluşturduğum anlamla şu ya da bu şekilde ilişkisi olan kendinize ait bir anlam yaratmaya teşvik eder. Aynı kodları paylaştığımız ve aynı gösterge sistemlerini kullandığımız sürece, iletiye ikimizin yüklediği "anlamlar" birbirlerine yaklaşacaktır.

Bu yaklaşım iletişim çalışmalarına farklı bir vurgulama yapmaktadır ve bu nedenle yeni bir terimler dizisiyle tanışmak durumundayız. Bunlar arasında gösterge, anlamlandırma, görüntüsel gösterge (ikon), belirtisel gösterge (*index*), düzanlam, yananlam gibi terimler yer almaktadır – tüm bu terimler çeşitli anlam yaratma yollarına göndermede bulunurlar. Bu modeller doğrusal olmadıklarından, daha önce tartıştığımız modellerden farklıdırlar: ileti

akışını gösteren okları içermezler. *Yapısal* modellerdir ve içerdikleri her türlü ok, anlamın yaratılmasında yer alan öğelerin arasındaki *ilişkileri* gösterir. Bu modeller, iletinin bir dizi basamak ya da aşamayı geçerek oluştuğunu varsaymazlar: Daha çok, bir iletinin bir şeyi anlamlandırmasını mümkün kılan yapılandırılmış bir ilişki dizisinin çözümlenmesi üzerinde yoğunlaşırlar. Başka bir deyişle, kağıt üzerindeki işaretleri ya da havadaki sesleri bir *ileti* haline getirenin ne olduğu üzerinde dururlar.

Göstergebilim

Göstergebilimin temel ilgi alanının merkezinde gösterge yer alır. Göstergelerin ve onların çalışma biçimlerinin araştırılmasına göstergebilim adı verilir. Ve bu kavram, bu kitabın alternatif ilgi odağını oluşturmaktadır. Göstergebilimin üç temel çalışma alanı söz konusudur:

1. Göstergenin kendisi: Bu alan, gösterge çeşitlerinin, bunların çeşitli anlam taşıma yollarının ve göstergeleri kullanan insanlarla ilişkilendirilme biçiminin araştırılmasını içerir. Göstergeler insan inşaları oldukları için, yalnızca, insanların onları kullandıkları biçimler içerisinde anlaşılabilirler.

2. İçinde göstergelerin düzenlendiği kodlar ya da sistemler: Bu çalışmalar içinde, toplumun ya da kültürün gereksinimlerini karşılamak için geliştirilen kodları ya da bu kodların iletilmesi için varolan iletişim kanallarını işletmek için başvurulacak yolları ortaya koymak yer almaktadır.

3. Kodlar ve göstergelerin içinde işlediği kültür: Kültürün kendi varoluşu ve biçimi de bu kodların ve göstergelerin kullanımına bağlıdır.

Göstergebilim böylece, dikkatini öncelikle metne yöneltir. Doğrusal süreç modelleri metne süreçteki diğer aşamalardan daha fazla önem atfetmezler: aslında bir çoğu hemen hemen hiçbir yorumda bulunmaksızın metni atlayıp geçer. İki yaklaşım arasındaki en büyük farklılıklardan birisi budur. Diğer bir farklılık ise alıcının konumu konusundadır. Göstergebilim, alıcı ya da okuyucunun bir çok süreç modelinin iddia ettiğinden (Gerbner'in modeli bir istisnadır) çok daha etkin bir rol oynadığını kabul eder. Göstergebilim 'alıcı' terimi yerine (fotoğrafta ve resimde bile) 'okur' terimini ter-

cılı eder, çünkü 'okur' terimi çok daha önemli bir etkinliği ifade eder ve dahası, okuma öğrenilen bir şeydir, yani okurun kültürel deneyimi tarafından belirlenir. Okur kendi deneyimlerini, tutumlarını ve duygularını metne taşıyarak metnin anlamlandırılmasına doğrudan katkıda bulunur.

Bu bölüme, karmaşık anlam sorunuyla ilgilenen başlıca yaklaşımların bazılarını inceleyerek başlamak istiyorum. Ardından anlamın oluşturulmasında göstergelerin oynadığı rollere değinecek ve göstergeleri bu işlevi yerine getiriş biçimlerine göre sınıflandıracam.

Göstergeler ve anlam

Temel kavramlar

Tüm anlam modelleri büyük ölçüde birbirine benzeyen bir yapıyı paylaşırlar. Bu modellerin her biri de, anlam çalışmalarına şu ya da bu biçimde dahil edilmesi gereken üç öğeyle ilgilenir. Bu öğeler şunlardır : 1. gösterge, 2. göstergenin gönderme yaptığı şey, 3. göstergenin kullanıcıları.

Bir gösterge, kendisinden başka bir şeye gönderme yapan, duyularımızla kavrayabileceğimiz fiziksel bir şeydir ve varlığı, kullanıcıların onu bir gösterge olarak kabul etmelerine bağlıdır. Daha önce de kullandığımız bir örneği. açık artırmayı yöneten müzayedeciye bir gösterge olarak kulak mememi çekmemi ele alalım. Gösterge burada, fiyatı artırdığıma gönderme yapar ve hem benim tarafımdan hem de müzayedeci tarafından bu anlamda kabul edilir. Anlam benim tarafımdan müzayedeciye aktarılır: artık iletişim gerçekleşmiştir.

Bu bölümde çok etkili iki anlam modelinin üzerinde duracağız. Birincisi, felsefeci ve mantıkçı C.S. Peirce'ın modelidir (aynı zamanda Ogden ve Richards'ın değişik modellerine de bakacağız). İkincisi, dilbilimci Ferdinand de Saussure'un modelidir.

Peirce (ile Ogden ve Richards) göstergeyi, göstergenin gönderme yaptığı şeyi ve göstergenin kullanıcılarını bir üçgenin üç köşesi olarak görür. Her köşe diğer ikisiyle yakından ilişkilidir ve ancak diğerleriyle ilişkileri açısından anlaşılabilir. Saussure biraz daha farklı bir yaklaşımı benimser. Saussure göstergenin, kendi fi-

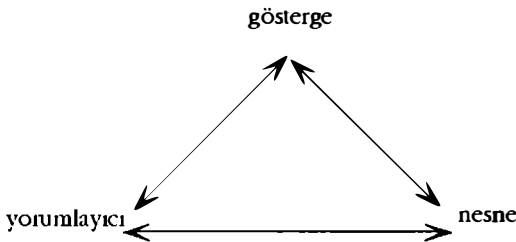
ziksel biçiminden ve çağnştırdığı zihinsel bir kavramdan oluştuğunu ve bu kavramın, dış dünyanın bir kavranışı olduğunu söyler. Gösterge gerçeklikle yalnızca onu kullanan insanların kavramları aracılığıyla ilişkilendir.

Nitekim ARABA sözcüğünün (ister kağıt üzerinde yazılı olsun ister havadaki bir ses olsun) kendisine bağlı zihinsel bir kavramı vardır. Bazı bireysel farklılıklar olsa da, benim araba kavramıyla sizin araba kavramınız hemen hemen aynıdır. Ayrıca, paylaşılan bu kavram gerçekte varolan bir nesneler sınıfıyla ilişkilidir. Bu açık biçimde görülebilecek kadar aşıkardır, ancak bazı sorunlar da yok değildir. Örneğin, karın ve ben birşeyin mavi ya da yeşil olup olmadığı konusunda sık sık tartışırız. Oysa aynı dili kullanıyor ve dışsal gerçekliğin aynı parçasına bakıyoruz: Buradaki farklılık, sözcüklerimizi bu gerçekliğe bağlayan mavilik ya da yeşillik kavramlarından kaynaklanmaktadır.

Diğer içerimler

C.S. Peirce

Peirce (1931-58) ile Ogden ve Richards (1923), göstergelerin nasıl anlam yarattıkları konusunda birbirine çok benzer modeller ortaya koydular. Anlamı incelemek için gösterge, kullanıcı ve dışsal gerçeklik arasındaki üç köşeli ilişkiyi modelin zorunlu bir ögesi olarak belirlediler. Amerikan göstergebiliminin kurucusu olarak kabul edilen Peirce, modelini basitçe şöyle açıklamaktadır:



Şekil 12: *Peirce'in anlam öğeleri*

Bir gösterge, başka bir şeyin yerine koyulabilme özelliğine ve kapasitesine sahip olan bir şeydir. Gösterge birisine seslenir, yani seslendiği kişinin zihninde denk bir gösterge ya da belki de çok daha gelişmiş bir gösterge yaratır. Yaratılan göstergeyi, birinci göstergenin yorumlayıcısı olarak niteliyorum. Gösterge bir şeyi, *gösterdiği nesneyi* temsil eder (Zeman'da, 1977).

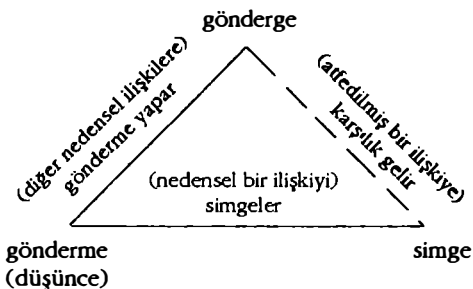
Peirce'ın üç terimi, şekil 12'deki gibi modelleştirilebilir. İki uçlu oklar her bir terimin yalnızca diğerleriyle ilişkili olarak anlaşılabilirliğini vurgulamaktadır. Bir *gösterge* kendinden başka birşeye *-nesneye-* göndermede bulunur ve birisi tarafından anlaşılır: yani kullanıcının *-yorumlayıcının-* zihninde bir etkiye sahiptir. Yorumlayıcının, göstergenin kullanıcısı olmadığını anlamamız gerekir. Yorumlayıcı, Peirce'ın başka bir yerde belirttiği gibi, 'uygun anlamlandırıcı etki'dir, yani hem gösterge hem de kullanıcının nesne ile ilgili deneyimi tarafından üretilen zihinsel bir kavramdır. OKUL sözcüğünün (göstergenin) herhangi bir bağlamdaki yorumlayıcısı, kullanıcının bu sözcüğe ilişkin deneyiminin (onu teknik bir koleje atfetmeyecektir) ve 'okul' olarak adlandırılan kurumlara yani nesneye ilişkin deneyiminin bir sonucu olacaktır. Bu sözcük, kesin olarak tanımlanan bir anlama sahip değildir. Yüklenen anlam, kullanıcının deneyimine bağlı olarak belirli sınırlar içerisinde değişebilir. Bu sınırları toplumsal uzlaşımlar (bu durumda İngiliz dilinin uzlaşımları) belirler; bu sınırlardaki değişimler, kullanıcılar arasındaki toplumsal ve psikolojik farklılıklara izin verir.

Göstergebilim ve süreç modelleri arasında burada anılması gereken bir farklılık daha vardır: Göstergebilim modelleri kodlayıcı (*encoder*) ve kodaçıcı (*decoder*) arasında bir ayrım yapmaz. Yorumlayıcı, göstergenin kullanıcısını niteleyen zihinsel bir kavramdır. Bu kullanıcı, bir konuşmacı ya da dinleyici, bir yazar ya da okur, bir ressam ya da izleyici olabilir. Kodaçma, kodlama kadar etkin ve yaratıcı bir eylemdir.

Ogden ve Richards (1923)

Peirce ile düzenli bir şekilde haberleşen Ogden ve Richards bu alandaki İngiliz araştırmacılarıdır. Peirce'ın modeline çok benzeyen bir üçgen anlam modeli türettirler. Onların göndergesi Peir-

ce'in nesnesine, göndermesi yorumlayıcısına ve simgesi de göstergesine karşılık gelmektedir. Onların modelinde, gönderge ile gönderme ve böylece simge ile gönderme doğrudan bağlantılıdır. Ancak simge ile gönderge arasındaki bağlantı dolaylıdır ya da atfedilmiştir. Ogden ve Richards'ın, Peirce'in modelindeki eşkenar ilişkiden ayrılışları onları Saussure'a yaklaştırır (aşağıya bakınız). Saussure da göstergenin dışsal gerçeklik ile ilişkisine çok az önem atfeder. Tıpkı Saussure gibi Ogden ve Richards da simgeyi merkezi bir konuma yerleştirirler: simgelerimiz düşüncelerimizi ya da göndermelerimizi yönetir ve düzenler ve göndermelerimiz de gerçeklik algılarımızı düzenler. Ogden ve Richards'daki simge ve gönderme, Saussure'daki gösteren ve gösterilenin benzeridirler.



Şekil 13: Ogden ve Richards'ın anlam öğeleri

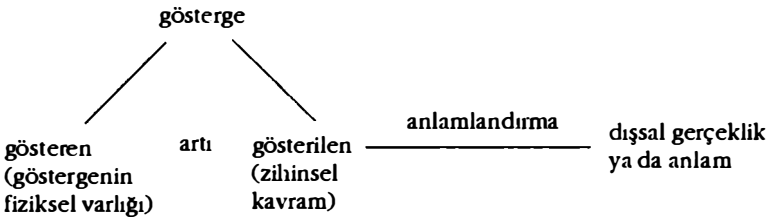
Saussure

Göstergebilimin kurucularından birisi Amerikalı mantıkçı ve felsefeci C.S. Peirce ise, diğeri şüphesiz İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'dur. Peirce, bir felsefeci olarak, deneyimimizi ve bizi saran dünyayı anlama sorunuyla ilgilendi. *Göstergebilimin*, yani anlamlandırma ediminin önemini çok sonraları kabul etti. Onun asıl ilgisi, göstergeler, insanlar ve nesneler arasındaki yapısal ilişkide inşa edildiğini düşündüğü anlama yönelikti.

Saussure ise bir dilbilimci olarak öncelikle dil ile ilgilendi. Göstergelerin (ya da sözcüklerin), Peirce'daki gibi nesnelerle ilişkilerinden çok, diğer göstergelerle ilişkileri üzerinde yoğunlaştı.

Bu nedenle, Saussure'un temel modeli, Peirce'in modelinden vurdurda ayrılmaktadır. Saussure göstergenin kendisine çok daha doğrudan odaklanır. Saussure için gösterge, anlamı olan fiziksel bir nesnedir, ya da onun terimleriyle söylersek; bir gösterge, bir *gösteren* ve *gösterilen*den oluşur. Gösteren, göstergenin algıladığımız imgesidir - kağıt üzerindeki işaretlerdir, havadaki seslerdir. Gösterilen, gösterenin göndermede bulunduğu zihinsel kavramdır. Bu zihinsel kavram, aynı dili paylaşan aynı kültürün üyelerinin tümü için ortaktır.

Saussure'un göstereni ile Peirce'in göstergesi ve Saussure'un gösterileni ile Peirce'in yorumlayıcısı arasındaki benzerlikleri hemen görebiliriz. Saussure, yine de, bu iki ögenin Peirce'in 'nesne'si ya da dışsal anlamla ilişkisiyle Peirce'den daha az ilgilendi. Saussure bu konu üzerinde durduğunda onu *anlamlandırma* olarak nitelendirir ancak bu konuya karşılaştırmalı olarak daha az zaman harcar. Saussure'un modeli şekil 14'deki gibi görselleştirilebilir.



Şekil 14: Saussure'un anlam öğeleri

Örnek için kağıdın üzerine iki işaret koyacağım:

O X

Bunlar, sıfırlar ve çarpılar oyunundaki (tik, tak, to) ilk iki hamle olabilir, bu durumda kağıt üzerindeki önemsiz işaretler olarak kalırlar. Ya da bir sözcük olarak okunabilirler, bu durumda gösteren (onların görünüşü) ile belirli bir hayvana (öküzlük) ait zihinsel kavramımızdan oluşan bir gösterge haline gelir. Benim öküzlük kavramım ile öküzün fiziksel gerçekliği arasındaki ilişki, 'anlam-

landırma' ilişkisidir: Bu benim dünyayı anlamlandırma, onu anlama tarzıdır.

Bunun üzerinde ısrarla duruyorum, çünkü gösterilenlerin de gösterenler kadar belirli bir kültürün ürünleri olduğunu anımsamamız önemlidir. Sözcüklerin, yani gösterenlerin dilden dile değiştiği çok açıktır. Ancak gösterilenlerin evrensel olduğuna ve – "anlam" aynıdır diyerek– çevirinin Fransızca bir sözcüğün yerine İngilizce bir sözcük koyma gibi basit bir mesele olduğuna inanına yanlışlığına düşmek çok kolaydır. Ne var ki gerçekte bu böyle değildir. Öküzlerle ilgili zihinsel kavramımın bir Hindistanlı çiftçininkinden çok farklı olması gerekir. Hintlilerin öküz için kullandıkları sözcüğün Hinduca okunuşunun (gösteren) bana öğretilmesi, beni onların 'öküzlük' kavramını paylaşabileceğim bir konuma getirmez. Gösterenin her dildeki dilsel biçiminin kültüre özgü olması gibi, bir öküzün anlamlandırılması da kültüre özgüdür.

Gösterge ve sistem

"Öküz nedir?" sonucu aldatıcı biçimde basit bir sorudur. Ya da daha dilbilimsel ya da göstergebilimsel biçimde sorarsak, "*öküz* göstergesi ile neyi ifade ediyoruz?" Saussure'e göre bu soru, yalnızca bu gösterge ile neyi ifade *etmediğimizin* bilgisi ışığında yanıtlanabilir.

Bu, göstergenin nasıl anlamlandırma yaptığına yönelik yeni bir yaklaşımdır. Saussure ve Peirce arasındaki benzerlik, her ikisinin de anlamı yapısal ilişkilerde aramasındadır, ancak Saussure yeni bir ilişkiyi –göstergelerin aynı sistemdeki diğer göstergelerle ilişkisini– öne çıkarır: Yani bir göstergenin diğer göstergelerle olasılık dahilinde olan ancak gerçekleşmeyen ilişkisiyle ilgilenir. Nitekim, *erkek* göstergesinin anlamı diğer göstergelerden nasıl ayırt edildiğine bağlı olarak belirlenir. Dolayısıyla, *erkek* göstergesi *hayvan*, *insan*, *çocuk* ya da *usta* anlamına gelmez.

Chanel firması Fransız yıldız Catherine Deneuve'yü, parfümüne incelikli geleneksel Fransız şıklığının özel bir imgesini vermek için seçtiğinde, Catherine Deneuve sistemdeki bir gösterge haline geldi. Bir gösterge olarak Catherine Deneuve'nün anlamını belirleyen, diğer gösterge yıldızlardır. Catherine Deneuve bir Susan Hampshire (fazla İngiliz), bir Twiggy (fazla genç, modayı yakın-

dan izleyen, benimsediği modayı çabuk değiştirebilen), bir Brigitte Bardot (aptal sarışın) ve diğerleri değildi.

Bu anlam modeline göre, gösterilenler, gerçekliği anlayabileceğimiz biçimde sınıflandırmak için kullandığımız zihinsel kavramlardır. Bir kategori ile diğeri arasındaki sınırlar doğal değil yapaydır, çünkü doğa bir parçanın bütünüdür. Erkek ve çocuk arasında biz çizene kadar bir sınır yoktur ve bilim adamları, insanlar ve öteki hayvanlar arasındaki sınırın daha doğru bir biçimde tanımlamak için sürekli uğraşmaktalar. Dolayısıyla gösterilenleri, bağlı oldukları kültür ya da altkültür tarafından belirlenen insanlar üretmektedirler. Gösterilenler, bir kültürün üyelerinin birbirleriyle iletişimlerinde kullandıkları dilsel ve göstergesel sistemin parçasıdır.

Böylece, herhangi bir gösterilenin göndermede bulunduğu gerçeklik ya da deneyim alanı, yani göstergenin anlamlandırılması, bu gerçekliğin/deneyimin doğası tarafından değil, sistemdeki birbirleriyle ilişkili gösterilenlerin sınırları tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle, anlamı en iyi belirleyen şey, bir göstergenin dışsal gerçeklikle ilişkisinden çok, o göstergenin diğer göstergelerle ilişkisidir. Saussure, göstergenin sistemdeki diğer göstergelerle ilişkisine *değer* adını verir. Saussure'a göre anlamı belirleyen aslında *değer*dir.

Göstergebilim ve anlam

Göstergebilim iletişimi –ister kodlayıcı ister kodaçıcı tarafından– iletilerde anlam üretme olarak görür. Anlam, iletide düzgünce paketlenmiş bir biçimde bulunabilecek mutlak, sabit bir kavram değildir. Anlamlandırma etkin bir süreçtir: göstergebilimciler bu sürece göndermede bulunmak için yaratma, üretme ya da müzakere etme gibi fiilleri kullanırlar. Kişi ve ileti arasındaki alıp vermeyi ifade eden müzakere etme, bu fiillerin belki de en kullanışlı olanıdır. Anlam gösterge, yorumlayıcı ve nesne arasındaki güçlü etkileşimin bir sonucudur: Tarihsel olarak konumlandırılmıştır ve zaman içinde değişebilir. Hatta 'anlam' terimini terkedip, Peirce'ın çok daha etkin olan "anlamlandırma edimi" (*semiosis*) terimini kullanmak yararlı olabilir.

Gösterge kategorileri

Temel kavramlar

Peirce ve Saussure göstergelerin anlamı aktardıkları farklı yolları açıklamak için çabaladılar. Peirce, her biri gösterge ve nesnesi, ya da göndermede bulunduğu şey, arasındaki farklı bir ilişkiyi ortaya koyan üç gösterge kategorisi üretti.

*Görüntüsel gösterge*de, gösterge bazı yönlerden nesnesine benzemektedir: onun gibi görünür ya da onun gibi ses çıkartır. *Belirtisel gösterge*de, gösterge ile nesnesi arasında doğrudan bir bağlantı vardır: bunlar gerçekte birbirlerine bağlıdırlar. *Simge*de gösterge ve nesne arasında ne bağlantı ne de benzerlik vardır: Simgenin iletişimde kullanılmasını sağlayan tek neden, simgenin yerine geçtiği şeyi nitelemesi konusunda insanların anlaşıp olmalarıdır. Fotoğraf bir görüntüsel göstergedir, duman ateşin belirtisel göstergesidir ve sözcük bir simgedir.

Saussure belirtisel göstergelerle ilgilenmedi. Bir dilbilimci olan Saussure, gerçekte yalnızca simgelerle ilgilendi, çünkü sözcükler birer simgedir. Ancak onu izleyenler, göstergenin fiziksel biçiminin (gösteren) ve onun çağrıştırdığı zihinsel kavramın (gösterilen) *görüntüsel* (iconic) ya da *nedensiz* (arbitrary) biçimde bağlantılı olabileceklerini kabul ettiler. Görüntüsel ilişkide gösteren gösterilene benzer. Nedensiz ilişkide, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi belirleyen şey, kullanıcılar arasında varolan uzlaşımlardır. Saussure'un gösteren ve gösterilen arasındaki *görüntüsel ilişkiler* ve *nedensiz ilişkiler* diye adlandırdığı şey, Peirce'in *görüntüsel göstergelerine* ve *simgelerine* tam olarak karşılık gelmektedir.

Diğer içerimler

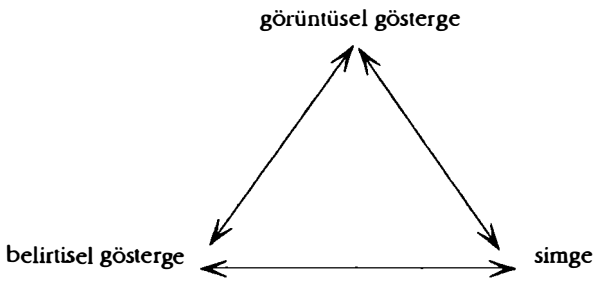
Saussure ve Peirce, dilbilim ve felsefe gibi farklı akademik geleneklerde çalıştıysalar da, göstergebilimi anlamada göstergenin merkeziliği konusunda anlaşıyorlardı. İlk yapılması gerekenin, çeşitli göstergelerin sınıflandırılması olduğu konusunda da anlaşıyorlardı. Saussure bunu, gösterenin gösterilenle ilişkisi bazında, Peirce ise göstergenin nesneyle ilişkisi bazında yaptı.

Peirce göstergeleri üç gruba ayırır – görüntüsel gösterge, belirtisel gösterge ve simge. Bunlar da bir üçgen üzerinde modelleştirilebilir (Şekil 15). Peirce bu modelin, göstergelerin doğası konusundaki en kullanışlı ve en temel model olduğuna inanmıştır:

Her gösterge nesnesi tarafından belirlenir. Birinci olarak, gösterge nesnesinin niteliğini paylaşıyorsa onu bir *görüntüsel gösterge* olarak adlandırmaktayım; ikinci olarak, gösterge bireysel varoluşu içinde tekil nesneye gerçekten bağımlı ise onu bir *belirtisel gösterge* diye adlandırmaktayım; üçüncü olarak, bir göstergeyi *simge* olarak adlandırdığımda, bununla, uzlaşım sonucu hemen herkesin az ya da çok aynı kesinlikte anlayabileceği bir nesneyi nitelendirdiğim anlaşılacaktır. (Zeman'da, 1977)

Bir *görüntüsel gösterge* nesnesiyle benzerlik taşır. Bu benzeşim görsel göstergelerde çoğu kez çok daha açıktır: Teyzemin fotoğrafı, harita, kadın ve erkek tuvaletlerini simgeleyen yaygın görsel göstergeler birer görüntüsel göstergedirler. Ancak görüntüsel gösterge sözsüz de olabilir: Doğal seslerin taklit edilmesi (*onomatopoeia*) görüntüsel gösterge dili oluşturma girişimidir. Tennyson, "yaşlı kara-ağaçlardaki anların vızıldaması" dizesinde sözcüklerin sesini anların sesine benzetir. Bu, görüntüsel göstergedir. Beethoven'ın "Pastoral" Senfonisi, doğal seslerin müzikteki görüntüsel göstergelerini içerir. Bazı parfümlerin cinsel uyarıya yol açan hayvansal kokuların yapay görüntüsel göstergeleri olduğunu düşünebiliriz. Peirce'ın gösterge-nesne-yorumlayıcı modeli, öğeleri arasındaki ilişkinin soyut yapısını somut bir biçimde yeniden üretmeye kalkıştığı için bir görüntüsel göstergedir.

Bir *belirtisel göstergeyi* açıklamak da aynı şekilde basittir. Belirtisel gösterge nesnesiyle doğrudan varoluşsal bağlantısı olan bir göstergedir. Duman ateşin bir belirtisel göstergesi; hapşırma soğuk algınlığının bir belirtisel göstergesidir. Eğer sizinle buluşmak istersem, beni tanımanız için size bıyıklı olduğumu ve yakama bir sanı gül takacağımı söyleyebilirim; sonuçta bıyığım ve sanı gül benim belirtisel göstergelerimdir.



Şekil 15. Peirce'm gösterge türleri kategorisi

Bir *simge*, nesnesiyle bağlantısı uzlaşma, anlaşma ya da kural sonucu olan bir göstergedir. Sözcükler genelde simgedirler. Kızıl haç işareti bir simgedir. Rakamlar simgedirler –2 şeklinin bir çift nesneye göndermede bulunması için hiçbir neden yoktur: bunun böyle olmasını sağlayan, kültürümüzdeki uzlaşımlar ya da kurallardır. Roma rakamı II ise açıkça görüntüsel bir göstergedir.

Bu kategoriler ayrı ve farklı değildirler. Bir gösterge çeşitli türlerden oluşmuş olabilir. Örneğin şekil 16'daki trafik işaretini ele alalım. Kırmızı üçgen bir simgedir –Karayolu kurallarına göre "uyarı"yı ifade eder. Ortadaki haç bir görüntüsel gösterge ve simge karışımıdır: biçimi kısmen nesnesinin şekli tarafından belirlendiği için görüntüsel göstergedir, ancak aynı zamanda simgeseldir de, çünkü onu bir 'kilise' ya da 'hastane' olarak değil de bir 'kavşak' olarak anlamamız için kuralları bilmemiz gerekir. Bu gösterge, gerçek yaşamdaki bir kavşağa yaklaştığımızda işaret ettiği için aynı zamanda bir belirtisel göstergedir de. Bir Karayolu kuralları kitapçığında ya da elinizdeki bu kitapta basılı olduğunda artık belirtisel gösterge değildir, çünkü nesnesiyle fiziksel ya da uzamsal bağlantısını yitirmiştir.



Şekil 16: Görüntüsel-belirtisel - simgesel gösterge

İkinci ve üçüncü levhadaki karikatürleri çözümleyerek, Peirce'nin gösterge kategorilerinin açıklama gücünü sınayabiliriz. Karikatürler, basit, doğrudan araçlar aracılığıyla zengin bir enformasyon taşımaya çalışan ileti örnekleridirler – karmaşık gösterilenler için basit gösterenler kullanırlar.



Levha 2: ASQUITH (güçlü uşağına şunları söyler): "Hayır – bu İrlanda'lı Protestanlar konusunda fazla endişelenme , ancak gözlerini de Black Country'den ayırma. Bu ülkede kan dökülmesine ve şiddete izin vermeyeceğiz, ki zaten Hristiyan dini de bunu emretmektedir." Will Dyson, *Daily Herald*, 19 Haziran 1913.

İki numaralı levha, İrlanda sorununa, ülkenin iç kısımlarındaki endüstriyel huzursuzluğa, yasa ve düzene ve dönemin liberal hükümetinin tutumuna ilişkin bir iletiyi aktarmak için karşılıklı konuşan iki kişiyi geleneksel karikatür uzlaşımı içinde kullanıyor.

Sağdaki kişi Başbakan Asquith'dir. Onu yüz çiziminden tanıyoruz: bu *görüntüsel* bir *göstergedir*, yani biçimi *nesnesinin* (Asquith'in kendisi) görünüşü tarafından belirlenmektedir. Başbakan'ın ellerinin cebinde olması farklı türden bir göstergedir. Cebindeki ileriye dönük elleriyle, ağırlığını topuklarına vermiş haliyle soğukkanlılığa işaret etmekte olduğu kabul edilebilir. Dumanın ateşin, kırmızı beneklerin kızamığın belirtisi olması gibi fiziksel duruş da duygusal durumun *belirtisel göstergesidir*. Başbakanın ileriye çıkık göbeği de hafif bir farklılıkla bir belirtisel göstergedir. Bu, düzdeğişmeceye yaklaşan bir belirtisel göstergedir (5. bölümde düzdeğişmeceye bakınız). Açlıktan ölmek üzere olan bir bebeğin fotoğrafının Üçüncü Dünya yoksulluğunun belirtisel göstergesi olabilmesi gibi, şişman bir göbek de refahın ve tüketimin belirtisel göstergesi olabilir. (Black Country'nin grevdeki üreticileri betimlenmiş olsaydılar, galiba zayıf ve aç olarak çizilirlerdi). Ama Asquith'in kendisi oldukça şişmandı. Bu nedenle göbek görüntüsel gösterge boyutuna da sahiptir. Sarkık çenenin de, ahlakî bir zayıflığa ve çöküşe işaret eden aynı türden bir görüntüsel ve belirtisel gösterge olduğunu düşünüyorum. Bu benim göstergeye ilişkin yorumum. Ancak, bu yorumu benimle paylaşıp paylaşmayacağınız konusunda Asquith'in göbeğine ilişkin yorumum kadar emin değilim.

Karikatürist Dyson, görüntüsel ve belirtisel göstergelerin önemli bir özelliğini kullanıyor. Bu tür göstergeler beraberlerinde gerçekliği taşırlar, çünkü farklı bir biçimde olsa da nesneleriyle doğrudan bağlantılıdırlar. Bu göstergeler, "nesne gerçekten böyle, yorumunuz benim göstergemden çok sizin nesneye ilişkin deneyiminiz tarafından biçimlenmekte. Benim göstergem size yalnızca nesnenin kendisini anımsatıyor ya da nesnenin bir yansımasını önünüze getiriyor" der gibi görünmekteler. Bunlar, simgesel, örneğin sözselsel bir betimlemenin yapabileceğinden daha buyurgan bir biçimde Asquith'in gerçekten soğukkanlı, rahat ve refah içinde olduğunu ima ediyorlar. Bu olguya 6. bölümde haber fotoğraflarını incelerken tekrar döneceğiz.

Martin Walker (1978), bu bölümde yer verilen karikatürlerin-

de "polisin budalalığını ve korku veren görüntüsünü" eleştirmektedir. Yorum üretmek için, gösterge ve nesne arasındaki görüntüsel ve belirtsel gösterge ilişkileri ile, okurun polise ilişkin toplumsal deneyimini birleştirmeyi deneyebilirsiniz.

Gould'un karikatürü (3. levha) için de benzer bir çözümleme yapılabilir. Burada Kayzer Bill, bir ailenin gümüşlerini (Sırbistan ve Belçika) çalarken gösteriliyor. Pencerede, hırsız yakalamak üzere olan ve bıyıklannın favorileriyle birleşmesinden dolayı John Bull olduğu anlaşılan bir polislin gölgesi görünmektedir. Polis Britanya, Avrupa'nın güvenliğini hırsız Almanya'ya karşı koruyacaktır.

Gümüş açıkça Sırbistan ve Belçika'nın bir simgesidir. Ancak, gösterge ve nesne arasındaki bu ilişkiye dair önceden varolan bir anlaşma yoktur. Bu nedenle Gould, bu anlaşmayı yaratmak için diğer *simgeleri*, SIRBİSTAN ve BELÇİKA sözcüklerini kullanmak zorundadır. Bu sözcükler elbette anlam ifade etmektedirler, çünkü bu sözcüklerin Avrupa'nın belirli ülkelerine gönderme yaptıkları konusunda bir anlaşma söz konusudur. Uzun favoriler ise John Bull'un *belirtsel göstergeleridir* ve John Bull Britanya'nın *simgesi*dir (Bu konuda doğal olarak bir anlaşma söz konusudur – John Bull'un Britanya'yı temsil ettiği konusunda hepimiz anlaşıyoruz).

Görüntüsel ve belirtsel göstergeler ile simgelerin karmaşık bir birleşimi olan bu karikatür, benim yaptığımdan daha ayrıntılı bir çözümlemeyi gerektirmektedir. Peirce'ın gösterge kategorileri ile Jakobson'un eğretileme ve düzdeğişmece kuramını karşılaştırma olanağı bulacağınız 6. bölümü okuduktan sonra bu bölüme tekrar dönünüz.

Saussure ve gösterge

Saussure'un gösterge çözümlemesi, 'anlamlandırmayı', yani gösterilenin gerçeklikle ilişkisini ya da Peirce'ın gösterge nesne ilişkisini ikinci plana iter. O öncelikle gösteren ve gösterilen ile bir göstergenin diğer göstergelerle ilişkisi üzerinde durur. Saussure'un 'gösterilen' terimi, Peirce'ın 'yorumlayıcı' terimiyle bazı benzerlikler gösterir, ancak Saussure gösteren-gösterilen ilişkisi için asla "etki" terimini kullanmaz: ilgisini asla kullanıcılar alanına yöneltmez.



Levha 3: "Kayzer Bill", Francis Gould, the *Westminster Gazette*.
Ağustos 1914.

Saussure'un gösteren ile gösterilen ilişkisine yönelik ilgisi, Avrupa göstergebilim geleneğinde varolan bu yöndeki büyük bir ilgi ile bağlantılı olarak gelişti. Saussure aslında bir dilbilim kuramı geliştirmek için uğraştı ve göstergebilim adını verdiği olası bir çalışma alanından sadece kısaca sözetti:

Toplumdaki göstergelerin yaşamını araştırarak bir bilim dalı düşleyebiliriz... Onu Yunanca semeion'dan (gösterge) gelen göstergebilim olarak adlandırıyoruz. Bu bilim dalı bize göstergelerin nelerden oluştuğunu ve onları hangi yasaların yönettiğini öğretecektir. Henüz varolmadığı için nasıl bir bilim olacağını söyleyemeyiz: Ancak varolma hakkına sahiptir; yeri ileride temin edilecektir. Dilbilim bu genel bilimin yalnızca bir parçasıdır ve göstergebilimin keşfedeceği kurallar belki de dilbilime uygulanabilir olacaklar. Böylece dilbilim kendini iyi tanımlanmış bir insani bilim alanına bağlanmış bulacak (Course, 16; Course, 33)

Saussure oldukça kapsamlı olan bu göstergeler bilimiyle uğraşma işini ardıllarına bıraktı. (Tesadüfen bunlar daha çok Fransa'da çalıştılar ve göstergebilim (*semiology*) terimini kullandılar).

Göstergenin güdülenmesi

Pierre Guiraud (1975) ve Roland Barthes (1968, 1973) Saussure'u izleyerek onun düşüncelerini geliştirdiler. Guiraud ve Barthes'ın çözümlemelerini kavrayabilmek için bir dizi yeni terimi öğrenmemiz gerekmektedir. (Gelişmekte olan bir çalışma alanının en zorlayıcı boyutlarından birisi, yarattığı özel terimlerin (jargonun) miktarıdır. Yeni yazarlar yeni sözcükler bulma eğilimindedirler ve yalnızca bir bilim iyi bir biçimde inşa edildiğinde terminolojisi de yerleşir ve genel kabul görmeye başlar. Ancak burada, otoriteler bilimin adı üzerinde bile anlaşıyorlar). Gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyi araştırırken kullanılan başlıca terimler, *nedensiz (arbitrary)*, *görüntüsel*, *güdüleme* ve *sınırlama*dır ve bunlar birbirlerine sıkı sıkıya bağlantılıdır.

Göstergenin nedensiz doğası, Saussure'e göre, insan dilinin kalbiydi. Saussure bu terimle, gösteren ile gösterilen arasında zorunlu bir ilişki olmadığını ifade etti: ilişkiyi belirleyen, kullanıcılar arasındaki uzlaşımlar, kurallar ya da anlaşmalardır. Diğer bir deyişle, Saussure'ün *nedensiz* diye adlandırdığı göstergeler tam da Peirce'in *simgelerine* denk düşmektedirler. Peirce gibi Saussure da bunun en önemli ve en gelişmiş kategori olduğunu düşünüyordu.

Görüntüsel terimini daha önceden tanıyoruz. Saussurecular bu terimi Peirce'in kullandığı anlamda kullanırlar: yani, görüntüsel göstergede gösterenin biçimi gösterilen tarafından belirlenmektedir.

Güdüleme ve *sınırlama* terimleri gösterilenin göstereni belirleme derecesini betimlemek için kullanılırlar: bu iki terim kolaylıkla birbirlerinin yerine kullanılabilirler. Oldukça güdülenmiş bir gösterge tam bir görüntüsel göstergedir. Bir fotoğraf bir yol işaretiinden çok daha fazla güdülenmiştir. Nedensiz bir gösterge güdülenmemiştir. Ya da, gösterilenin gösteren üzerindeki etkisine gönderme yapmak için *sınırlama* terimini de kullanabiliriz. Fazla güdülenmiş gösterge, gösterilenin göstereni fazla sınırladığı göstergedir.



SHRRMPHE
UNINFORMED
CLAPTRAP!!



WOMEN

K



Levha 4. Kadın Göstergeleri



M



O



P

WOMEN



Q



L



S



E



R

Bir erkeğin fotoğrafı oldukça güdülenmiştir, çünkü fotoğrafın (gösteren) nasıl görüldüğünü belirleyen şey özünde erkeğin kendisinin nasıl görüldüğüdür. (Fotoğrafçı etkisi –çerçeveleme, odaklama, ışıklandırma, kamera açısı– son göstergede nedensiz bir öge üretir). Yağlıboya bir portre, bir fotoğraftan daha az kesin görüntüsel bir göstergedir ya da daha çok nedensizdir ya da öyle olabilir – portre daha az güdülenmiştir. Yine bir karikatür (örneğin 2. levhadaki Asquith'in karikatürü) bir fotoğraftan daha az güdülenmiştir: Karikatürist nesnesinin görünüşünü istediği gibi çizmekte özgürdür; daha az sınırlandırılmıştır. Görüntüsel öğeyi oldukça içeren "Erkeğin" yerine geçecek daha az güdülenmiş, çok daha nedensiz göstergeler anyorsak, bir çocuğun kibrit çöpleriyle yaptığı adama ya da erkekler tuvaletinin kapısındaki göstergeye bakabiliriz. Güdülenmemiş nedensiz gösterge ERKEK sözcüğünün kendisi ya da (♂) simgesidir. Dördüncü levha bunu değişik derecelerde güdülenmiş göstergelerin bir kolajı ile betimlemektedir. Daha az güdülenmiş göstergeler bizim için daha önemlidirler, çünkü kullanıcıların uzlaşımlar üzerinde anlaşmış olmaları gerekir: gösterge, uzlaşımlar olmaksızın anlam kazanamaz ya da tümüyle *yanlış kodaçımına* maruz kalır. (ileride bakınız).

Uzlaşım

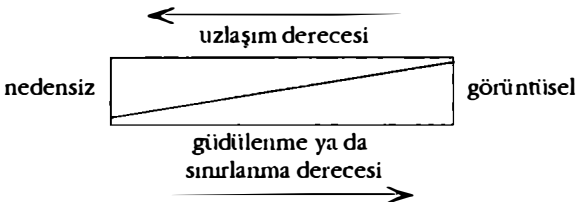
Uzlaşım ya da Peirce'ın terimiyle alışkanlık, iletişim ve anlamlandırmada önemli roller oynar. En biçimsel düzeyde bunlar nedensiz göstergelerin işleyiş kurallarını tanımlayabilir. KEDİ göstergesinin bir giyim eşyasına değil, dört ayaklı bir hayvana gönderme yaptığına ilişkin biçimsel bir uzlaşım vardır. KEDİLER FARELERİ AVLAR: bu gramer yapısında yer alan üç göstergenin anlamını belirleyen biçimsel bir uzlaşım vardır: birinci sözcüğün ikinci sözcüğü avladığı konusunda hemfikiriz. Ayrıca, sözcüklerin sonundaki –ler takılarının çoğulluğu ifade etmesi de uzlaşımsaldır.

Ancak daha az biçimsel, daha az açık ifade edilen uzlaşımlar da vardır. Deneyimlerimizden, televizyondaki ağır çekimlerin iki şeyden birini "ifade ettiğini" öğrendik: Bir becerinin ya da hatanın (özellikle spor programlarında) incelenmesini ya da güzelliğin takdir edilmesini. Bazen, kadınların cimnastik programlarında olduğu gibi her ikisini birden de ifade edebilir. Benzer göstergelerle ilgili

deneyimlerimiz, yani uzlaşımınla ilgili deneyimlerimiz uygun şekilde tepki vermeyi mümkün kılar. –Ağır çekimin, insanların durup dururken aniden yavaşladıklarını ifade etmediğini biliriz ve içerikle ilgili deneyimimiz bize güzelliği mi takdir etmemiz gerektiğini yoksa hareketteki beceriyi mi değerlendirmemiz gerektiğini söyler.

Bazen bir göstergedeki uzlaşımın ve görüntüselliğin oynadığı göreceli rolleri –yani bir göstergenin gerçekte ne kadar çok güdülendiği ya da sınırlandırıldığını– belirlemek zordur. Kameranın bir kişinin yüzünü çok yakın çekime alması, uzlaşımsal olarak o kişinin çok güçlü bir duygu deneyimlediğini ifade eder. Uzlaşımsal olarak, bu hareketin yüzümüzü aniden onun yüzüne yapıştırdığımızı ifade etmediğini biliyoruz. Bu yakın çekim, o anda ilginizin o kişinin üzerinde yoğunlaşmasını temsil eden ya da bunu yeniden üreten görüntüsel öğeyi de içerir.

Bir gösterge görüntüsel de olsa belirtisel de olsa onu anlamak için uzlaşım zorunludur. Bir fotoğrafı ya da hatta balmumundan yapılma gerçek boyuttaki bir insan heykelini nasıl anlayacağımızı öğrenmeye gereksinimimiz vardır. Uzlaşım, göstergelerin toplumsal boyutudur: Bir göstergenin uygun kullanımına ya da ona verilen yanıtla ilişkin kullanıcılar arasındaki bir anlaşmadır. Uzlaşımsal boyutu olmayan göstergeler tümüyle özeldirler ve bu nedenle de iletişim değerleri yoktur. Bu nedenle, nedensiz ve görüntüsel göstergeler arasındaki ya da simgeler ile görüntüsel/belirtisel göstergeler arasındaki ayrımı farklı kategoriler olarak değil, bir göstergeler ölçeği üzerindeki farklılaşma olarak düşünmek bize daha çok yardımcı olabilir. Ölçeğin bir ucunda tümüyle nedensiz gösterge, yani simge yer almaktadır. Diğer ucunda ise pratikte asla varolmayan, saf görüntüsel gösterge bulunmaktadır. Gösterge çizelgesini şekil 17'deki gibi görselleştirebiliriz.



Şekil 17: Güdülenme ölçeği

Ölçeğin sol ucundaki göstergeler, yüzde yüz nedensiz, uzlaşım sal, güdülenmemiş, sınırlandırılmamış göstergelerdir. Orta bölgedeki göstergeler, güdülenme derecelerine göre yerleştirilen karmaşık göstergelerdir. Bu nedenle, bir karayolundaki kavşakları gösteren haçlı bir karayolu işareti, kavşakları gösteren bir haritaya göre daha solda yer alır. Karayolu işaretindeki haç yüzde altmış nedensiz, yüzde kırk görüntüsel bir gösterge iken, kavşakları gösteren haritadaki haç yüzde otuz nedensiz yüzde yetmiş görüntüsel bir göstergedir. Ve göstergeler tümüyle görüntüsel göstergeler haline geldikçe bunları ölçeğin sağına doğru kaydırmanız gerekmektedir.

Göstergelerin düzenlenmesi

Temel kavramlar

Saussure göstergelerin kodlar içinde düzenlendiği iki yol belirledi. Bunlardan birincisi *paradigmalar*dır. Bir paradigma, içlerinden bir tanesinin kullanılmak üzere seçildiği bir göstergeler dizgesidir. Karayolu işaretlerinin şekilleri –kare, daire, üçgen– bir paradigmayı oluşturur. Şekillerin içinde yer alan simgeler dizgesi de bir paradigmayı oluşturur. Saussure'un belirlediği ikinci yol ise *dizimsektir* (*syntagmatic*). Bir dizim (*syntagm*), seçilen göstergelerin birleştirildiği iletidir. Bir karayolu işareti bir dizimdir: seçilen bir şeklin seçilen bir simgeyle birleşimidir. Dil açısından bakarsak, bir dildeki sözcük dağarcığı bir paradigmayı; bu dilin sözcüklerinden oluşan bir cümle de bir dizimi oluşturmaktadır. Bu nedenle, bütün iletiler (bir paradigmadan) *seçim* yapmayı ve (bir dizimde) *birleştirilmeyi* gerektirirler.

Diğer içerimler

Saussure'un, bir göstergenin anlamını esasen onun diğer göstergelerle ilişkisinin belirlediğini ısrarla ileri sürdüğünü anımsamamız gerekir. Saussure'u Peirce'dan radikal bir biçimde ayıran bu sav, Saussure'un dilbilimsel ilgisini yeterince açık bir biçimde ortaya koyuyor. Saussure, bir göstergenin diğer göstergelerle girebileceği başlıca iki ilişkiyi *paradigma* ve *dizim* terimleriyle betimlemektedir.

İlk önce paradigmaları ele alalım. Bir paradigma bir dizgedir. Seçim bu dizge içinden yapılır ve bu dizgeden yalnızca bir tek birim seçilebilir. Alfabadeki harfler basit bir paradigma örneğidir. Harfler yazılı dilin paradigmasını meydana getirirler ve bir paradigmanın iki temel özelliğini gösterirler:

1. Bir paradigmadaki tüm birimlerin ortak özelliklere sahip olmaları gerekir, yani o paradigmaya aidiyeti belirleyen nitelikleri paylaşmak zorundadırlar: M'nin bir harf olduğunu ve bu nedenle de alfabetik paradigmanın bir üyesi olduğunu biliyoruz. Dahası, ne 5 rakamının ne de % işaretinin alfabetik paradigma içerisinde yer almadığını da biliyoruz.

2. Paradigmadaki her birimin, diğer birimlerden kolaylıkla ayırt edilebilmesi gerekir. Bir paradigmadaki göstergelerin arasındaki farkı, onların gösterenleri ve gösterilenleri açısından söyleyebilmemiz gerekir. Bir göstereni diğerinden ayırtmamıza yarayan özelliklere o gösterenin *ayırt edici özellikleri* denir. Bu, daha sonra üzerinde durmamızı gerektiren hayli analitik öneme sahip bir kavramdır. En son örneğimize ilişkin olarak, kötü el yazısının, harflerin ayırt edici özelliklerini bulanıklaştırdığını söylememiz yeterlidir.

İletişimde bulunduğumuz her an, bir paradigmadan seçim yapmamız gerekir. Sözcükler bir paradigmadır –İngilizce sözcük dağarcığı bir paradigmadır. Sözcükler aynı zamanda daha özgül diğer paradigmalar içinde de sınıflandırılabilirler: isim ya da fiil gibi gramere ilişkin paradigmalar; bebek dili, hukuk dili, aşıkların dili, erkekçe yemin etme gibi kullanıma ilişkin paradigmalar; ya da söyle, böyle, öyle, eyle gibi uyaklı sözcüklerden oluşan ses paradigmaları. Bir paradigmada yer alan göstergeleri daha ayrıntılı bir biçimde çözümlemek için üç Saussure'cu terim vardır ve bunlar çoğunlukla Sn, Sr, Sd diye yazılırlar. Buradaki S, uzlaşım olarak paradigmaya işaret eder ve –n, –r, –d ise, paradigmadaki birimleri gösteren ayırt edici özelliklerdir.

Diğer paradigma örnekleri arasında şunlar sayılabilir: televizyondaki değişen çekim biçimleri –kesme, soldurma, zincirleme, silme v.b.; başlıklar – fötr şapka, kasket, bere, kep ve benzerleri; oturma odamıza döşediğimiz koltukların stili; kullandığımız araba-

nın tipi, sokak kapımızı boyadığımız renk. Tüm bunlar paradigmadan yapılan seçimlerdir ve seçtiğimiz birimlerin anlamı büyük ölçüde seçmediğimiz birimlerin anlamları tarafından belirlenir. Kısaca söylemek gerekirse: "seçimin olduğu her yerde anlam vardır ve seçilmeyen şeyler seçilen şeyin anlamını belirler."

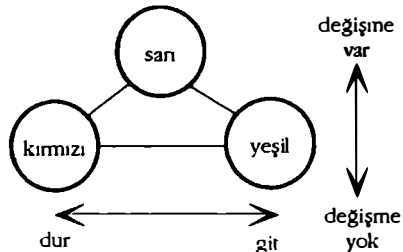
Dizimler

Bir paradigmadan seçilen bir birim normalde diğer birimlerle birleşiktir. Bu birleşim *dizim* olarak adlandırılır. Nitekim, yazılı bir sözcük alfabenin harflerinden yapılan paradigmasal bir seçimden oluşan görsel bir dizimdir. Cümle, sözcüklerin diziminden oluşur. Giysilerimiz; şapkalar, kravatlar, gömlekler, ceketler, çoraplar ve benzerlerinin paradigmalarından yapılan seçimlerin bir dizimidir. Bir odayı döşeme tarzımız sandalye, masa, halı, duvar kağıdı ve benzerlerinin paradigmalarından yapılan seçimlerin bir dizimidir. Bir evin planını çizen mimar kapıların, pencerelerin ve benzeri şeylerin ve onların konumlarının bir dizimini çıkarır. Yemek listesi mükemmel bir *sistemin* güzel bir örneğidir. Her servis (paradigma) için verilen seçenekler tamdır: her müşteri onları bir yemeğe dönüştürür: garsona verilen sipariş bir dizimdir.

Kurallar ya da uzlaşımlar dizimlerin önemli bir boyutudur ve birimler bu kurallar ya da uzlaşımlar aracılığıyla birleştirilirler. Kurallara ya da uzlaşımlara; dilde gramer ya da sözdizimi (*syntax*), müzikte melodi (harmoni paradigmasal bir seçim sorunudur), giyeceklerde güzel zevk ya da moda uygunluk diyoruz. Örneğin, siyah ceket, beyaz yakaya takılı siyah papyon bir akşam yemeği davetinin göstergesidir, ancak aynı papyon kuyruklu ceket ve kıvrılmış beyaz yaka ile birlikte takılmışsa bir garsonu niteler. Ayrıca, bir dizimden seçilen gösterge, o dizimdeki diğer göstergelerle ilişkisinden etkilenebilir; göstergenin anlamı kısmen dizimdeki diğer göstergelerle ilişkisi tarafından belirlenir.

Saussure'a ve onu izleyen yapısalci dilbilimcilere göre göstergeleri anlamamanın anahtarı, göstergelerin diğer göstergelerle yapısal ilişkisini anlamaktır. İki tür yapısal ilişki söz konusudur: Paradigmasal, yani seçim yapma; dizimsel, yani birleştirme.

Basit bir iletişim sistemi olan trafik ışıklarını bu bölümde sunduğumuz analitik kavramların bir çoğunu daha anlaşılır hale getirmek için kullanabiliriz. Şekil 18, Edmund Leach'ın (1974) trafik ışıklarının yapısal ilişkisini nasıl modelleştirdiğini gösteriyor. Anlamlandırmayı tam olarak çözümleyeceksek, işe paradigmayı (yani trafik ışıkları paradigmasını) tanımlayarak başlamalıyız. Kırmızı ışık burada GENELEV'i ya da KAYITTA OLUNDUĞUNU değil, DUR'u ifade ediyor. Kırmızı ışık tümüyle olmasa da, nedensizdir ya da bir simgedir. Kırmızı renk, tehlikeye işaret etmek için öylesine yaygın kullanılır ki, ondaki bazı görüntüsel öğelere bakarak bunu doğrulayabiliriz. Kırmızının tehlikeye işaret etmesinin nedeni kanın renginin kırmızı olması olabilir ya da belki de aşırı öfke veya korku anlarında gözümüzdeki kan damarının genişlemesi sonucu gözümüzü "kan bürümektedir." Bu yüzden, kırmızı bir kriz rengidir. Eğer kırmızı, uzlaşım ve güdülemenin bir karışımı ile "dur"u ifade ediyorsa, geride kalan renkler de mantıksal bir sırayla onu izleyeceklerdir. "HAREKET ET" in karşıtı DUR olması gibi, renk tayfında da kırmızının karşıtı yeşildir. Renk ayırt edici bir özelliktir ve yeşilin kırmızından ayırt edilmesi çok kolaydır. Eğer sistemde üçüncü bir birime (rengi) gereksinimimiz varsa, renk tayfında kırmızı ve yeşilin ortasında yer alan sarı ya da mavi renge doğru ilerlememiz gerekir. Mavi renk acil servislere ayrıldığı için seçimimiz doğal olarak sarı rengidir ya da sarıya daha güçlü bir form veren kehribar rengidir. Böylece basit bir renk dizimini ortaya koyuyoruz: Kehribar renginin kırmızı ile birleşimi, emirin 'HAREKET ET' doğrultusunda değişeceği bir dizimi işaret eder; kehribar rengi tek başına emrin 'DUR' yönünde değişeceğine işaret eder. Kırmızının asla yeşille birleştirilmemesi ve kırmızı ile yeşilin birbirlerini izlememeleri diğer kurallardır.



Şekil 18: Trafik ışıkları

Bu nedenle, sistemde inşa edilmiş sayısız tekrar vardır. Trafik ışıkları içinde gerçekten gereksinim duyulanı kırmızı ışıktır: Yandığında DURULACAK, söndüğünde GİDİLECEKTİR. Geçici trafik ışıkları bile yeşil rengi de sisteme dahil ederek tekrar yaratırlar. Bu renk, ışıkların sönmesi durumunda, "ışıklar bozuk" biçiminde olası bir yanlış kodaçımına engel olur. Bütün sistem, doğal olarak oldukça yüksek oranda tekrara sahiptir, çünkü kodaçımı hatalarını en aza indirmek yaşımsaldır.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. Peirce'ın modelini değişik türdeki göstergelere uygulayın: Örneğin, YAVAŞLA, ANAYOL İLERİDE gibi karayolu işaretlerine; *homoseksüel*, *ibne*, *oglan* gibi sözcüklere; sıkıntıya işaret eden bir yüz ifadesine; soyut bir resme; birisinin giyim tarzına; $3+8= 11$ 'e. Bu model, yorumun yaratılma biçimi hakkında size ne söylüyor? Gösterge ya da nesne ile ilgili deneyimimiz, yorumun oluşumunda önemli bir rol oynuyor mu? Bunların göreceli önemi nasıl değişiyor? Benim yorumum sizinkinden ne kadar farklı ve sizinkiyle ne kadar benzer olmalıdır? Güdülenme derecesi, tartıştığınız anlam ilişkisini ve değişimini belirlemede önemli bir rol oynuyor mu? (Bakınız, Guiraud, 1975, s. 25-27). Göstergenin güdülenmesi olgusunu her yönüyle tartışınız. Alanı tanımlamak için örnekler bulunuz.

2. Beşinci ve 6. levhaları çözümleyiniz. Peirce ve Saussure'un kavranılarını kullanınız ve kullanışlılıklarını karşılaştırınız. Walker'ın yorumlarının ne kadar geçerli olduğunu düşünüyorsunuz? Bu yorumlar, zaman farkının yol açtığı kültürel gedğin ortadan kaldırılmasına yardım edebilirler mi? Bunlar her karikatür için aynı derecede kullanışlı mıdır?

3. Barthes (1973, s.112-113) gülleri bir gösterge örneği olarak kullanır: gül fiziksel bir nesnedir, ancak ben onu sevgiliye sunarsam, onu bir gösterilen ile –romantik aşk gösterileni ile– kuşatmış olurum. Burada gül bir gösteren haline gelmiştir, sunulan gül ise bir gösterge olmuştur. Bunu bu bölümdeki OX örneğiyle karşılaştırın. Bu örnekler, Saussure'un gösteren, gösterilen ve gösterge terimlerini açıklamaya ne kadar yardımcı oluyorlar? Bu örnekler bu terimleri bir sözcük örneğinden daha farklı mı açıklıyorlar? Eğer öyleyse, niçin?

4. Gösterilenlerin nedensiz ve kültüre özgü olduklarını söyleyen kuramın içerimlerini her yönüyle tartışınız. Bu tartışma, dünyayı kullandığımız dil aracılığıyla anlamlandırırız düşüncesini açıklıyor mu? Bu konuda



Levha 5: "AFERİN BELÇİKA!" F. H. Townsend, *Punch*, 12 Ağustos 1914. Walker (1978) şöyle bir yorum yapar: "Sosisleri ve büyük sopasıyla yaşlı zorba bizim Almanlardan nefret etmemizi sağlarken; cesur, düzgün giyimli, cüretkar genç bizi Belçikalı dostlarımıza sempati duymaya iter. Karikatürdeki bu düşünce sonsuz biçimde kullanılmış ve dağıtılmıştır. 1933 Temmuz'unda Hitler Avusturya'yı işgal tehdidinde bulunduğu *Punch* dergisi Townsend'in düşüncesini kopya etmiştir. Aynı çiftlik kapısının önünde bu kez cesur Avusturya beklemektedir ve zorba Hitler aynı sopayı sallamaktadır. Ancak, dergi sosisleri unutmuştur."

Culler'e (1976, s.18-29) bakınız.

5. Haber fotoğrafları ve dergi reklamları çoğunlukla belirtisel ve genellikle de görüntüsel göstergeleri kullanırlar. Bu savın doğruluğunu ölçmek için birisinden (ya da her ikisinden) bir örnek alarak örneği Peir-



Levha 6: "BİRAZ UMUT" Ilingworth, *Punch*, 21 Eylül 1938. Walker (1978) şu yorumu yapar: "Almanlara verilen ödünleri yeniden üretmede hem *Punch* dergisi hem de Chamberlain (başbakan) büyük zorluk çekmektedir. Avrupa savaşını eşğine gelmişti: Londra'da gaz maskeleri dağıtılmış, Hyde Park'ta siperler kazılmıştı. Ve ardından Münih anlaşması yapıldı ve çözümler karara bağlandı. Bugün ödün verenleri aşağılamamızın nedeni, sonradan olanları bilmenizden kaynaklanmaktadır. Oysa o günlerde her şey savaştan daha iyi görünüyordu ve Almanların Versay anlaşması konusunda haklı şikayetleri olduğu kabul ediliyordu. Ancak, Chamberlain'ın 1937 Şubat'ında bir buçuk milyar sterlinlik silahlanma programını açıkladığını hatırlamakta yarar var. Savaşın başlayışından itibaren İngiltere her ay Hitler Almanya'sı kadar tank ve ondan fazla savaş uçağı ürettiyordu."

ce'in terimleriyle çözümleyiniz. (Belki Peirce'in terimlerini bu örneklere aynı şekilde uygulanabilir bulmayacaksınız.) Sözcüklerin (simgelerin) görsel göstergeleri desteklemek için kullanıldıkları biçimleri araştırınız. Bu soruya, 6. bölümü okuduktan sonra tekrar dönünüz. Daha ayrıntılı bilgi için bakınız, Hawkes (1977, s.123-130).

6. Dördüncü levhaya geri dönünüz. Buradaki göstergeleri güdülenme derecelerine göre sıraya koyunuz ve güdülenme ölçeğine (şekil 17) yerleştiriniz. Verdiğiniz kararların nedenlerini açıklayınız. Tartışmanızda uzlaşım, anlaşma, nedensiz, görüntüsel, güdülenme, sınırlama gibi terimleri kullanınız. Bu tartışma sırasında gösteren, gösterilen, simge, belirgisel gösterge, yorumlayıcı ve nesne gibi terimlerin de kullanılmasını zorunlu görebilirsiniz. Özel terimleri kullandıkça verilmek istenen düşünceyi daha iyi anlayacaksınız. Bu levha, kadın göstergeleri paradigmasının bir parçasıdır: levhadaki her bir göstergenin anlamı, okurun, paradigmanın geri kalanına yakınlığına ne kadar bağlıdır? Görüntüsel gösterge niçin yüzde yüz mümkün değildir?

7. Kötü el yazısının kodaçmasını nasıl yaptığımızı çözümleyiniz. Kesirilebilirlik (birinci bölüm), algılama (Gerbner'in modeli, ikinci bölüm), ayırt edici özellikler ve gösteren/gösterilen gibi terimleri kullanınız. Bu, bulanık bir fotoğrafın ya da ayın iyi seçilemeyen bir fotoğrafının okunmasıyla ya da gürültülü bir diskoda birisiyle konuşmayla ne kadar ilintilidir?

8. Bir cümle ve bir fotoğraf seçiniz. Her ikisi de paradigmalardan seçilen birimlerden oluşan dizimlerdir. Fotoğrafın ve cümlenin anlamını kavramada paradigmayı ve dizimi tanımlamak bize ne kadar yardımcı olabilir? (bakınız, Fiske ve Hartley, 1978, s.50-8.)

Şu temel okuma metinlerini yararlı bulabilirsiniz: Cüller, 1976, s.18-52; Cherry, 1957, s.112-17, 221-3, 265-9; Guiraud, 1975, s.1-4, 22-9.

4. BÖLÜM

KODLAR

Kodlar

Temel kavramlar

Trafik ışıkları çözümlememizde üzerinde çalıştığımız şey bir koddur. Aslında kodlar, içinde göstergelerin düzenlendiği sistemlerdir. Bu sistemler, bu kodu kullanan topluluğun tüm üyelerinin kabul ettikleri kurallar tarafından yönetilirler. Dolayısıyla, kodlarla ilgili çalışmaların, iletişimin *toplumsal* boyutunu sık sık vurgulaması gerekmektedir.

Toplumsal yaşamımızın uzlaşım sal olan ya da toplumun üyelerince kabul edilen kurallar tarafından yönetilen tüm görünümlelerini "kodlanmış" olarak nitelemek mümkündür. Hukuk kodları, görgü kodları ya da rugby kodları gibi *davranış kodları* ile *anlamlandırma kodlarını* birbirinden ayırmamız gerekmektedir. Anlamlandırma kodları gösterge sistemleridirler. Bu ayrımı yapmakla birlikte, bu iki kod kategorisinin birbiriyle bağlantılı olduğunu kabul etmemiz gerekir. Karayolu kodu hem bir davranışsal koddur hem de bir anlamlandırma sistemidir. Bernstein'ın çalışması, insanların kullandıkları dili toplumsal yaşamlarıyla ilişkilendirir. Anlamlandırma kodları kullanıcılarının toplumsal pratiklerinden kolaylıkla ayrılamazlar.

Ancak biz bu kitapta ikinci kod kategorisi üzerinde yoğunlaşacağız. Aslında kod sözcüğünü anlamlandırma sistemini ifade etmek için kullanmaktayım. Bu tür kodların paylaştıkları bir takım temel özellikler vardır.

1. Bu kodlar, içlerinden seçim yapılan birçok birimden (ya da bazen bir birimden) oluşurlar. Bu paradigmasal boyuttur. Bu birimler (en basit açık-kapalı tek-birim kodları dışında) kurallar ya da uzlaşımlar aracılığıyla birleştirilebilirler. Bu dizimsel boyuttur.

2. Tüm kodlar anlam taşırlar: birimleri, çeşitli araçlarla kendilerinden başka bir şeye göndermede bulunan göstergelerdir.

3. Tüm kodlar, kullanıcıları arasındaki bir anlaşmaya ve paylaşılan kültürel bir ardyöre dayanırlar. Kodlar ve kültür dinamik bir şekilde karşılıklı ilişki içindedirler.

4. Tüm kodlar, tanımlanabilir bir toplumsal ya da iletişimsel işlevi yerine getirirler.

5. Tüm kodlar, uygun medya ve/veya iletişim kanalı aracılığıyla aktarılabilirler.

Bu bölümde tüm bu özelliklerin üzerinde duracağız, ama özellikle üçüncü ve dördüncü özellikler üzerinde yoğunlaşacağız. 3. bölümde ikinci özelliğin ve 1. bölümde de beşinci özelliğin üzerinde belirli oranda durduk. İlk olarak, bir kodu oluşturan birimlerin doğasıyla ilgili şimdiye kadar yaptığımız açıklamaları kısaca özetlemek ve iki yeni terimi –*benzeşik* kodlar ve *sayısal* kodlar– tanıtmak yararlı olacaktır.

Benzeşik ve sayısal kodlar

Temel kavramlar

Paradigmaların tümüyle birbirine benzer birimlerden oluştuğunu ve paradigmaları diğerlerinden ayıranın ise birimlerin ayırt edici özellikleri olduğunu daha önce görmüştük. Adlarını iki tür koda veren iki tür paradigma vardır: benzeşik ve sayısal. Sayısal kodlar, birimleri (göstereni ve gösterileni) kolaylıkla ayrılabilen kodlardır; benzeşik kod ise kesintisiz bir ölçek üzerinde işleyen koddur. Sayısal saat, bir dakikayı onu izleyen dakikadan ayırır: ya beş ya da altı dakika geçiyordur. Bir benzeşik saat kesintisiz bir ölçeğe sahiptir ve onu "sayısal olarak" okuyabilmemizin tek yolu

kadrana işaretler koymaktır.

Sayısal kodları anlamak daha kolaydır, çünkü birimleri kolaylıkla ayırt edilebilirler. Nedensiz kodlar sayısaldırlar ve bu özellik onları kolaylıkla yazmamızı ve kaydetmemizi sağlar. Müzik potansiyel olarak benzeşik bir koddur, ancak notalandırma sistemimiz müziğe ayırt edici özellikler (notalar ve gamlar) vermiştir ve böylece ona sayısal bir kodun özelliklerini yüklemiştir. Dans ise benzeşiktir. Jestler, duruş ve mesafe aracılığıyla işler – bunların tümü de benzeşik kodlardır ve bu yüzden kaydedilmeleri zordur. Doğa genelde benzeşmelerden oluşur: onu anlamaya ya da sınıflandırmaya çalışırken ona sayısal farklılıklar dayatırız: örneğin, "insanın yedi evresi" ya da insanlar arasındaki yakın, kişisel, yarı-kamusal ve kamusal mesafeler.

Diğer içerimler

Anlamli farklılıklar ya da ayırt edici özelliklere yönelik bu araştırma, anlamın metinsel yönü açısından oldukça önemlidir. Bu araştırma, nedensiz ya da simgesel kodlarda oldukça basit bir süreçtir, çünkü bir paradigmanın birimleri biliniyorsa ve üzerlerinde anlaşılmışsa, bunların arasındaki farklılıkların tanımlanabilmesi gerekir.

Ancak, görüntüsel göstergelerden oluşan kodlar sorunludurlar. Değiştirme testinin, ya da Baggageley ve Duck'ın anlamsal ayrıştırma çalışmasının, görüntüsel iletilerin hangi özelliklerinin önemli olduğunu belirlemek için nasıl çaba harcadıklarını göreceğiz. Fiske ve Hartley (1978) bir koddaki "en küçük anlamlandırma birimi"ni belirlemenin önemini ve karşılaşılan sorunları ayrıntılı olarak tartışılar. Bir haber fotoğrafına ilişkin göstergebilimsel çözümlememiz bu ayırt edici özelliklerin sadece ikinci anlamlandırma düzeyinde önemli olabileceklerini gösterecektir. Fotoğrafçılık kodları belirli sorunlar içerir, çünkü fotoğrafçılık benzeşik kodlardan oluşan doğayı taklit eder görünmektedir. Yine de, anlam araştırması anlamli farklılıkların belirlenmesini ve dolayısıyla benzeşik gerçeklik üzerine sayısal özelliklerin yüklenmesini içerir. Saatin yüzeyine altmış tane işaret koymamız, gerçekliğe nasıl anlam yüklediğimizin bir eğretilemesidir.

Gerçeklik algılamasının kendisi bir kodlama sürecidir. Algıla-

ma, önümüzde duran verilerin anlamlı hale getirilmesini içerir: anlamlı farklılıkların ve dolayısıyla birimlerin –algıladığımız şeylerin– belirlenmesini içerir. Yani, bu birimler arasındaki ilişkilerin algılanmasını içerir, böylece bunları bir bütün olarak görebiliriz. Başka bir deyişle, paradigmaların ve dizimlerin yaratılmasını içerir. Gerçekliği algılayışımız ve anlamamız dilimize olduğu kadar kültürümüze de özgüdür. Bu anlamda gerçekliğin toplumsal bir inşa olduğunu söyleyebiliriz.

Sunumsal kodlar

Ama kodlar sadece verileri düzenlemeye ve anlamaya yarayan sistemler değildirler: İletişimsel ve toplumsal işlevleri de yerine getirirler. Bu işlevleri sınıflandırmanın bir yolu da sunumsal ve temsili kodlar arasında ayırım yapmaktır.

Temsili kodlar *metinleri*, yani bağımsız bir varoluşa sahip iletileri üretmek için kullanılırlar. Bir metin kendisinden ve kodlayıcısından başka bir şeyi temsil eder. Bir metin görüntüsel ya da simgesel göstergelerden oluşur. Bu kitabın büyük bir kısmı ve bu bölümün geri kalan kısmı temsili kodlardan oluşan metinleri anlamaya ayrılmıştır. Sunumsal kodlar belirtiseldir; kendilerinden ve kodlayıcılarından başka bir şeyi temsil edemezler. İletişimcinin durumunu ve halihazırdaki toplumsal konumunu gösterirler.

Sözsüz iletişim

Temel kavramlar

Sözsüz iletişim jestler, göz hareketleri ya da ses nitelikleri gibi sunumsal kodlar aracılığıyla gerçekleştirilir. Bu kodlar sadece o ana ve oraya ilişkin iletiler verebilirler. Sesimin tonu konuya ve dinleyicilerime karşı o andaki tutumumu gösterir: geçen haftaki duygularım hakkında bir ileti gönderemez. Dolayısıyla, sunumsal kodlar yüzyüze iletişimle ya da iletişimcinin hazır bulunduğu iletişimle sınırlıdır. İki işlevi vardır.

Birincisi, daha önce de gördüğümüz gibi, belirtisel enformasyon taşımadır. Bu, konuşmacı ve onun durumu hakkındaki enformasyondur ve bu enformasyon aracılığıyla dinleyici, konuşmacı-

nın kimliğini, duygularını, tutumlarını, toplumsal konumunu ve diğer özelliklerini öğrenir. İkinci işlevi etkileşimi yönetmektir. Kodlar, kodlayıcının diğerleriyle kurmak istediği ilişki biçimini yönetmek için kullanılırlar. Belli jestleri, duruşu ve ses tonunu kullanarak arkadaşların üzerinde egemenlik kurmayı deneyebilirim, onlara karşı alçakgönüllü olabileceğim gibi onlarla olan ilişkiyi de kesebilirim. Konuşmamın bittiğini ve sıranın başkasına geldiğini ya da toplantıyı bitirmek istediğimi göstermek için kodları kullanabilirim. Bu kodlar bir anlamda hala belirtisel olsalar da, konuşmacıdan çok ilişki hakkında enformasyon aktarmak için kullanılmaktadırlar.

Sunumsal kodlar temsili iletiler içinde sunuldukları ölçüde sunumsal kodların bu iki işlevi temsili kodlar tarafından da yerine getirilebilir. Yazılı bir metin bir "ses tonu"na sahip olabilir, bir fotoğraf ruhsal bir çöküntüyü ya da sevinci aktarabilir. Ancak sosyal psikologlar yalnızca temsili kodların yerine getirebildiği bir üçüncü işlevden daha söz ederler. Bu, bilişsel ya da kavrayışsal işlevdir. Bu, mevcut olmayan şeyler hakkında enformasyon ya da fikir aktarım işlevidir ve iletişimci ile konumdan bağımsız bir ileti ya da metin yaratılmasını içerir. Sözel dil ya da fotoğrafçılık temsili kodların örnekleridirler. Jakobson'un modeli (2. bölüm) iki kod türü arasındaki farklılığı açıklığa kavuşturabilir. Göndergesel işlevi yalnızca temsili kodlar yerine getirebilirler. Sunumsal kodlar en çok çağrı işlevinde ve duyguları açığa vurma işlevinde etkilidirler. Her ne kadar üstdilsel kodlar çoğunlukla temsili kodlarla sınırlı olsalar da, bu iki tür kod da estetik ve ilişki amaçlı biçimde işlemektedir.

Diğer içerimler

İnsan bedeni sunumsal kodların başlıca taşıyıcısıdır. Argyle (1972) on kodluk bir liste çıkarır ve bunların aktarabilecekleri anlamları sıralar.

1. *Bedensel temas*: Kime, ne zaman ve nerede dokunduğumuz, ilişkilerimiz hakkında önemli iletiler aktarabilir. İlginç bir biçimde, bu kod ve bundan sonraki kod (yakınlık), değişik kültürlerden insanlar arasında en çok farklılaşanıdır. İngilizler birbirlerine hemen hemen tüm diğer kültürlerin üyelerinden daha az dokunurlar.

2. *Yakınlık*: Başkasına ne kadar yaklaştığımız, ilişkimiz hakkında bir ileti verebilir. Farklı mesafeleri anlamlı bir biçimde farklılaştıran 'ayırt edici özellikler' vardır. Üç ayaklık mesafe mahremdir; sekiz ayağa kadarı kişiseldir; sekiz ayağın ötesi yarı-kamusal'dır. Gerçek mesafeler kültürden kültüre değişebilir: Araplarda kişisel, ancak mahrem olmayan, mesafe onsekiz adıma kadar çıkabilir – bu, bir İngiliz okuyucu için utanç verici olabilir. Orta sınıfın yakınlık mesafeleri işçi sınıfınınkinden daha geniştir.

3. *Yönelme*: Kendimizi başkalarına karşı nasıl konumlandığımızı, ilişkilerimiz hakkında iletiler yollanmanın bir başka yoludur. Birisinin yüzüne bakmamız ya samimiyetimize ya da kızgınlığımıza işaret edebilir; başkasıyla doksan derecelik bir açıda olmak bir işbirliği durumuna işaret eder.

4. *Görünüş*: Argyle görünüşü ikiye ayırır: iradeye bağlı olanlar –saç, elbiseler, cilt, bedensel süsler ve makyaj– ve daha az kontrol altında tutulabilenler –kilo, boy ve diğerleri. Saçlar bedenimizin en "esnek" kısımları olduklarından, bütün kültürlerde oldukça önemlidirler: Saçlarımızın görünüşünü kolayca değiştirebiliriz. Görünüş, kişilik, toplumsal statü ve özellikle uyumluluk hakkında iletiler göndermek için kullanılır. Gençler yetişkinlerin değerlerine karşı duydukları hoşnutsuzlukları saçları ve elbiseleri ile oldukça sık gösterirler: Ve ardından bu tür düşmanlık iletilerine yetişkinlerin olumsuz tepkiler vermelerinden yakınırırlar!

5. *Baş hareketleri*: Etkileşimi yönetmekte, özellikle konuşmak için sıra almada kullanılırlar. Bir baş hareketi başkasına konuşmaya başlama işareti verebilir; hızlı baş hareketleri konuşma isteğini gösteriyor olabilir.

6. *Yüz ifadeleri*: Bu kod, kaş pozisyonu, göz şekli, ağız şekli ve burun deliği ölçüsü gibi alt-kodlara ayrılabilir. Bunlar çeşitli birleşimlerle yüzün ifadesini belirler ve bunların birleşimlerinin ve anlamlarının bir "gramer"ini (dilbilgisini) yazmak mümkündür. İlginç bir biçimde yüz ifadesi, diğer sunumsal kodlara göre kültürler-arasında daha az farklılaşma gösterir.

7. *Jesler* (ya da devimsel iletişim (*kinesics*)): Eller ve kollar jestlerin başlıca taşıyıcılarıdır, ancak ayak ve baş jestleri de önemlidir. Bunlar konuşma ile yakın işbirliği içindedirler ve sözsiz iletişiminin tamamlayıcısıdır. Genel duygusal canlanmaya ya da özel duygusal durumlara işaret edebilirler. Aralıklı, vurgulu yukarı-

dan aşağıya yapılan jestler çoğunlukla egemen olma çabasına işaret ederken, daha akıcı, sürekli, döngüsel jestler açıklama yapma ya da sempati kazanma arzusuna işaret eder. Bu belirtisel jestlerin yanısıra, simgesel jestler de vardır. Bunlar genelde aşağılayıcı ya da müstehcendirler ve belirli bir kültüre ya da altkültüre özgüdürler: V işareti bunun bir örneğidir. Ayrıca, baş veya el işareti ile çağırma ya da bir şeyin biçimini tanımlamak veya yön göstermek gibi görüntüsel türlere yer veren jestleri de anmamız gerekmektedir.

8. *Duruş*: Oturma, ayakta durma ve uzanma biçimlerimiz sınırlı ancak ilginç anlamlar aktarabilirler. Bunlar çoğunlukla kişilerarası tutumlarla ilgilidirler: arkadaşlık, düşmanlık, üstünlük ya da aşağılık duyguları duruşla gösterilebilir. Duruş aynı zamanda duygusal durumu, özellikle gerilimin ya da rahatlamanın yoğunluğunu da gösterebilir. İlginç ve belki de şaşırtıcı gelebilir ama duruş yüz ifadesinden daha zor kontrol edilebilmektedir: Endişeyi yüz ele vermese de duruş ele verebilir.

9. *Göz hareketi ve göz teması*: Başka bir insanla ne zaman, ne kadar sıklıkla ve ne kadar uzun bir süre göz göze geldiğimiz, ilişkimiz hakkında çok önemli iletiler göndermenin bir yoludur, özellikle ilişkimizde ne kadar egemen ya da samimi olmak istediğimizi göstermenin bir yoludur. Birisinin gözünün içine dik dik bakmak egemenliğe karşı basit bir meydan okumadır; gözle flört etmek samimileşme arzusunu gösterir. Konuşmanın başında gözle temas kurmak dinleyici üzerinde egemenlik kurma, dinleyiciyi dikkat göstermeye zorlama arzusunu gösterir. Konuşmanın sonunda yapılan göz teması daha samimi bir ilişkiye, geribesleme arzusuna, dinleyicinin nasıl bir tepki verdiğini görme arzusuna işaret eder.

10. *Konuşmanın sözsüz görünüşleri*: Bunlar iki kategoriye ayrılırlar.

a- Kullanılan sözcüklerin anlamını etkileyen bürünsel (*prosodic*)* kodlar. Alçaltma ve yükseltme ile vurgulama başlıca bürünsel kodlardır. "Pazar günü dükkanlar açık" cümlesi sesi alçaltarak veya yükselterek bir saptama, bir soru veya bir inanmazlık ifadesi haline getirilebilir.

* Prosodic: Sözcüklerin yükseltme, alçaltma veya vurgulama biçimleriyle birlikte büründüğü anlamı kazanma özelliği/durumu. (ç.n.)

b- Konuşmacı hakkında enformasyon aktaran dil-ötesi (*paralinguistic*)* kodlar. Ses tonu, ses yüksekliği, aksan, konuşma hataları ve konuşma hızı, konuşmacının duygusal durumunu, kişiliğini, sınıfını, toplumsal konumunu, dinleyiciye nasıl baktığını gösterir.

Bu sunumsal kodlar araçlarına göre sınıflandırılırlar. Göreceli olarak basittirler, çünkü paradigmatik boyuttan seçim yapmak için karşılaştırmalı olarak çok az birimleri vardır ve dizimsel birleşim kuralları çok basittir. Aslında, bu kodlar Bernstein'ın "kısıtlı" kodlarına çok benzemektedirler.

Gelişkin ve kısıtlı kodlar

Temel kavramlar

Kodlarla ilgili bu ünlü sınıflandırmayı Basil Bernstein yapmıştır (Örneğin, 1964, 1973). Bernstein toplumsal dilbilimcidir ve çalışmalarını çocukların kullandıkları dil üzerinde yoğunlaştırmıştır. Bu yüzden, gelişkin ve kısıtlı kod terimleri özünde sözsöz dilin farklı kullanımlarına uygulanmaktadır, ama biz bunları diğer kod türlerini de içerecek şekilde genişletebiliriz. Bernstein'ın çalışması oldukça büyük bir tartışma yaratmıştır, çünkü o kullanılan dil türünü kullanıcının toplumsal sınıfıyla ilişkilendirir ve bunu da eğitim sistemiyle bağlantılandırır. Bernstein dilbilimcileri siyaset alanına çekmiştir.

Bernstein, işçi sınıfının ve orta sınıfın çocuklarının konuşmaları arasında temel farklılıklar olduğunu buldu ve bu farklılıkların nedeni olarak şunları ileri sürdü: işçi sınıfı çocukları kısıtlı kodlar, orta sınıf çocukları ise gelişkin kodlar kullanmaya eğilimlidirler. Daha sonraları, bazı eleştirmenlerinin görmezden geldiği bir şeyin üzerinde durdu. Bu, toplumsal sınıfın başlı başına belirleyici bir etmen olmadığıdır. Gerçekte kullanılan kodu belirleyen, varolan toplumsal ilişkiler türüdür. Nitekim dar, kapalı, geleneksel bir topluluk kısıtlı kodları kullanmaya eğilimlidir. İşçi sınıfı böyle bir top-

* *Paralinguistic*: Konuşmanın sessel (ama sözsöz) boyutu; bir şeyin söylenme tarzı; sözsöz ama sessel davranış; sesin söylenen söz dışındaki özellikleri. (ç.n.)

luluğun örneğidir, ama subaylık mesleği, hukuk mesleği ya da devlet okulları gibi orta sınıfa ait kurumlar da bu türdendir: bu toplulukların her biri kendilerine özgü kısıtlı kodlar kullanırlar.

Modern orta sınıfa özgü daha akıcı, daha değişken, daha hareketli ve daha az kişisel nitelikteki toplumsal ilişkiler gelişkin bir dilsel kod üretmeye eğilimlidir. Bernstein'ın son iddiası orta sınıfın kendi isteğiyle kısıtlı bir koddan gelişkin bir koda doğru ilerleyebildiği, işçi sınıfının ise kısıtlı kodlarla kuşatılmış olduğudur.

Diğer içerimler

Öyleyse bu iki kod türünün özellikleri nelerdir?

1. Kısıtlı kod gelişkin koddan *daha basit*, daha az karmaşıktır. Kısıtlı kod daha küçük bir sözcük dağarcığına ve daha basit bir sözdizimine sahiptir.

2. Kısıtlı kod genelde söze dayalıdır ve bu nedenle de sözsüz iletişimin sunumsal, belirtisel kodlarına daha yakındır. Gelişkin kod ise yazılabilir ya da konuşulabilir ve bu nedenle de temsili, simgesel iletiler için daha uygundur.

3. Kısıtlı kod genelde tekrara dayalıdır. İletileri oldukça kestirilebilir ve göndergesel işlevlerden daha çok ilişki amaçlı işlevleri yerine getirmeye uygundur. Gelişkin kod ise daha belirsizdir; konuşmacıya sunduğu sözsel seçenekleri tahmin etmek oldukça zordur. Gelişkin kodun göndergesel işlevleri yerine getirme yeteneği daha yüksektir.

4. Kısıtlı kod toplumsal ilişkiler doğrultusunda yönlendirilmiştir; gelişkin kod bireyin değişik niyetlerini ifade etmesini kolaylaştırır. Yani kısıtlı kod konuşmacının gruptaki toplumsal konumunun belirtisel göstergesidir. Toplumsal ilişkileri pekiştirir ve bireysel farklılık göstergelerini sınırlandırarak konuşmacı ve grup arasındaki benzerlikleri vurgular. Öte yandan, gelişkin kod, bireyin bir grup içindeki konumsal rolünden daha çok kişiliğini ön plana çıkarır; konuşmacının, kendisi ve dinleyici(ler) arasındaki psikolojik farklılık beklentisinin üstesinden gelir ve böylece konuşmacının –dinleyicilerden farklı olduğu yerde– bireyselliğini ifade etmesini kolaylaştırır. Kısıtlı kod –konuşmacının dinleyici(ler) ile paylaştığı– ortaklaşımı (*commonality*), yani grup üyeliğini ifade etmeyi kolaylaştırır.

Dolayısıyla, kısıtlı kod ortak varsayımlar, paylaşılan çıkarlar, deneyimler, özdeşleşmeler ve beklentiler ardyöresine dayanır. Konuşmacıların bireysel deneyimlerini dile getirme gereksinimini azaltan yerel bir kültürel kimliğe dayanır.

Bu nedenle, konuşmacının, kendisine özgü anlamları dinleyicilerine aktarmak istediğinde gelişkin kodları kullanması zorunludur. İletişim yalnızca yerel bir ortaklaşma değil, aynı zamanda niyet edilen anlamı ayrıntılı biçimde işlemeye olanak sağlayan, paylaşılan nedensiz bir dil koduna da bağımlıdır.

5. Kısıtlı kodlar sözsüz kodlarla etkileşime bel bağlarlar. Gerçekten de, Bernstein bireysel farklılıkların sadece sözsüz kodlar aracılığıyla ifade edilebileceğini ileri sürer: konuşma ortaklaşımı ifade etmek için kullanılır. Gelişkin kodlar sözsüz iletişimi önemsemezler. Yazı dilinin hemen hemen tümüyle gelişkin kodlardan oluşmasının nedeni budur.

6. Kısıtlı kodlar somutu, özeli, burada ve şimdiyi; gelişkin kodlar ise soyutlamaları, genellemeleri, yokluğu (olmayışı) ifade ederler.

7. Kısıtlı kodlar kültürel deneyime; gelişkin kodlar biçimsel eğitime ve öğretime dayanır –öğrenilmeleri gerekir.

Konuşmadaki kısıtlı kodları tanıyabilmek için Bernstein köşebaşındaki bir arkadaş grubuna kulak misafiri olmanın yeterli olduğunu belirtir. Şunlara tanık oluruz:

1. Grubun ya da topluluğun dışında olduğumuzu fark ederiz.

2. Konuşmanın göreceli olarak kişisel bir konuşma olmadığını, bireyselliğin çok az olduğunu gözleriz: konuşmada 'siz' ve 'onlar' daha çok yer alırken, 'ben' daha az yer alacaktır; 'öyle değil mi', 'sen ne diyorsun', 'sen bilirsin' gibi konuşmacının ortaklaşımını ifade eden deyimler daha sık kullanılırken, bireycilik ifadeleri daha az yer alacaktır.

3. Konuşmanın canlılığına, diriliğine tanık oluruz. Önemli olan *ne* söylendiği değil *nasıl* söylendiğidir. Konuşmacının tüm bireyselliği ve gerçek anlamın çoğu sözsüz kodlar ile iletilecektir.

4. Konuşma akışının bağlamsız, kesik kesik olduğunu görürüz. Düşüncelerin düzenlenmesi mantıksal ya da sözdizimsel bir sıraya göre değil çağrışımlara göre yapılmaktadır.

5. İçeriğin analitik ya da soyut değil; somut, betimleyici ve

anlatısal olduğunu görürüz.

6. Kısıtlı bir sözcük dağarcığı ve sözdizimi görürüz.

Bernstein, yukarıdaki noktaları betimlemek için aşağı tabaka işçi sınıfı konuşmasından bir örnek verir:

"Bu gençler, yani eğer çetelere takılıp orda burda hava atarlarken bir-şeyler yolunda gitmeyip de tutup birini soyarlarsa bunu da bence, işte, büyük olmak için, orda burda kendilerinden konuşulsun diye yaparlar. Söyle yanlış yaparlar, öyle değil mi?"

Kodlar ve değer yargıları

Toplumumuz gelişkin kodlara büyük değer verir. Okuldaki İngilizce öğretimi gelişkin, yazı dili üzerinde yoğunlaşır ve onun hakkını verir. Tümü de gelişkin kodları kullanan yüksek sanat biçimlerini takdir ederiz. Bale, biçimsel eğitimi ve çalışmayı zorunlu kılan karmaşık bir yapıya sahip gelişkin bir dans biçimidir; disko dansı kısıtlıdır ve biçimsel eğitim yerine toplumsal ya da topluluk deneyimi gerektirir. Halk hikayeleri ve müstehcen fıkralar kısıtlı, entelektüel roman ise gelişkin kodlar kullanır. Ve böyle devam edebiliriz. Kültürel açıdan değer atfedilen sanat biçimleri hemen hemen tümüyle gelişkin kodlar kullanırlar.

Hatta Bernstein'ın seçtiği sözcüklerin –gelişkin ve kısıtlı– bile olumlu ve olumsuz toplumsal değerleri vardır. Ancak, eğer Bernstein'ın çalışmasından azami ölçüde yararlanmak istiyorsak bu değer yargılarını bir kenara atmamız gerekir. Gelişkin kodlar kısıtlı kodlardan *daha iyi* değildirler; *farklıdır*lar ve farklı işlevleri yerine getirirler. Hepimiz bireyleriz, hepimiz topluluğumuz ya da grup üyesiyiz. Gelişkin ve kısıtlı kodlara aynı oranda gereksinim duyarız. *Coronation Street* ve bu türden popüler sanat, dağınık ve farklılaşmış toplumumuzu, Samuel Beckett'in entelektüel, kültürel açıdan yüksek değer atfedilen bir oyunundan daha çok ortak deneyim sağlayarak bir arada tutar. 'Kısıtlı' ve 'gelişkin' terimleri betimleyici ve analitik terimler olarak kabul edilmelidirler: bunlara ilişkin değer yargılarına izin vermek sorunu gizlemekten başka bir işe yaramayacaktır.

Geniş alan yayıncılığı (broadcast) ve dar alan yayıncılığı (narrowcast) kodları

Temel kavramlar

Gelişkin ve kısıtlı kodlar, kodun kendi doğası ve hizmet ettiği toplumsal ilişki türü açısından tanımlanmaktadır. Öte yandan, geniş alan yayıncılığı ve dar alan yayıncılığı kodları ise izleyicinin doğası tarafından tanımlanmaktadır. Geniş alan yayıncılığı kodu, izlerlikle tarafından paylaşılan bir koddur: bu kodun izleyicilerin ayrışık yapısını göz önünde tutması gerekir. Öte yandan, dar alan yayıncılığı kodu ise özgül izleyicileri hedef alan bir koddur ve çoğunlukla kullandığı kodlarla tanımlanır. Bir opera aryasının dar alan yayıncılığı kodlarını kullandığını söyleyebiliriz: opera sevenlere hitap eder. Ama bir pop şarkısı tanımlanmamış bir izlerlikle hitap etmesi için düzenlendiğinden geniş alan yayıncılığı kodlarını kullanır. Böylece, hem dar alan yayıncılığı ile gelişkin kodlar arasında hem de geniş alan yayıncılığı ile kısıtlı kodlar arasında benzerlikler olduğu ortaya çıkar.

Geniş alan yayıncılığı kodları: Diğer içerimler

Geniş alan yayıncılığı kodları, kısıtlı kodlarla birçok özelliği paylaşırlar. Basittirler, çekicilikleri vardır ve anlaşılacak için 'eğitime' gereksinim duymazlar. Geniş alan yayıncılığı kodları toplumsal kökenlidirler, insanların paylaştıkları şeylere hitap ederler ve insanları kendi toplumlarına bağlamaya eğilimlidirler. Çoğunlukla anonimdirler ya da en azından yazarları 'kurumsal'dır: *Coronation Street*'in 'yazarı' Granada Televizyonu'dur. Yazarların anonim ya da kurumsal olması gerçeği, bireysel, kişisel görüş açılarının ifade edilmesini zorlaştırır. Geniş alan yayıncılığı kodları, bir kültürün kendisiyle iletişimde bulunmasını sağlayan araçlardır. Stuart Hall (1973a), televizyon izleyicilerinin iletinin hem kaynağı hem de alıcısı olduklarını söylerken benzer bir noktaya işaret etmektedir. İzleyiciyi iletinin kaynağı olarak görmek çelişkili gözükabilir ve bu yüzden bu konuyu biraz daha açmak gerekmektedir.

İzleyicinin geniş alan yayıncılığı iletisini üç biçimde oluşturduğu söylenebilir. Birincisi içeriktedir. Bir geniş alan yayını, gerek-

sinim duyduğu kitle alımlamasını gerçekleştirmek istiyorsa, genel ilgi alanlarına değinmek zorundadır. 'İyi' bir kitle iletişimci toplu-
mun duygularına ve ilgilerine duyarlık gösteren kişidir. Ancak ie-
rik iletinin yalnızca ana konusu değil, aynı zamanda konunun ele
alınma biçimidir. Bir kültür içinde varolan duygu, tutum, değer ka-
lıplan o kültürün geniş alan yayıncılığı iletileri aracılığıyla sunulur-
lar. Bu iletiler, böylece içinde oluşturuldukları kültürün içine yeni-
den girerler ve bu düşünce ve duygu kalıplarını beslerler. Kaynak
olarak izleyici, geniş alan yayıncılığı ve hedef olarak izleyici ara-
sında sürekli ve dinamik bir etkileşim vardır. *Daily Mirror*'un bi-
rinci sayfasıyla (levha 1b) ilgili czmlerimiz, bu düşünce ve
duygu kalıplarının, iletinin editöryal inşasını nasıl etkilediğini gs-
termişti (editörün profesyonelce algılaması aracılığıyla) izleyici ile-
tinin gerçek anlamda kaynağıydı.

İzleyicinin kaynak olarak ikinci görünümü, iletinin biçimini
belirleme tarzıdır. Bu belirleme en basit düzeyde, yayıncıların eski
yapıların yeni uyarlamalarını ürettikleri 'reçete yapımlar'la sonuçla-
nır. İzleyicilerin, yayıncılarla paylaştığı kültürel bir deneyime daya-
nan belirli beklentileri vardır. Örneğin geniş alan yayıncılığı iletile-
rinin bir girişi, gelişmesi ve sonucu olmalıdır. Olay bitmemiş olsa
bile, ona ilişkin haberin bir sonucu olmalıdır: doğal olaylara ilişkin
bir öykü içerisinde sunulan bağlantıların, en doğal olmayan biçim-
lerde birbirlerine bağlanması ve ilişkilendirilmesi gerekir. Aynı s-
recin izi daha az açık düzeylerde de bulunabilir. Stuart Hall, Con-
nell ve Curti (1976), içinde yaşadığımız parlamenter demokrasinin
sahip olduğu "gözcü" basının *Panorama* türü bir programın bii-
mini nasıl belirlediğini gösterdiler. Programın biçimini uzlaşımsaldı:
temel siyasal partilerin temsilcileri ve 'tarafsız' medya yöneticileri
siyasal bir sorunu tartışıyorlardı. Araştırmacılar, politikacıların yay-
ın zamanını paylaşma, konuşma sırası alma tarzlarını, medya y-
neticilerinin onlara karşı tutumlarını ve davranışlarını dikkatlice
czmlererek tartışmanın gerçek anlamının tartışma konusundan
değil, biçiminden çıkarıldığını gösterdiler. Bunun anlamı, parla-
menter demokrasimiz *işlemektedir* ve medya kurumları da onun
işlediğini kanıtlamaktadırlar. İzlerkitle bunu zaten 'bilmektedir';
programın 'biçimi' bunu kanıtlamaktadır. Bu biçim kodlanmış bir
iletidir: bu ileti, uzlaşımsal dizim pratiğine göre birleştirilen televiz-
yon davranış birimlerinden oluşmaktadır. Yine bu ileti bir geniş

alan yayıncılığı kodudur, kısıtlı bir koddur: ve izleyicinin kültürel deneyimi iletinin kaynağıdır.

İzleyicinin bir kaynak olarak görülebileceği üçüncü yol bu çözümlemenin geliştirilmesidir. Geniş alan yayıncılığı kurumsal bir etkinliktir ve kurumlar ait oldukları toplumların bir ürünüdürler. Örneğin İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri ve Rusya farklı toplumlardır ve dolayısıyla farklı yayın kurumlarına sahiptirler. Bu kurumlarda her toplumun kendine uygun gördüğü türdeki kişiler çalışır ve bu kurumlar yine o kişiler tarafından yönetilirler; her bir kurumun öncelikleri kendi çalışanlarının ve toplumlarının ürünüdür ve bütün bunlar her kurumun ürettiği geniş alan yayıncılığı türünü etkiler.

Stuart Hall, izleyicilerin düşünce ve duygu yapıları, geniş alan yayıncılığı iletilerinin kodlanmış yapısı ve yayın kurumlarının yapıları arasında gizli ama belirleyici bir ilişki olduğunu ileri sürer. Bunların hepsi birbirlerine bağımlıdır ve birbirlerini karşılıklı belirlerler.

Fiske ve Hartley (1978) "ozansız televizyon" (*bardic television*) kavramını geliştirdiler. Bu kavramla televizyonun, ozanın geleneksel toplumda yerine getirdiği yedi işlevi modern bir toplumda yerine getirdiğini ileri sürdüler. Bu işlevler şunlardır:

1. Gerçekliğin doğasına ilişkin yerleşik kültürel oydaşmanın ana hatlarını ortaya koymak.

2. Başat değer sistemlerini besleyerek ve bunların pratikte işlediğini göstererek kültürün birey-üyelerini bu değer sistemi içine sokmak.

3. Kültürün bireysel temsilcilerinin yaptıklarını duyurmak, açıklamak, yorumlamak ve haklılaştırmak.

4. Kültürün, ideolojilerinin/mitlerinin pratik ve potansiyel olarak öngörülemez dünya ile etkin meşguliyetini onaylayarak ve güçlendirerek dünyadaki pratik yeterliliğini ortaya koymak.

5. Tam aksi bir biçimde, kültürün, dışardaki dünyanın değişen koşullarından ya da kültürdeki yeni ideolojik tutumların oluştuğu baskıdan kaynaklanabilen kimi pratik yetersizliklerini açığa vurmak.

6. İzleyicileri, bireysel konumlarının ve kimliklerinin bir bütün olarak kültür tarafından güvence altına alındığı konusunda ikna etmek.

7. Tüm bunlar aracılığıyla bir kültürel aidiyet duygusu (güvenlik ve bağlılık) yaratmak.

Bütün televizyon iletileri bu işlevleri yerine getirir: izlerkitlenin üyeleri yanıtlarını kendi özel durumlarına bakarak müzakere ederler ve böylece kendilerini kültür içinde konumlandırırlar. İleti ya anonimdir ya da kurumsal kaynaklıdır: Geleneksel ozan, günümüz sanatçısı gibi bir birey değil, toplumdaki bir 'rol' idi. Nitekim bu yedi işlevden hiçbirisi bireyin farklı niyetlerinin ifade edilmesini içermemektedir. Bu işlevler kitle toplumunda geniş alan yayıncılığı kodları, altkültür ya da yerel topluluklarda ise kısıtlı kodlar tarafından yerine getirilir. Geniş alan yayıncılığı kodları ve kısıtlı kodlar arasındaki bu toplumsal işlev benzerliği, bu ikisinin niçin bu kadar çok özelliği paylaştığını açıklamaktadır.

Dar alan yayıncılığı kodları : Diğer içerimler

Dar alan yayıncılığı ve gelişkin kodlar arasında da benzerlikler vardır. Dar alan yayıncılığı kodları tanımlanmış, sınırlı bir izleyici topluluğuna yöneliktir: bu sınırlı izleyici topluluğuna katılmak için kodların öğrenilmesi gerekir. Dar alan yayıncılığı kodları, paylaşılan bir toplumsal deneyime değil, ortak bir eğitimsel ya da entellektüel deneyime dayandıklarından (aynı zamanda sınırlı bir izleyici kitlesi tarafından anlaşıldıklarından) kısıtlı kodlardan ayırt edilmeleri gerekir. Stockhausen'ın müziği ya da Radyo 3'deki bir uzmanın konuşması dar alan yayıncılığı kodlarının örnekleridir. Bunlar toplumsal ya da statü-yönelimli değil; bireyci ve kişi-yönelimlidirler. Dar alan yayıncılığı kodları, şayet iletişimci daha çok biliyor ya da farklı biçimde görüyor ve hissediyorsa, iletişimci ve izleyici arasında farklılıklar yaratırlar. Dar alan yayıncılığındaki iletişim sonucunda izleyicinin değişmesi, zenginleşmesi beklenirken; geniş alan yayıncılığının kısıtlı kodları izleyici için güven tazelemeyi ve onaylamayı gerçekleştirirler.

Dar alan yayıncılığı kodları seçkincidir ya da en azından toplumda farklılık yaratıcıdır. Sanatta entellektüeldirler ve kültürel açıdan yüksek değer atfedilirler; bilimde etkileyici bir uzman dili üretirler ve uzmanlar kendi uzmanlıklarının belirtisel bir göstergesi olarak bu özel dili kullanırlar. Tıp ve hukuk mesleklerinin herkese açık olmamasının nedenlerinden birisi de kullandıkları

dar alan yayıncılığı kodlarıdır. Bir sosyoloğun bilinen bir toplumsal deneyime gönderme yaparken etkileyici bir uzmanlık terimi kullanması, onun sokaktaki adamdan farklılığını, toplumbilimcilerden oluşan bir seçkinler grubunun üyesi olduğunu gösterir. İletişim uzmanları bu durumdan muaf değildirler. Dar alan yayıncılığı kodları 'bizim' (kodları kullanan) ile 'onların' (sıradan, uzman olmayan insanların) arasındaki farklılığın üzerinde durarak kitle toplumumuz içindeki işlevini yerine getirir. Geniş alan yayıncılığı kodları ise 'bizim' (çoğunluğun) aramızdaki benzerliklerin üzerinde durur.

Kodlar ve ortaklaşım

Bütün kodlar ortaklaşım, yani –içerdiği birimler, bu birimlerin seçimini ve birleştirilmesini sağlayan kurallar, alıcıya açık olan anlamlar ve yerine getirdikleri toplumsal ve iletişimsel işlevler gibi– temellerine ilişkin kullanıcılar arasında varolan bir anlaşmaya dayanır. Ancak bu anlaşmaya nasıl varıldığı ve bu anlaşmanın sahip olduğu biçim önemli ölçüde farklılaşabilmektedir. Anlaşmaya ulaşmanın üç önemli yolunu ele alacağız: Uzlaşım ve kullanım yoluyla, açık anlaşma yoluyla ve metindeki ipuçları yoluyla.

Uzlaşım ve kullanım

Anlaşmaya varmanın ilk ve en önemli yolu uzlaşım ve kullanımdır. Bununla yazılı olmayan, ifade edilmeyen, bir kültürün üyelerinin paylaştığı deneyimden türetilen beklentileri ifade ediyoruz. Uzlaşım insanların belirli sınırlar içerisinde giyinmelerine ya da davranmalarına, televizyon programlarının ya da konuşmaların genellikle bilinen yolları izlemesine, evlerin ve bahçelerinin az ya da çok yerel ya da ulusal pratiklere uygun olmasına yol açacaktır. Uzlaşım tekrara dayanır: kodaçımını kolaylaştırır, kültürel üyeliği ifade eder, deneyim benzerliğine dayanır, güven vericidir. Aynı zamanda uyumluluk, özgünlükten yoksunluk, değişime karşı direnç de üretebilir. Uzlaşım ile varılan anlaşmalar her zaman olmasa da genellikle ifade edilmemişlerdir. Yani, gösterenler paradigmasına koşut biçimsel bir gösterilenler paradigması yoktur. Örnek ola-

rak giysi kodunu ele alalım.

Giymenin her türü bir paradigma oluşturur –kravatlar, gömlekler, ceketler, pantolonlar, çoraplar. Sabahleyin giyinme bir ileti kodlamadır. Her bir paradigmadan bir birim seçeriz ve bir ifade oluşturmak için bunları birleştiririz. Bu ifade sunumsal, belirtisel bir kod kullanır ve (1) elbiseleri giyenler olarak bizim (2) karşılaşacağımızı umduğumuz insanlarla ilişkilerimize ilişkin algılamız ve (3) bütün gün boyunca karşılaşacağımız toplumsal durumlardaki konumumuz ya da rolümüz hakkında bir anlam aktarır. Karşılaştırmalı olarak çok az giysinin tanımlanmış bir anlamı vardır; yani kullanıcılar arasında bu konuya ilişkin çok az ifade edilmiş anlaşma vardır. Böyle bir anlaşma olduğunda, bunları bir sonraki başlığımız altında işleyeceğimiz nedensiz kodlar içinde ele almak daha uygundur. Kulüp kravatları, üniformalar ya da rozetler bu türe verilebilecek örneklerdir. Bunlar gösterilenleri anlamın birinci düzeyi içinde belirtirler: simgeseldirler. Ancak giysi kodu genellikle belirtisel kodlarla işler. Giyinme tarzıyla toplumsal konumumu gösteririm. Kravat seçimim aynı zamanda ruh halimi çağrıştıracaktır –'Bugün içimden mavi beyaz benekli kravatımı takmak geliyor'. Sanatçının tuhaf giysileri genelde toplumsal uzlaşımlara duyulan saygı eksikliğini ifade etmenin bir yoludur. Giysilerin belirtisel doğası insanların kendilerini çok kişisel hissetmelerine neden olur. İş görüşmesine gelen bir gencin kot pantolon giymesi onun, 'beni olduğum gibi kabul etmeleri gerekir: *Ben* kot pantolon giyen biriyim' demeye getirmesini ima etmektedir. Belirtisel gösterge, gösterdiği şeyin kendisi haline gelmiştir. İşveren bunu firmanın uzlaşımlarına karşı bir meydan okuma biçiminde okuyabilir ve bu nedenle ona iş vermeyebilir. Kot pantolon saygısızlığı ve asi ruhluluğu da çağrıştıracaktır.

Bu yanlış anlamaların nedeni, işverenin ve görüşmecinin kot pantolona ilişkin farklı altkültür deneyimlerine sahip olmalarıdır. Eco (1965), farklı deneyimlerden kaynaklanan 'okuma' farklılığına *sapkın kodaçımı* nitelemesini yapmaktadır. Bir sanatçı, ortak kodları kullanan tanımlanmış bir izleyici grubu için bir ileti üretirken – yani bir dar alan yayıncılığı iletili üretirken – izleyicilerin müzakere ettikleri anlam alanının sınırlı olabileceğini bekleyebilir. Bunların kodaçımları kodlamaya çok yakın olacaktır. Ancak bu iletiyi ona farklı kodlar yükleyen, farklı bir kültürün üyesi okursa, sapkın ko-

daçımı farklı bir anlam üretecektir. Bu sorun özellikle görüntüsel gösterge kodlarında ortaya çıkmaktadır –sözel diller genelde çok farklı oldukları için kodaçımı mümkün değildir. Hayvanların tarihöncesi mağara resimleri, yerçekimi kanununu hiçe sayan zarif, çevik hareketleri ifade eder biçimde okunmuştur: ancak Margaret Abercrombie (1960) bu resimlerin aslında yana yatmış ölü hayvanların resimleri olduğunu iddia etti. Yaşayan hayvanlara duyduğumuz sevgi ve ölü bedenlere karşı duyduğumuz tiksinti bizi sapkın bir kodaçımına yöneltti (bakınız, levha 7). Bir kültürün kodlarıyla kodlanan birileti başka bir kültürün kodları tarafından kodaçımına uğratıldı. Geçenlerde polis ile fabrika önündeki grevciler arasındaki çatışmaya ilişkin İngiliz haber filmini kullanan bir Rus televizyonu haber programının kaydını izledim. Sapkın kodaçımı çok açtı.

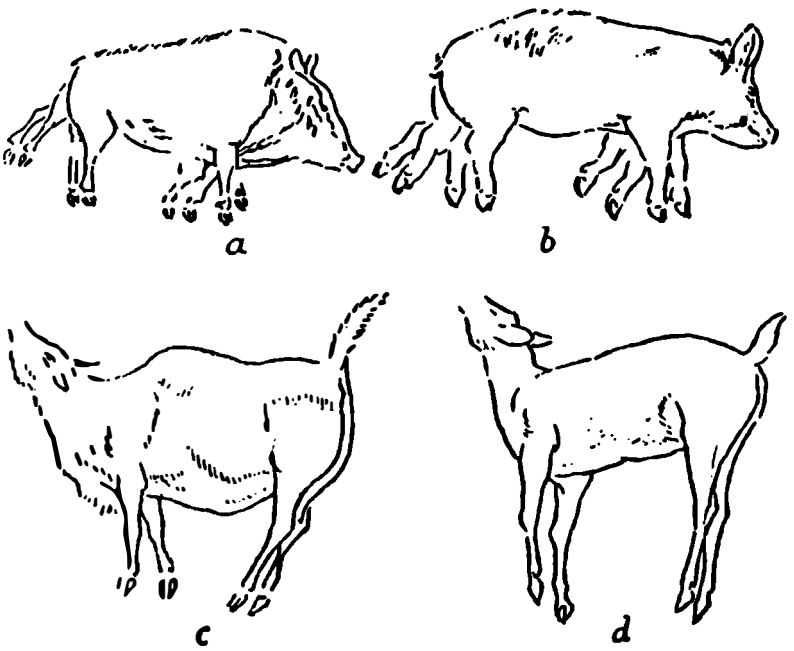
Medyanın, kodları yayıncılarınınkinden oldukça farklı olabilen sayısız altkültüre hizmet vermesi gerektiğinden, medya iletilerinin sapkın kodaçımı bir istisna değil kural haline gelmiştir (Eco, 1965). Kitle toplumu kültüründen söz ettiğimizde, sözelimi bir kabile toplumu kültürüne göndermede bulunduğumuz zamankinden daha fazla değişen ve kabaca tanımlanan bir kodlar, inançlar ve pratikler bütününe kastederiz. Öyleyse sapkın kodaçımı, iletinin kodlanmasında ve kodaçımında farklı kodlar kullanıldığında ortaya çıkmaktadır.

Kot pantolonlu görüşmecinininki gibi birçok durumda, sapkın kodaçımı kavramını sapkın kodlamayı da içerecek şekilde genişletmek yararlı olacaktır. Sapkın kodlama, farklı kültürel ya da altkültürel deneyime sahip insanların iletiyi farklı okuyabileceklerini göremeyen kodlamadır. Üstelik farklı okumaların mutlaka ayıplanması da gerekmemektedir. Bir iletiyi okumanın kendisi kodlayıcının niyetinin araştırılmasını içermemektedir. Gerçekten de, özellikle edebi eleştiri geleneği içinde yazarın ima edilen niyeti konusunda birçok verimsiz tartışma yapıldı.

Nedensiz kodlar (ya da mantıksal kodlar)

Temel kavram

Nedensiz kodlar basit biçimde tanımlanırlar ve kolayca anlaşılırlar. Bunlar, kullanıcılar arasındaki anlaşmanın apaçık ve tanım-



Levha 7: *Sapkın kodaçımı. Mağara resimleri ve ölü hayvanlar.* Altamira mağaralarındaki resimlerle ilgili Abbé Breuil'in çizimleri (a, c) ve ölü hayvanların (b, d) fotoğraflarının kopyaları. (a) ve (c) ya da (b) ve (d) özgün kültürün kodlarına yakın düşmekte midirler?

- (a) koşan bir yaban domuzu,
- (b) boğazlanmış bir domuz. İki fotoğrafın üst üste bindirilmesinden oluşan bir kopya, ayaklar farklı konumlarda,
- (c) böğüren bir bizon,
- (d) ölü bir dişi geyik.

Kaynak: Abercrombie (1960).

lanmış olduğu kodlardır. Bunlar, gösterenler ve gösterilenler arasında ifade edilmiş ve üzerinde anlaşmaya varılmış bir ilişkiye sahip olan kodlardır. Simgesel, düzenlamalı, kişidişi ve duragandır. Matematik mükemmel bir nedensiz ya da mantıksal kod kullanır. Kodu öğrenenin, ' $4 \times 7 = 28$ 'in anlamına ilişkin herhangi bir şüphesi olamaz: Sapkın kodaçımı olanaksızdır: Kültürel farklılıklar anlamı etkilemez: Anlam okuyucu ve metin arasında müzakere

edilmez; iletide içerilmiştir. Gerekli olan tek şey kodu öğrenmektir. Doğal görüngülerin nesnel, kişidişi, evrensel olarak araştırılması konu alan bilim, bulgularını nedensiz, mantıksal kodlarla iletmeye çalışır. Trafik ışıkları, karayolu kodu, askeri üniformalar, futbol formaları, kimyasal simgeler nedensiz kodların diğer rnekleridirler.

Diğer içerimler

Nedensiz ve uzlaşımsal olarak tanımlanmış kodlar arasındaki başlıca farklılıklar paradigmalarının doğasındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Nedensiz kodlar gösterilenler paradigmasıyla tam anlamıyla ilişkili, tanımlanmış, sınırlı bir gösterenler paradigmasına sahiptir. Bunlar dzanlamanın üzerinde dururlar. Uzlaşımsal kodlar açık uçlu paradigmalardır: yeni birimlere eklenebilir; varolanlar kullanımı dışı bırakılabilir. zerinde anlaşılan bir gösterilenler paradigmasına sahip değildirler. Nedensiz kodlar durağandır ve sadece kullanıcıları arasındaki açık anlaşmalarla değiştirilebilirler.

Dolayısıyla nedensiz kodlar kapalıdır: Metindeki anlamı içermeye çalışırlar ve okuru müzakere sürecinde çok şey katmaya davet etmezler. Yapılması gereken tek şey kodların bilinmesidir. Öte yandan, uzlaşımsal kodlar açıktırlar ve okuru etkin bir müzakereye davet ederler. Uzlaşımsal kodların aşını türleri estetik kodlar olarak adlandırılabilir ve bunlar bazen sadece metindeki ipuçları aracılığıyla kodaçımına uğratılabilirler.

Estetik Kodlar

Temel kavramlar

Estetik kodlar, çok çeşitli olduklarından, gevşekçe tanımlan-dıklarından ve çok hızlı bir şekilde değiştiklerinden dolayı basitçe tanımlanmaları oldukça zordur. Kültürel bağlamdan önemli ölçüde etkilenirler: Anlamın ciddi bir biçimde müzakere edilmesine izin verirler ya da müzakereye davet ederler: sapkın kodaımları normdur. Anlamlıdır; içsel ve öznel dünyayı kuşatırlar. Kendi başlarına bir haz ve anlam kaynağı olabilirler: biçem konuya ilişkin bir kavramdır. Nedensiz, mantıksal kodlar genellikle gnder-

geseldirler, estetik kodlar Jakobson'un saydığı bütün işlevleri yerine getirebilirler.

Diğer içerimler

Kullanıcıların uzlaşımsal estetik kodlar üzerinde anlaşmalarını sağlayan, ortak kültürel deneyimdir. Kitle sanatı ve halk sanatı uzlaşımsal estetik kodları kullanırlar; giysi ve mimarlık, araba ve mobilya tasarımı da uzlaşımsal estetik kodları kullanırlar. Bunlar kitle toplumunun olduğu kadar geleneksel bir kabile toplumunun da kodlarıdır. Uzlaşımsal ya da tekrarcı oldukları ölçüde basit ve basmakalıp olarak nitelenirler.

Ama estetik kodlar uzlaşımları izledikleri gibi onları bozabilirler de. Yenilikçi sanat kendi içinde kendi kodaçımının ipuçlarını içerir. Kendi döneminin uzlaşımlarını bozan sanatçı, toplumun kendi çalışmasındaki yeni kodları öğreneceğini ve böylece onun 'kıymetini anlayacaklarını' umar. Avantgard sanatın entellektüel bir çalışması kendisine özgü estetik kodları sıklıkla kullanacaktır: izleyiciler kodaçımının ipuçlarını çalışmanın kendi içerisinde aramak zorundadırlar: Sanatçı ve izleyicilerin paylaştığı tek şey çalışmanın kendisidir. Kitlesele üretim ve kitlesele tüketimin egemen olduğu bir kitle toplumunda benzersiz bir sanat çalışması sadece biricik oluşundan dolayı ek bir statü kazanır. Kitlesele mülkiyete ya da kitlesele tüketime sunulmamıştır ve bireysel farklılıkları ve seçkin değeri gösterebilme yeteneğinden dolayı da oldukça yüksek değeri atfedilir. Bu daha sonra yüksek mali değere dönüştürülür (bakınız, Benjamin, 1970).

Uzlaşım yaratma

Yenilikçi, uzlaşımsal olmayan kodlarını zamanla çoğunluk tarafından benimsendiği ve böylece uzlaşımsal hale geldiği ortak bir kültürel süreç söz konusudur. Buna uzlaşım yaratma adı verilir. Bu süreç, entellektüel bir sanat biçiminin, örneğin izlenimciliğin, doğanın resmini yapmanın uzlaşımsal tarzı haline gelene kadar gidecek daha çok kabul edilir hale gelmesini içerebilir. Ya da belirli bir altkültür için geliştirilen dar alan yayıncılığı kodunun, örneğin jazz'ın benzer bir biçimde geniş bir kültürel kabul görmesini sağla-

mayı içerebilir. Bu gibi durumlarda saf ya da özgün kodun taraftarları geniş alan yayıncılığı uyarlamasının, gerçek kodu bozulmaya uğrattığını söyleyeceklerdir.

Bir kodu geniş alan yayıncılığı kodu haline getirmek kesinlikle değişimi içerir: Kusursuz, ustaca bir iletişim, sanatçı ile izleyici aynı dar alan yayıncılığı kodunu paylaştıklarında mümkündür, ancak geniş alan yayıncılığında bu ne mümkün ne de uygundur. İzleyicilerin ayrışıklığı kodun özel, biricik anlamlardan çok genellemelerle ilgilenmesini gerektirir ve iletileri izlerkitlenin uzlaşım ya da kültürel deneyim çeşitliliklerine uydurmak için sapkın kodaçımlarına izin verilir. Bu değişimlerin kötüye doğru olacağını söyleyebiliriz: uzlaşım yaratma niteliğin düşürülmesini gerekli kılar, çünkü 'en küçük ortak payda'ya seslenecektir. Bu tür bir yargı geçerli olabilir, ama bu yargının gelişkin dar alan yayıncılığı kodlarını ve bireysel farklılıkların ifade edilmesini onaylayan, belirli bir değer sistemi tarafından yapıldığının da farkında olmalıyız. Kültürel bağların kısıtlı, geniş alan yayıncılığı kodlarıyla pekiştirilmesine büyük önem veren bir değer sistemi, en küçük ortak payda eğretilemesini saldırgan, seçkinci ve kusurlu bulacaktır.

Kodlar ve uzlaşımlar

Kodlar ve uzlaşımlar herhangi bir kültürün deneyiminin ortaklaşa paylaşılan merkezini oluştururlar. Bunlar, toplumsal varoluşumuzu anlamamızı ve kendimizi kültürümüz içinde konumlandırmamızı olanaklı kılarlar. Kültürümüze üyeliğimizi sadece ortak kodlar aracılığıyla hissedebilir ve ifade edebiliriz. İster izleyici, ister kaynak olalım kodları kullanarak kendimizi kültürümüze dahil ederiz ve kültürün canlılığını ve varoluşunu sürdürürüz. Kültürün etkin, dinamik, canlı bir organizma olmasının en önemli nedeni, üyelerinin bu kültürün iletişim kodlarını etkin biçimde kullanmalarıdır.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. Levha 8'deki kodların ve uzlaşımların oynadığı rolü tartışınız. Şemsiyeler altındır, 'isimsiz' sigaralar da Benson ve Hedges'in 'özel filtreli' sigarasıdır. Bu firma altın kutuyu kendi imgesi olarak kabul ettirmiştir.

Benzer reklamlardan oluşan bir kampanya ile de gerçeküstücü biçemi 'uzlaşımsal' hale getirmiştir. Bunlar size kodların ve uzlaşımın toplumsal ve iletişimsel deneyimle ilişkisi hakkında ne söylüyor? Bir metnin kodlaşımında bu metinle ilişkili başka metinlere ilişkin deneyimlerimiz (yani metinlerarasılık) ne kadar önemli? Bakınız, Guiraud (1975), s.40-4; Fiske ve Hartley (1978), s. 61-62.

2. Bir pop şarkısının sözlerini, bir aşk şiirinin sözleriyle karşılaştırın. Bu karşılaştırma, gelişkin ve kısıtlı kodlar ile bunların toplumsal işlevleri üzerinde nasıl bir ışık tutmaktadır? Benzer bir karşılaştırmayı aynı olayla ilgili haberin popüler ve nitelikli gazetelerdeki sunuluşu arasında yapınız. Değer yargısız çözümleme ile toplumsal değer yargılan içeren çözümleme arasındaki farkı tartışınız. Bakınız, Hartley (1982), 2. ve 10. bölümler.



Levha 8: "Yağan Sigaralar"

3. Nedensiz (ya da mantıksal) kodlar ile estetik kodlar arasındaki temel farklılıklar nelerdir? Çözümlemenizi inşa ederken Jakobson'un modelini kullanın. Ayrıca bakınız, Guiraud (1975), s.45-81.

4. Argyle'nin sözsüz iletişim kodlarından birini ya da birkaçını ele alarak bunlarla ilgili bir 'sözcük dağarcığı' üretmeye çalışın. Özellikle benzeşik kodlarla bağlantılı olarak ne tür sorunlarla karşılaşılıyorsunuz? Bu kodlar ne kadar kültüre özgüdürler? Bunları göstergelerinin güdülenme dereceleri açısından tartışmak doğru mudur? Bakınız, Guiraud (1975), s.88-90; Cornner ve Hawthorn(1980), s.50-61.

5. Levha 4'e geri dönün. İmgeleri, kullandıkları kodlar açısından tartışınız. Bunlar ne kadar uzlaşımaldırlar? Ne kadar estetiklerdir? Bazıları geniş alan yayıncılığı, bazıları da dar alan yayıncılığı kodu mudur? Aracın kendisi mi (tablo, çizim, fotoğraf, karikatür) yoksa araç içindeki bir tür mü (pomografik, moda ya da kişisel fotoğrafçılık) anlam taşımaktadır? Ya da bu, uygun kodları belirlemede midir – çıplak bir tabloyu çıplak bir fotoğrafla aynı biçimde mi kodaçıyoruz?

5. BÖLÜM

ANLAMLANDIRMA

Saussure'un, göstergenin paradigmasal ve dizimsel ilişkilerine ilişkin kuramları bizi şimdiye kadar yalnızca göstergelerin nasıl işlediğini anlamaya götürmektedir. Saussure öncelikle dilsel sistemle ilgilendi, ikincil olarak bu sistemin göndermede bulunduğu gerçeklikle nasıl ilişkilendirildiği üzerinde durdu ama bu sistemin okurla ve onun sosyo-kültürel konumuyla nasıl ilişkilendirildiğine hemen hemen hiç bakmadı. Bir cümlenin inşa edilebileceği karmaşık yollarla ve cümlenin biçiminin cümlenin anlamını nasıl belirlediğiyle ilgilendi, ama aynı cümlenin farklı konumlardaki farklı insanlara farklı anlamlar taşıyabileceği gerçeği üzerinde çok az durdu.

Diğer bir deyişle, anlamın yazar/okur ve metin arasında bir müzakere süreci olduğunu tasavvur edemedi. Israrla metnin üzerinde durdu ve ne metindeki göstergelerin, kullanıcının (burada yazar ve okur arasında bir ayrım yapmak önemli değildir) kültürel ve kişisel deneyimiyle etkileşim biçimiyle ne de metindeki uzlaşımların, kullanıcının deneyimlediği ve beklediği uzlaşımlarla etkileşim biçimiyle ilgilendi. Bu müzakereli, etkileşimci anlam düşüncesinin çözümlenebileceği sistemli bir modeli geliştiren kişi, Saussure'un takipçisi olan Roland Barthes'dı. Barthes'ın kuramının merkezinde *anlamlandırmanın iki düzeyi* düşüncesi yer almaktadır.

Düzanlam

Anlamlandırmanın birinci düzeyi, Saussure'un üzerinde çalıştığı düzeydir. Bu düzey, göstergenin göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi ve göstergenin dışsal gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini betimler. Barthes bu düzeyi düzanlam olarak adlandırır. Düzanlam, göstergenin ortakduyusal, aşıkâr anlamına gönderme yapar. Bir sokak manzarası fotoğrafı belirli bir sokağı gösterir; "sokak" sözcüğü binalar arasında uzanan bir şehir yolunu anlatır. Ama ben aynı sokağı önemli derecede farklı biçimlerde fotoğraflayabilirim. Renkli bir film kullanabilir, donuk bir gün ışığı seçebilir, yumuşak bir odak ayanı yapabilir ve sokağı çocuklar için mutlu, sıcak, şefkat dolu bir oyun alanı haline getirebilirim. Ya da siyah-beyaz bir film, sert odak ayanı, güçlü kontrastlar kullanabilir ve aynı sokağı oyun oynayan çocuklar için soğuk, zalim, barınılamaz ve yıkıcı bir mekan haline getirebilirim. Bu iki fotoğraf, aynı anda ve birbirine yalnızca birkaç santimetre uzaklıkta iki fotoğraf makinesi tarafından çekilmiş olabilir. Bu iki fotoğrafın düzanlamsal anlamı aynı olacaktır. Farklılığı yaratan yananlamlandır.

Yananlam

Temel kavram

Yananlam, Barthes'in ikinci anlamlandırma düzeyinde göstergelerin işlediği üç yoldan birisini betimlemek için kullandığı bir terimdir. Yananlam, göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir. Bu, anlamların öznelliğe ya da en azından öznelarasılığa doğru kaydığı andır: bu anda yorum, yorumlayıcıdan etkilendiği kadar nesne ya da göstergeden de etkilenir.

Barthes'e göre, yananlamdaki en önemli etmen, ilk düzeydeki gösterendir. İlk-düzyen göstereni yananlamın göstergesidir. Bizim hayali fotoğraflarımız aynı sokağın fotoğraflarıdır; aralarındaki farklılık, fotoğrafın biçiminde, görünümünde, yani gösterende yatmaktadır. Barthes (1977) yananlam ve düzanlam arasındaki farklılığın en azından fotoğrafçılıkta belirgin olduğunu ileri sürer. Düz-

anlam, fotoğraf makinesinin doğrultulduğu nesnenin film üzerinde mekanik bir yeniden üretimidir. Yananlam ise bu sürecin insanı boyutudur: çerçeve içine neyin dahil edileceğinin, odağın, ışığın, kamera açısının, filmin kalitesinin ve benzerlerinin seçimidir. Düzanlam *neyin* fotoğraflandığıdır, yananlam ise *nasıl* fotoğraflandığıdır.

Diğer içerimler

Bu düşüncüyü daha ileriye götürebiliriz. Sesimizin tonu, nasıl konuştuğumuz, söylediğimiz şeylere ilişkin duygulanmızı ya da değerlerimizi ele verir; müzikte İtalyan işareti olan *allegro ma non troppo*, notaların nasıl çalınacağı, hangi yananlamsal ya da duygusal değerlerin aktarılacağı konusunda bestecinin verdiği bir talimattır. Sözcüklerin seçimi çoğu kez bir yananlam seçimidir – "anlaşmazlık" ya da "grev", "ticaretin çarklarını yağlamak" ya da "rüşvet vermek". Bu örnekler duygusal ya da öznel yananlamları gösterirler, ancak kültürümüzdeki diğer insanların da bunların önemli bir bölümünü paylaştıklarını ve bunların öznelerarası olduklarını varsaymak zorundayız.

Diğer yananlamlar daha çok toplumsal ve daha az kişisel olabilirler. Sık sık kullanılan bir örnek, yüksek rütbeli bir subayın üniformasındaki göstergelerdir. Sınıflar ya da rütbeler arasındaki ayrımları vurgulayan ve sonuçta daha yüksek bir toplumsal konuma daha yüksek bir değer atfeden hiyerarşik bir toplumda bu rütbe göstergeleri yüksek değerleri çağrıştırmak amacıyla düzenlenmişlerdir. Bunlar genelde altındırlar, taç ya da çelenk şeklindedirler ve ne kadar çoksalar gösterdikleri rütbe de o kadar yüksektir. Sınıf ayırımına ya da hiyerarşiye önem vermeyen bir toplumda yüksek rütbe çağrıştıran göstergelere yer verilmediği için subayların üniformalarını erlerinkinden ayırt etmek oldukça zordur. Fidel Castro'nun ya da Devlet Başkanı Mao'nun üniformaları yönettikleri insanlarınkinden hiç farklı değildi. Ancak bu üniformalar, rütbe göstergelerinin ağırlığı altında zorlukla hareket edebilen bir ondokuzuncu yüzyıl Prusya subayınıninki kadar yüksek rütbeyi açıkça gösteren göstergelerle donanmışlardı.

Yananlam genellikle bir görüntüsel boyuta sahip olsa da büyük ölçüde nedensizdir (*arbitrary*), bir kültüre özgüdür. Yumu-

şak bir odakla çekilmiş bir çocuk fotoğrafının nostaljiyi çağrıştırmaması kısmen görüntüsel bir göstergedir. Yumuşak odak, belleğin belirsiz doğasının güdülenmiş bir göstergesidir; aynı zamanda duygunun da güdülenmiş bir göstergesidir: yumuşak odak = yufka yüreklilik! Ancak kodaçımını bu biçimde yapabilmemiz için uzlaşım sal bir öğeye gereksinmemiz vardır, yani yumuşak odağın bir teçhizat sınırlaması değil fotoğrafçının bilinçli bir tercihi olduğunu bilmemiz gerekmektedir. Eğer tüm fotoğraflar yumuşak odaklı çekilmiş olsalardı çocuğun fotoğrafı nostaljiyi çağrıştıramazdı.

Yananlamlar öznel düzeyde işledikleri için onların çoğunlukla farkına varamayız. Sokağın sert odaklı, siyah-beyaz, vahşi görünümü çok büyük olasılıkla düzanlamsal biçimde okunabilir: sokaklar hep böyledir. Yananlamsal değ erleri düzanlamsal olgular olarak okumak oldukça kolaydır. Göstergebilimsel çözümlemenin temel hedeflerinden birisi, bu tür bir yanlış okumayı önleyecek bir analitik yöntem ve düşünce çerçevesi sunmaktır.

Mit

Temel kavram

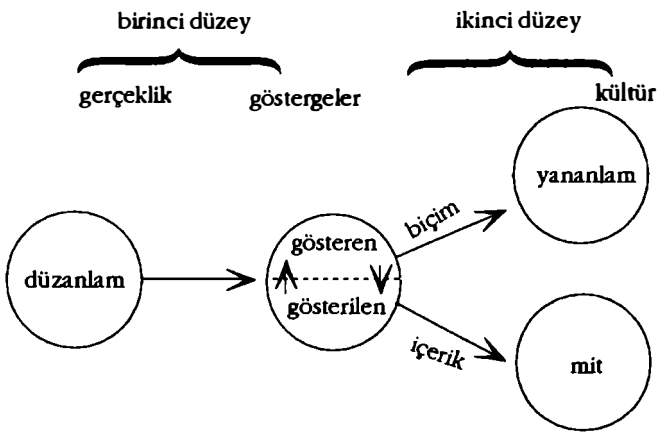
Göstergelerin ikinci düzeyde işleyişine ilişkin olarak Barthes'ın ortaya koyduğu üç yoldan ikincisi *mit* aracılığıyla olanıdır. Barthes'ın (1973) bu terimi kullanmamış olmasını tercih ederdim, çünkü terim normalde yanlış fikirlere gönderme yapmaktadır: "... olduğu bir mittir" ya da "İngiltere'nin hala büyük bir dünya gücü olduğu miti." Bu normal kullanım, inanmayanların sözcüğü kullanımınıdır. Barthes bu terimi bir inanan olarak özgün anlamında kullanır. Mit bir kültürün, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünümlelerini açıklamasını ya da anlamasını sağlayan bir öyküdür. İlkel mitler yaşam ve ölüm, insan ve tanrılar, iyi ve kötü hakkındadır. Bizim sofistike mitleriniz ise erillik ve dişillik, aile, başarı, İngiliz polisi, bilim hakkındadırlar. Barthes'a göre, bir mit bir şey üzerinde düşünme, onu kavramlaştırma ya da anlamının kültürel yoludur. Barthes miti, birbirileriyle ilişkili kavramlar zinciri olarak düşünür. Dolayısıyla İngiliz polisine ilişkin geleneksel mit, dostça davranma, güven verme, metanet, hoşgörü ve silah taşımama kavramlarını içermektedir. Küçük bir kızın kafasını hafifçe okşayan

şişman, sevecen polis fotoğrafı klişesi onun ikinci düzey anlamına, yani polisle ilgili *mitin* kültürde yaygın olduğu olgusuna dayanır: fotoğraftan önce de vardır, fotoğraf miti oluşturan kavramlar zincirini harekete geçirir. Eğer yananlam gösterenin ikinci düzeydeki anlamı ise, mit de gösterilenin ikinci düzeydeki anlamıdır.

Diğer içerimler

Yananlamı betimlediğimiz sokak manzarası örneğimize geri dönelim. Eğer bir düzine fotoğrafçıdan içinde çocukların oynadığı bu sokak manzarasını fotoğraflamalarını istesem, çoğunun siyah-beyaz, sert odaklı, şefkatsiz fotoğraflar üreteceklerini tahmin ediyorum. Çünkü bu yananlamlar sokakta oynayan çocukları kavramlaştırmamıza yardımcı olan en yaygın mitlere daha iyi uyum göstermektedirler. Bizim çocuklukla ilgili başat mitimiz, çocukluğun doğallık ve özgürlük dönemi olduğu ya da olması gerektiği şeklindedir. Olgunlaşma ise, toplumun taleplerine uyum sağlama, yani doğallığı ve özgürlüğü yitirme anlamına gelmektedir. Şehirler normalde çocuklara çok sınırlı bir çevre sağlayan doğal olmayan, yapay mekanlar olarak görülürler. Kültürümüzde çocukluk için en uygun mekanın kırsal alanlar olduğu konusunda yaygın bir inanç söz konusudur. Bu mitleri daha önceki dönemlerin mitleriyle karşılaştırabiliriz. Örneğin, Kraliçe Elizabeth dönemindekiler çocuğu eksik bir yetişkin olarak gördüler; Roma İmparatoru August dönemindekiler kırsal alanları vahşi, medenileşmemiş olarak nitelediler – insani değerler uygarlaşmış şehirlerde bulunabilirdi ve taşra vahşi doğayı niteliyordu, yani kentli anlayışına uygun hale getirilmişti.

Barthes, mitlerin ana işlevinin tarihi doğallaştırmak olduğunu ileri sürer. Bu işlev mitlerin aslında belirli bir tarihsel dönemde ege-men olmayı başarmış toplumsal sınıfın ürünü oldukları gerçeğine işaret etmektedir: mitlerin yaydıkları anlamlar bu tarihi beraberlerinde taşırlar, ancak mit olarak işleyebilmeleri için yaydıkları anlamların tarihsel ya da toplumsal değil doğal olduğunu vurgulamaları gerekmektedir. Mitler kendi kökenlerini ve dolayısıyla siyasal ve toplumsal boyutlarını gizemleştirirler ya da gizlerler. Mitolog, mitlerin gizemini çözerek (büyüsünü bozarak) gizli tarihlerini ve dolayısıyla sosyo-politik işleyişlerini açığa çıkarır.



Şekil 19: Barthes'ın iki anlamlandırma düzeyi. Birincinin gösterge sistemi, ikinci düzeyde kültürün değer sistemi içine yerleştirilmiştir.

Kadınların bakıp büyütme ve koruma işini erkeklerden "doğal olarak" daha iyi yaptıklarına ve bu yüzden onların doğal mekanlarının ev olduğuna, evde çocuk yetiştirmek ve kocalarına bakmak işini üstlendiklerine ve erkeğin de yine "doğal olarak" ekmek parası kazanma rolünü üstlendiğine ilişkin bir mit söz konusudur. Bu roller böylece en "doğal" toplumsal birimi –aileyi– yapılandırır. Mit bu anlamları doğanın bir parçası gibi sunarak tarihsel kökenlerini gizler ve böylece bu anlamları evrenselleştirir, bunların yalnızca değişmez değil aynı zamanda adil görünmelerini de sağlar: bu anlamların eşit düzeyde hem erkeklerin hem de kadınların çıkarlarına hizmet edergörünmelerini sağlar ve böylece siyasal etkilerini gizler.

Mitlerin doğallaşma tarihi oldukça farklı bir öyküyü anlatır. Erillik ve dişillik anlamları kapitalizmin burjuva erkeğinin çıkarlarına hizmet etmek amacıyla geliştirilmişlerdir –ondokuzuncu yüzyıl sanayileşmesinin yarattığı toplumsal koşulları anlamlı hale getirebilmek amacıyla üretilmişlerdir. Bu dönemde çalışan kesim geleneksel kırsal toplulukları terkederek yeni kentlere taşınmak zorunda kalmıştır. Bu yeni kentlerde inşa edilen evler ve sokaklar olabildiğince çok insanı olabildiğince ucuz biçimde yerleştirmek

amacıyla düzenlenmişlerdir. Geleneksel köyün geniş aile ve topluluk ilişkileri terkedilerek karı, koca ve çocuklardan oluşan çekirdek aile yaratılmıştır. Fabrikaların çalışma koşulları çocukların, tarımsal çalışmada olduğu gibi ailelerine eşlik edemeyecekleri anlamına gelmiştir ve bu çalışma koşulları ile birlikte geniş ailenin de ortadan kalkışı sonucu kadın evde kalmak zorunda kalırken, erkek "gerçek" işte çalışmaya ve para kazanmaya başlamıştır. Birbirleriyle ilişkili erillik, dişillik ve aile mitlerini oluşturan kavramlar zinciri çoğaltılmıştır, ama bu çoğaltma rastlantısal ya da doğal değildir: bu mitler daima ekonomik sistemin ve bu sistemin avantajlı hale getirdiği sınıfın –orta sınıf erkeğinin– çıkarlarına hizmet etmiştir. Bu sistem, çekirdek ailenin "doğal", temel toplumsal birim olmasını gerektirmiştir; dişillik, bakıp büyütme, evcillik, duyarlılık, korunma gereksinimi gibi "doğal" anlamlar kazanmasını ve erillik, güçlü olma, hakkını arama, bağımsızlık ve kamusalılık gibi anlamların verilmesini gerektirmiştir. Dolayısıyla, erkeklerin toplumumuzdaki kamusal konumları aşırı derecede orantısız bir biçimde işgal etmeleri doğal görünmektedir, ama bu aslında doğal değil tarihsel bir süreçtir.

Elbette mitler anlamları doğanın bazı görünüşleriyle ilişkilendirilerek oldukça etkili biçimde doğallaştırılabilirler. Nitekim kadınların doğum yapması, bakıp büyütme ve evcillik (ya da "yuva yapma") anlamlarını doğallaştırmak için kullanılır. Benzer biçimde, erkeklerin geniş ve daha adaleli bedenleri, onların siyasal ve toplumsal iktidarını (ki bunun fiziksel güçle hiçbir alakası yoktur) doğallaştırmak için kullanılır.

Kadınların toplumdaki rolünün ve aile yapısının değişmesi, bu mitlerin başat konumlarının (ve dolayısıyla doğal görünmelerini sağlayan statülerinin) bir meydan okumayla karşı karşıya olduklarını göstermektedir. Bu yüzden reklamcılar ve medya üreticileri, meslek sahibi kadın, yalnız yaşayan anne ve "yeni" duyarlı erkeklerle uyum sağlamak için geliştirilmesi gereken yeni toplumsal cinsiyet mitlerini kullanmaya başlamak zorundadırlar. Bu mitler elbette eski mitleri tümüyle reddetmezler, ama kavramlar zincirinden bazı halkaları atarlar ve yerine yenilerini koyarlar: mitlerdeki değişim devrimsel değil evrimseldir.

Bir kültürdeki hiçbir mit evrensel değildir. Başat mitler olduğu gibi, karşı-mitler de vardır. Toplumumuzda, İngiliz polisine iliş-

kin yukarıda betimlenen başat mitle çelişen mitlere sahip altkültürler söz konusudur. Ayrıca yine, çocuklar için iyi bir toplumsal çevre sağlayan bir tür geniş aile, kapalı cemaat olarak görülen bir şehir sokağı miti de vardır. Bu mit, bizim sokakla ilgili alternatif fotoğrafinin yanamlarına uyum sağlayan bir mittir.

Bilim, karşı-mitlerin başat mitlere güçlü biçimde meydan okuduğu alanlar için iyi bir örnektir. Biz bilime dayalı bir kültüre sahibiz. Bilimin başat miti kendini, doğayı gereksinimlerimize uydurma, güvenliğimizi ve yaşam standartlarımızı iyileştirme, başarıımızı ilan etme yeteneği olarak sunar. Bilim nesnel, doğru ve iyi olarak görülür. Ancak karşı-mit de oldukça güçlüdür. Bu mit bilimi kötü, bizim doğadan uzaklığımızın, onu anlayamayışımızın bir kanıtı olarak görür. Biz bilim adamları olarak kendi maddi amaçlarımızın peşinde koşan en bencil, en dar görüşlü insanlarıdır. Popüler kültürde her iki bilim mitinin de çok iyi temsil edilmesi oldukça ilginçtir. Televizyonun olgusal yanı içindeki haberler, güncel olayları işleyen haber programları ve belgeseller, karşı-mitten daha çok başat miti gösterme eğilimindedirler; öte yanda kurgusal televizyon ve sinema ise oranları tersine çevirir. Kötü bilim adamları iyilerden daha çoktur ve bilim çözdüğünden daha çok soruna neden olur.

Örneğin Gerbner (1973b), Amerikan kurgusal televizyonunda sergilenen bilim adamlarının, profesyonel meslekler içinde en "yalancı", en "insafsız" ve en "adaletsiz" grubu oluşturduklarını göstermektedir. Gerbner, Gusfield ve Schwartz tarafından 1963 yılında yapılan bir çalışmaya da gönderne yapar. Bu çalışmaya da bilim adamlarının kurgusal imgesinin "soğuk", "katı", "anti-sosyal", "dinsiz" ve "yabancı" olarak betimlendiğini gösterir. Gerbner ayrıca, bilim adamlarını sergileyen yirmi beş filmin hemen hemen yarısında bilimsel araştırmaların cinayete yol açtığını buldu. Örneğin bir filmde psikolog, kendisini reddeden kızları öldürmeleri için gorilleri hipnotize ediyordu. Tipik bir konu, buluşu kontrolden çıkan ve kendisini öldüren sabit fikirli bilim adamıdır, böylece toplum ve izleyiciler rahat bir nefes alırlar.

Barthes'ın mitlerle ilgili olarak vurguladığı bir diğer boyut da mitlerin dinamizmidir. Daha önce de söylediğim gibi, mitler değişirler, hatta bazıları bir parçası oldukları kültürün değişen gereksinimlerine ve değerlerine uyum sağlayabilmek için çok hızlı biçim-

de değişebilirler. Örneğin, daha önce değindiğim İngiliz polisi mitinin şimdilerde modası geçmeye başladı. Bu mitin televizyondaki son büyük kurgusal sunumu *Dixon of Dock Green* filmindeydi.

Yananlam ve mit, göstergelerin, anlamlandırmanın ikinci düzeyinde işleyişinin temel yollarıdır. Gösterge ve kullanıcı/kültür arasındaki etkileşimin en etkin olduğu düzey ikinci düzeydir.

Simgeler

Barthes (1977) bu düzeydeki anlamlandırmanın bir üçüncü yoluna daha göndermede bulunur. Bu yolu *simgesel* olarak nitelendirir. Bir nesne, uzlaşım ve kullanım aracılığıyla başka bir şeyin yerine geçmesini mümkün kılan bir anlam kazandığında simge haline gelir. Rolls-Royce zenginlik simgesidir ve bir oyunda Rolls'unu satmak zorunda kalan bir adamı sergileyen sahne, o kişinin işindeki başarısızlığın ve servetini yitirmesinin bir simgesi olabilir. Barthes simgesel bir sahne olarak, *Ivan the Terrible* (Korkunç İvan)'daki genç Çar'ın altın paralar içinde vaftiz edilmesi örneğini verir. Burada altın zenginliğin, gücün ve statünün bir simgesidir.

Barthes'ın simgelere ilişkin düşünceleri, yananlam ve nitlere göre daha az sistemli biçimde gelişmişlerdir ve bu yüzden de daha az doyurucudurlar. Biz Peirce'in terimlerini tercih edebiliriz. Rolls-Royce zenginliğin bir belirtsel göstergesi ve sahibinin toplumsal konumunun bir simgesidir (Barthes'ın değil Peirce'in kullanımıyla). Altın, zenginliğin bir belirtsel göstergesi ve gücün simgesidir. Belki de, anlamlandırma edimi (*semiosis*) boyutlarını betimlemek için Saussure'cu dilbilim geleneğini tümüyle terkederek yaygın olarak kullanılan iki kavramı yönelmek yararlı olabilir. Bu kavramlar eğretileme ve düzdeğişmedir. Jakobson (Jakobson ve Halle, 1956) bu iki kavramın, iletilerin göndergesel işlevlerini yerine getirdiği temel yolları belirlediğine inanır.

Eğretileme (metaphor)

Temel kavramlar

Eğer bir geminin dalgaları *yarıp geçtiğini* söylersek, bir eğretileme kullanıyoruz demektir. Burada saban demirinin hareketini,

bir geminin baş tarafının hareketinin yerine geçecek biçimde kullanıyoruz. Yaptığımız şey, bilinmeyen bir şeyi bilinen bir şey açısından ifade etmektir (eğretileme, saban demirinin hareketinin bilindiğini, gemininkinin ise bilinmediğini varsaymaktadır). Bilinmeyenlerin "anlamı" bilinenlerin "araçları" aracılığıyla ortaya konmaktadır.

İşaret etmemiz gereken bir diğer özellik de, eğretilemenin benzerlik ve farklılığı eşanlı olarak kullanmasıdır. Böylece eğretilemenin paradigmasal olarak çalıştığını söyleyebiliriz, çünkü aracın ve anlamın aynı paradigmaya yerleştirilebilmeleri için yeterli benzerliğe sahip olmaları ve aynı zamanda gerekli karşılaştırmayı yapabilmek için de yeterli farklılığa sahip olmaları gerekmektedir. Bunlar bir paradigma içinde ayırt edici özellikleri olan birimlerdir. Nitekim fiiller paradigması içindeki "yarıp geçme" eğretilemesinin anlamı "ayırmaktır". Böylece eğretileme şu şekilde işler:

Sözlük anlamı:	Gemi su içinde	<i>bareket etti.</i>
Eğretilemesel:	Gemi suyu	<i>yarıp geçti.</i>
		<i>doğrayıp geçti.</i>
		<i>kesip geçti.</i>
		<i>parçalayıp geçti.</i>
		<i>ayırıp geçti.</i>

paradigmasal seçim

Burada yapılan, eğretilemesel yer değiştirmedir:

Anlam: Gemi suda *bareket etti*

↑ ↑ ↑

Araç : Saban demiri toprağı *yarıp geçti*

→ *Yarıp geçmenin bareket etme* fiiliyle eğretilemesel yer değiştirmesi.

-> Aracın diğer özellikleri çağrışımsal olarak yer değiştirdiğinde yapılan bağlantılı yer değiştirmeler. Saban demirinin güçlülüğü, dayanılmaz ağırlığı gibi özellikleri gemi ile yer değiştirmiştir; benzer biçimde toprağın özellikleri de su ile yer değiştirmiştir.

Bu, bir eğretileninin geleneksel edebi tanımıdır. Dikkatimizi nedensiz göstergelerden görüntüsel göstergelere çevirdiğimizde bazı sorunlarla karşı karşıya geliriz.

Eğretilmeler görsel dillerde nadiren kullanılırlar ve bunun nedenini düzdeğişmeceyi tartıştıktan sonra daha iyi anlayacağız. Burada, görsel dili eğretilemesel olarak en sık kullananların reklamcılar olduğunu belirtmek yeterli olacaktır. Bir olay ya da nesne sıklıkla bir ürünün eğretilemesi olarak kullanılmaktadır. Vahşi Batıdaki yabani atlar Marlboro sigarasının eğretilemesidir; şelaleler ve doğal yeşillikler mentollü sigaraların eğretilemesidir. Bunlar, hem aracın (yabani atlar ve şelaleler) hem de anlamın (sigaralar) görsel olarak mevcut bulunduğu açık, aşikar eğretilmelerdir. Burada bile *farklılık* oldukça aşikar olmasına karşın önemsenmemiştir. Ancak son zamanlarda, benzerlik kadar farklılığı da kullanan sözsel eğretilmelere oldukça yaklaşan gerçeküstücü biçimde reklamlar görülmeye başlanmıştır (levha 8). Bu, "sigara yağıyor" eğretilemesinin görsel bir uyarlamasıdır.

Gündelik eğretilmeler

Eğretilmeler yalnızca edebi aygıtlar değildirler. Lakoff ve Johnson (1980) eğretilmelerin çok daha temel, gündelik işlevleri olduğunu göstermişlerdir. Onlar bizim gündelik deneyimlerimizi anlamlandırmamıza yardımcı olan aygıtlardır. İki örneği ele alalım.

"Yüksek" ahlak, uykuya "yatma", ya da "aşağı" sınıflar hakkında konuştuğumuzda eğretilemesel olarak konuşuyoruz ve her defasında aynı eğretilmeyi kullanıyoruz: burada YUKARI ve AŞAĞI arasındaki uzamsal farklılık, çeşitli toplumsal deneyimler için aracı olacak biçimde kullanılmaktadır. Bu, bir dizi daha soyut, toplumsal deneyimi anlamlandırmak için kullanılan somut, fiziksel farklılıktır. Bu farklılık doğal olmasına karşın yansız değildir: biz insanlar bizi hayvanlardan ayıran en önemli özelliklerden birisinin, "yukarıya doğru" evrimleşme sürecinin bir parçası olarak arka ayaklarımız üzerinde "yükselmemiz" olduğunu düşünürüz. Dolayısıyla YUKARI sözcüğü daima olumlu değerlerle yüklüdür. Örneğin, toplumsal sınıflar arasındaki farklılıklar soldan sağa doğru ya-

tay biçimde düşünülebilirdi, ama gerçekte yukarıdan aşağıya doğru dikey biçimde düşünülmektedir. Ve yine sanatsal beğeniler "üst" ya da "alt" beğeni düzeyleri olarak adlandırılmaktadırlar ve daha "üst" beğeniler daha yüksek sınıflarla birlikte anılmaktadırlar (ve tabii ki tersi). Tıpkı daha "yüksek" kazançların daha "yüksek" toplumsal konumlarla birlikte gitmesi gibi. YUKARI ayrıca bilinç ve sağlıklı (uykudan "kalkarız", ama uykuya "yatarız" ya da hastalanıp "yatağa düşeriz") ve başat ahlak sistemiyle –"yüksek ahlak"– ilişkilendirilir. Biz bunlara tanrıların "yukarıdaki" semada, şeytanların "aşağıda", yaşamın kendisinin "yukarıda" (İsa öldükten sonra göğe yükselir) ve ölümün "aşağıda" olması kavrayışını eklersek, gündelik bir eğretileninin düşünme biçimimizi nasıl kökten etkilediğini anlamaya başlarız.

Tanrı, yaşam, sağlık, ahlak, toplumsal konum, kazanç ve sanatsal beğeni gibi çok çeşitli toplumsal soyutlamaları anlamlandırabilmek için bir tek YUKARI:AŞAĞI eğretilmesini kullandık. Eğretileme bu soyutlamaları biraraya getirirken ideolojik olarak işlemektedir (bakınız 9. Bölüm). Yüksek toplumsal konumu, yüksek kazancı ve yüksek ahlakı birbirine bağlayan *doğal* hiçbir şey yoktur. Ama bunları aynı eğretilmeyi kullanarak anlamlı hale getirmek, başat değerleri topluma yaymanın bir yoludur.

İkinci örnek parayı zamanın bir eğretilmesi olarak kullanmaktadır. Zamandan "tasarruf sağlama", zamanı "boşa harcama" ya da bir projeye zaman "yatırımı yapma" üzerinde konuştuğumuzda zamanı paraymış gibi düşünürüz. Zaman elbette paradan farklı bir şeydir –tasarruf edilemez, bir kişi diğerinden daha fazla zaman biriktiremez ve daha fazla zaman kazanmak için yatırım yapılamaz. Parayı zamanın bir eğretilmesi olarak kullanmak, "Protestan iş ahlakı" dediğimiz toplumsal değerlerin tipik bir örneğidir: eğretilme, (kazanılmış boş zaman da dahil) üretken biçimde kullanılmayan zamanın "yanlış harcadığını" ima eder –özellikle hiçbir şey yapmadan zamanın harcanması ya da zevklerimize köle olması gibi. Bu eğretileme düşüncelerimizi iş-merkezli kapitalist toplumun ideolojisine uygun hale getirmek için terbiye etmenin bir yoludur.

Her iki eğretileme de Lévi-Strauss'un "somutlama mantığı" dediği şeyin örnekleridir (bakınız, 7. Bölüm). Lévi-Strauss, tüm toplumların kendileri için önemli olan soyutlamaları anlamlı hale ge-

tirmek için somut deneyimler içinde eğretilemesel olarak cisimleştirdiklerini ileri sürer. *Yukarı* ve *para* gibi somut eğretilmeler böylece "düşünme araçları" haline gelirler: bu soyutlamalarla ilgili anlayışımızı biçimlendirirler ve dolayısıyla bunları gündelik yaşam-tımız içinde kavramsal olarak kullanabilmemizi sağlarlar.

Gündelik eğretilmeler edebi eğretilmelerden birkaç açıdan ayrılırlar. Eğretileme olarak dikkat çekmezler ve dolayısıyla bizi bilinçli bir kodaçımına davet etmezler. Dolayısıyla daha sinsidirler ve yarattıkları anlam çok daha kolaylıkla toplumun "ortak duyusunun" bir parçası haline gelebilir; yani, toplumumuzda yaygın olan, sorgulanmadan, elde bir olarak kabul edilen sayıtların bir parçası haline gelirler. Bu tür bir ortak duyu doğal görünür, ama asla doğal değildir: daima nedensizdir, daima toplumsal olarak üretilmiştir. Dolayısıyla son kertede ideolojiktir: başat sınıflar iktidarlarını kısmen kendi fikirlerini tüm sınıfların ortak duyusu haline getirebildikleri ölçüde sürdürürler. Örneğin, mavi yakalı işçilerin kendi toplumsal konumlarını yöneticilerinkinden daha "aşağı" görmelerine yol açan ideolojik bir ortak duyudur; eğlenmeyi boşa zaman harcama olarak düşünmemize yol açan da ideolojik ortak duyudur. Gündelik eğretilmeler edebi eğretilmelerden daha ideolojik ve daha gizlidirler, bu nedenle onlara ve onların yarattıkları "ortak" duyuya karşı daha uyanık olmanız gerekmektedir.

Düzdeğişmece (metonymy)

Temel kavramlar

Eğer eğretileme, nitelikleri bir gerçeklik düzleminden diğerine yer değiştirerek işliyorsa, düzdeğişmece de aynı düzlemdeki anlamları birbirleriyle ilişkilendirerek işler. Düzdeğişmecenin temel tanımı, bir parçanın bütünü temsil etmesini sağlamaktır. "Avrupa'nın taçlı kralları" dediğimizde bir düzdeğişmece kullanıyoruz demektir. Jakobson'a göre düzdeğişmeceler romanın, eğretilmeler şiirin başat tarzıdır. Gerçekliğin temsil edilmesi kaçınılmaz olarak düzdeğişmeceyi gerektirir: gerçekliğin bir parçasını, bütünü temsil etmesi için seçeriz. Televizyondaki cinayet dizilerinin kent-sel mekanları düzdeğişmecelerdir. Fotoğraflanan sokak, sokağın kendisini temsil etmekten çok, belirli bir tür kent yaşamını –kenar

mahallelerdeki sefaleti, şehir banliyölerindeki namusluluğu veya şehir merkezindeki karmaşıklığı- anlatan bir düzdeğişmecedir.

Açıkçası düzdeğişmecenin seçimi çok önemlidir, çünkü gerçekliğin bilinmeyen geri kalanını bu seçimden yola çıkarak inşa ederiz. *The Editors* (Editörler) isimli güncel bir televizyon programında grev gözcülerinin oluşturdukları hatta ilişkin iki çekim gösterildi. İlk çekimde düzenli bir grup insan fabrikanın dışında bekliyordu ve grev gözcülerinden iki kişi bir kamyon sürücüsü ile konuşuyordu; ikinci çekimde ise bir grup işçi polisle şiddet kullanarak çatışyordu. İlginç olan, her iki çekimin de aynı grevi konu alması ve aynı güne ait olmasıydı. Tabii ki o gece haberlerde ikinci çekim gösterildi. Düzdeğişmecenin seçimi, olayla ilgili inşa edeceğimiz fotoğrafın geri kalanını belirlemektedir; işçi sendikaları haberlerde verilen düzdeğişmecelerin izleyicileri, etkinlikleriyle ilgili olarak oldukça tek yanlı ve eksik bir fotoğraf inşa etmeye ittiğinden yakınmaktadırlar.

James Monaco (1977) düzdeğişmecelerin filmlerde nasıl kullanıldığını göstermektedir. Örneğin, bir yastık üzerindeki kağıt para yığınının yanında yatan gözü yaşlı bir kadını gösteren bir film karesi fahişeliğin düzdeğişmecesidir: erkek bir jesti ya da duruşu, açığa vurulan duygunun bir düzdeğişmecesini olarak görür.

Diğer içerimler

Düzdeğişmeceler gerçekliğin oldukça etkili aktarıcılarıdır, çünkü belirtisel olarak işlerler. Temsil ettikleri şeyin parçasıdır. Bunları ateşle duman gibi "doğal belirtisel göstergelerden" ayıran şey, düzdeğişmecelerde oldukça keyfi (*arbitrary*) bir seçimin söz konusu olmasıdır. Bu seçimin keyfiliği genelde gizlenir ya da en azından görmezden gelinir, düzdeğişmece doğal bir belirtisel gösterge gibi görünür, dolayısıyla "sorgulanmasına gerek olmayan" "gerçek" statüsüne sahip olur. Tüm haber filmleri düzdeğişmecelerdir ve hepsinde de bu tür keyfi seçimler söz konusudur. Haberlerde grev hattına ilişkin iki film karesinden yalnızca biri yayımlandı ve yayımlanan karenin seçimi iki ölçüt dizgesine dayanılarak yapıldı. İlk dizge haber değerleri dizgesidir. Galtung ve Ruge (1973) bu ülkede bir haberin yayımlanabilmesi için sahip olması gereken başat haber değerlerini ortaya koydular. Bir haberin ya-

yımlanabilmesi için:

- (a) seçkin kişilerle ilgili olması;
- (b) olumsuz olması;
- (c) güncel olması;
- (d) şaşırtıcı olması gerekmektedir.

İkinci ölçüt dizgesi kültürel değerler ya da *mitler*dir. Bizim sendikalarla ilgili başat mitimiz, sendikaların yıkıcı, saldırgan, ulusun daha genel iyiliğinin düşmanı ve genelde olumsuz örgütler olduğudur. Açıkçası, ikinci film karesi başat mite ve haber değerlerine uygun düşmüştür. Bu yüzden ikinci karenin seçilmesi gerekiyordu.

Düzdeğişmeceler, mitler ve belirtisel göstergeler

Fiske ve Hartley (1978) haber yayınlarında mitlerin nasıl işlediğini ayrıntılarıyla gösterdiler. Mitler düzdeğişmeceli olarak işlerler çünkü bir gösterge (örneğin sevecen İngiliz polisi) miti oluşturan kavramlar zincirinin geri kalanını inşa etmemiz için bizi uyarır, tıpkı bir düzdeğişmecenin bir parçası olduğu bütünü inşa etmemiz için bizi uyarması gibi. Her ikisi de güçlü iletişim tarzlarıdır çünkü bunlar kolaylıkla farkedilemeyen ya da gizli belirtisel göstergelerdir. Bunlar, doğal bir belirtisel göstergenin "doğruluk etmeni"ni kullanırlar ve onun belirtisel doğasını gizleyerek üzerinde inşa edilirler. Dumanın ateş *olmadığının*, ya da siyah bulutların fırtına *olmadığının* farkındayızdır; ama bir grevle ilgili film karesinin gerçek grevi yansıtmadığını, ya da bir polisle ilgili film karesinin gerçek polis gücünü yansıtmadığını aynı ölçüde bilemeyiz. Gizleme, göstergenin seçimindeki keyfilige kadar uzanır. Bir polisle ya da bir grevle ilgili diğer göstergeler başka mitleri harekete geçirecektir; diğer düzdeğişmeceler farklı gerçeklik fotoğrafları vereceklerdir. Göstergebilimsel çözümlemenin temel amacı bu gizlemeyi açığa çıkarmaktır.

Düzdeğişmeceler, mitler ve belirtisel göstergeler benzer biçimlerde işlerler çünkü göstergeler ve bunların göndermeleri aynı düzlemededirler: bitişik sınırdaki çalışırlar. Bunlarda, eğretilmelerde olduğu gibi yer değiştirme ya da simgelerde olduğu gibi apaçık bir

keyfilik söz konusu değildir. Hawkes (1977) düzdeğişmecelerin dizimsel olarak işlediklerini öne sürer. Biz buna mitleri ve belirtisel göstergeleri de ekleyebiliriz çünkü her üçü de okurun, dizimin bütününe gösterge ile verilen parçadan yola çıkarak inşa etmesini zorunlu kılar.

Eğretilemeler ve paradigmalar

Jakobson, şiirin normal tarzının eğretileme, gerçekçi romanın normal tarzının ise düzdeğişmece olduğunu savunur. Bir önceki bölümde "gerçekçiliğin" niçin zorunlu olarak düzdeğişmeci bir iletişim biçimi olduğunu tartışmış ve her ikisi de gerçekçi olan temsili sanatlar ile fotoğrafçılıkta eğretilemelerin karşılaştırmalı seyrekliğinin nedenlerini ortaya koymuştuk. Eğretileme özünde gerçekçi değil imgelemseldir: aynı anlam düzlemindeki *bitişik* sınırdaki çalışma ilkesiyle kuşatılmamıştır; bunun yerine, *çağırışım* (association) ilkesini kullandığı için bizim açık biçimde farklı düzlemlerdeki benzerlikleri aramamızı zorunlu kılar. Bir saban demirini bir geminin baş tarafıyla çağırıştırmak, imgelem gücünü gerektirir.

Daha sanatsal, gizli eğretilemeler okurun daha fazla imgelemsel çaba göstermesini gerektirir. "Hayatımı kahve kaşıklarıyla ölçtüm" eğretilemesi, okurun, kahve kaşıklarının özelliklerini zaman ölçme araçlarıyla ilişkilendirebilmesi için hatırı sayılır bir imgelem gücüne sahip olmasını gerektirir: kahve kaşıkları (toplumsal, yüzeysel bir "çingırdatma" edimi olarak "kahve içmenin" düzdeğişmeceleri) düzenlilik ve tekrar ile kişinin yaşamındaki en önemli olay olma duygusu arasındaki benzerlikleri kullanır. Sigaraları yağmurla ilişkilendirme de aynı imgelem gücüne sahip olmayı gerektirir.

Çağırışırma ilkesi bir gerçeklik ya da anlam düzleminden diğerine değerlerin yer değiştirmesini içerir. Bu yer değiştirme bir paradigmadaki birimler (örneğin, geminin sabana benzetilmesi, kesmeler, doğramalar gibi ya da hayatımı doğum günleriyle, geçirdiğim kışlarla, işimi yitirdiğim zamanlarla, kahve kaşıklarıyla ölçmem gibi) ile eğretilemeler arasında meydana gelir ve dolayısıyla paradigmasal olarak işler. Eğretileme, imgelemsel, şiirsel etkisini buradan alır çünkü normal paradigmalar imgelem düzeyinde yeniyi, ilginç olanı, yaratıcı olanı içerecek biçimde genişletilebilirler.

Böylece, zamanı/yaşamı ölçmenin normal paradigması "kahve kaşıklarını" içerecek biçimde genişletilebilir. Ya da biz "sigaraları" ve "yağmur damlalarını" içeren özel bir paradigmayı imgelemsel olarak yaratabiliriz: uzun, ince, yuvarlak nesnelerden biri normalde nicelik olarak görülebilir. Bu paradigmadaki diğer olası birimler arasında "kibrit çöpleri" (bu tür bir özgün eğretileme için gereksinim duyulan nitelik farklılığını ortaya koymada sigaralara çok daha yakındırlar), "ormandan taşınmayı bekleyen budanmış kütükler," ya da "bir inşaat alanındaki kanalizasyon boruları yığını" olabilir. Bu son söylediklerim sigara eğretilmeleri için yapılabilecek olası imgelemsel paradigma seçenekleridir.

Sonuç olarak, düzdeğişmeceler gerçekçi etki yaratmak için diziimsel olarak işlerlerken, eğretilmeler imgelemsel ya da gerçeküstücü etki yaratmak için paradigmasal olarak çalışırlar. Bu anlamda yananlamanın eğretilemesel bir tarzda işlediği söylenebilir. Yumuşak odağın duygu olarak okunması, özelliklerin hisler düzleminden gösterenin inşası düzlemine imgelemsel biçimde aktarılmasını gerektirir. Yumuşak odak duygunun eğretilemesidir. Çözünme bellek ediminin eğretilemesidir. Taç ya da altın şerit biçimindeki altın düğmeler general rütbesinin yüksek toplumsal statüsünün eğretilemesidirler. Ama bu yananlamlar doğru eğretilmeler olmaktan çok inşa edilmiş eğretilmelerdir, çünkü özelliklerin bir düzlemden diğerine imgelemsel olarak aktarılmasını içerse de, düzlemler arasındaki benzerlikleri vurgular ve farklılıkları önemsizleştirirler.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. Bir sözcüğün yazı karakterini değiştirmek, göstereni değiştirmenin iyi bir örneğidir. Dolayısıyla tüm yazı karakterlerinin değişik yananlamları söz konusudur. Farklı yazı karakteri örnekleri toplayınız ve bunların yananlamlarını tartışınız.

Farklı yazı karakterleriyle yazılmış sözcükler ya da cümleler üretiniz ve bunların yananlamlarını tahmin etmeye çalışınız (eğer yazı yeteneğiniz kötüyse Letraset kullanınız). Anlamsal ayırtma yöntemini kullanabilmek için sekizinci bölüme ve bu bölümdeki dördüncü soruya bakınız. Bunu, kendi tahminlerinizin doğruluğunu kontrol etmek için kullanabilirsiniz.

2. İngiliz polisiyle ilgili çok sayıda mit söz konusudur ve polisleri

nitelemek için değişik terimler kullanılır – aynasızlar, domuzlar gibi. Her bir terimin ilişkili mitini ve geçerli olabileceği altkültürünü belirlemeye çalışınız. 1a ve 1b levhalarına geri dönüp bunları mit ve yananamları açısından çözümleyiniz.

Bu alıştırma bir mitin iki yönden –gerçekliğe uygun olup olmadığı ve kullanıcının kültürünün gereksinimlerine yanıt verip vermediği– onaylanma biçimini anlamana nasıl yardımcı olmaktadır? Bakınız, Barthes (1973), s. 114-21 ve Hartley (1982), ikinci bölüm.



Levha 9: "Bardaktaki Yılan"

3. Levha 9'daki reklamı çözümleyiniz. Reklamdaki eğretilemesel yer değiştirmeyi tartışınız. Yılan ve içkiyi aynı paradigmanın üyeleri yapan özellikler nelerdir? (Orijinal reklamda bardaktaki içki ile yılanın aynı tonda sarı renk olduğunu belirtelim). Mitin daha geleneksel anlamlarıyla Barthes'cı anlamlarını karşılaştırmalıınız ve simgelerle nasıl ilişkilendirildiğini tartışmalıınız. Reklamcılar anlamı niçin düzenlamsal değil de eğretilemesel olarak aktarmayı denemişlerdir? Başka hangi ikinci düzey anlamlar harekete geçirilmiştir? Bakınız Williamson (1978), s. 17-24.

4. Bu bölümde gönderme yapılan *The Editors* (Editörler) programı ayrıca müzisyenler sendikasının grevi sırasında müzisyenlerin BBC önündeki eylemlerine de yer verdi. Görüntüde polis yoktu; grevciler iyi huylu kişilerdi ve orada toplanan kalabalığın önünde müzik yapıyorlardı; minietekli kızlar dans ederek onları destekliyorlardı; sözcüleri kültürlü, düzgün konuşan orta-sınıf mensubu bir kişiydi. Bütün senaryo bir şakaymışçasına eğlenceye bürünmüştü. Bu durumu mit, düzdeğişmece ve haber değerleri ağıısından tartışınız. Bu durum, (a) grev hatlarının ve (b) müzisyenlerin daha "normal" gösterimleriyle nasıl ilişkilendirilebilir? Bizim bu durumu kavrayışımız, normallik beklentilerimizin hezimetine ne ölçüde bağlıdır?

6. BÖLÜM

GÖSTERGEBİLİMSEL YÖNTEMLER VE UYGULAMALARI

"Bir Keder Önce": Şiirsel eğretileme

Bir Keder Önce, Dylan Thomas tarafından yazılan bir şiirin adıdır. G. N. Leech (1969), göstergebilim/dilbilim çözümleme yöntemlerini kullanarak bu deyimın nasıl bir şiirsel güç kazandığını ortaya koyar. Paradigma, dizim, norm ve sapkınlık kavramları bu deyimın açıklanmasında çok işe yarayabilirler.

Normlar ve sapkınlık

Bir norm istatistiksel açıdan ortalama bir davranış ya da değerlendirmedir. Bir grup ya da toplumdaki yaygın pratikleri betimler ve bu yüzden kestirilebilir, beklenilendir. Yaygın biçimde kabul edilen *uzlaşım*lar norm'a oldukça yakındırlar. Beklenilmeyenler, yani uzlaşım olmayanlar norından *sapınlar*dır. Bunu tam olarak ortaya koyabilmek için zihnımızde normun bir uça, aşırı sapkınlığın da diğer uça bulunduğı bir ölçeğı canlandırmalıyız; burada normallik ve sapkınlık dereceleri söz konusudur. Ancak pratikte, yanıltıcı olsa bile, normal ve sapkını farklı sınıflandırmalarınışı gibi değerlendirmek oldukça çekici gelmektedir. Eğer böyle yaparsak, aralarındaki çizginin sürekli hareket halinde olduğunu unutmamalıyız; bu hareket genelde içe, merkeze, normal

konuma doğrudur. Erkekler için uzun saç sapkındı, daha sonra normal hale gelmeye başladı; kadınların pantolon giymesi, yaşlı insanların vaftiz isimleriyle çağrılması ya da tek harfli kısaltmalardan sonra nokta konulmaması giderek normal hale gelen sapkın davranışlara verilebilecek örneklerdir.

Paradigma ve dizimler

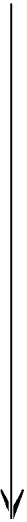
"Bir Keder Önce", dizimde dilin sapkın bir kullanımudur:
BİR.....ÖNCE

Bu dizim genellikle belirgin özellikleri olan, yani belirli bir paradigmada yer alan sözcüklerle tamamlanır. Bu durumda normal bir paradigmanın nitelikleri şunlardır:

- (a) zamanı ölçmeye yarayan sözcükler;
- (b) düzenli olarak tekrar eden olayları niteleyen sözcükler;
- (c) çoğulluğu anlatan sözcükler.

Biz böylece BİR.....ÖNCE dizimini tamamlamak için normallik ve sapkınlık derecelerini paylaşan bir paradigma inşa edebiliriz (Bakınız şekil 20). Burada kaba bir sapkınlık sıralaması verdim. Elbette bu sıralama kişilere göre değişiklik gösterecektir. Öğrenciler "bir ders önce"yi "bir dolunay önce"den daha normal bulabilirler; Hollywood film yıldızları "üç eş önce"yi "üç kış önce"den daha normal bulabilirler. Ancak burada önemli olan değişmez, katı sınıflandırmalar değil, sapkınlık dereceleri ilkesidir.

Keder sözcüğü üç özellik açısından da sapkındır. Normalde başka bir paradigmaya aittir ve bu yüzden genellikle farklı dizimler içinde kullanılır. Dylan Thomas sözcüğü bu paradigmaya sokarak, sözcüğe geçici olarak yeni bir paradigmanın özelliklerini verirken, sözcüğün özgün özelliklerini, yani duygusal yönünü alıkoymuştur. Kederi zaman ölçümü, düzenli tekrarlanma ve çoğulluk özellikleriyle kuşatarak sözcüğe farklı anlamlar vermek çoğu okuyucuya uygun ve yaratıcı gelebilir. Yaratıcılık ya da özgünlük genelde normları ve uzlaşmaları ihlal etmek anlamına gelir ve göstergebilimsel çözümleme hangi normlardan sapıldığını, ne ölçüde sapıldığını ve hangi etkileri yarattığını anlamamıza yardımcı olabilir.

Norm	Sözcük	Paradigma özellikleri		
		Zaman	Tekrarlanma	Çoğulluk
	Dakika	+	+	+
	Saat	+	+	+
	Hafta	+	+	+
	Ay	+	+	+
	v.d.			
	Dolunay	-	+	+
	Kış	-	+	+
	Oyun	-	+	+
	Ders	-	+	+
	Sigara	-	+	+
	Palto	-	+	+
	Eş	-	-	+
	v.d.			
	Keder	-	-	-
	Doğa	-	-	-
Sapkınlık				

Makarna: görsel eğretileme

Aynı süreç görsel metinlerde ve özellikle de reklamlarda sıklıkla görülebilir. Reklamcı normalde bir dizimde bulunan nesneleri başka bir dizime "eklemek" için fotoğrafın sağladığı teknik fırsatların avantajlarını kullanır. Bir makarna markasının reklamını ele alalım (levha 10): yiyeceğin normalde bulunduğu tabağın ortasında parlak bir güneş altındaki buğday tarlası yer almaktadır. Norm bizim yemeğin yapay ateşte hazırlandığını düşünmemize yol açarken, biz doğal çığ yemeğin yalnızca güneşle ısındığını görürüz. "İçinde ... bulunan yemek tabağı" dizimi normalde pişirilmiş, yapay, doğadan koparılmış özellikleri taşıyan bir paradigma birimi ile tamamlanacaktır. Ancak, doğal, sağlıklı paradigmasından bir birimle tamamlanmıştır.

Başka bir tahıl ezmesi, "Günüşiği Kalıvaltısı" sloganında bu paradigmatik değıştirmenin sözsel eşdeğerini kullanır.

Hem Dylan Thomas'ın deyimi hem de makama reklamı eğretilemeci biçimde işlemektedirler, çünkü her ikisi de bir paradigmadaki birimleri alarak normalde farklı birimlerle tamamlanması gereken başka bir dizinin içine eklemektedirler. Böyle yaparak; iki paradigmanın özelliklerini, yer değıştirme süreci ile yeni ve imgesel bir biçimde çarpıcı bir yolla ilişkilendirmektedirler. Bu anlamda tüm eğretilmeler dilsel davranıştaki normlardan sapmalardır. Genelde olan, bir eğretilemenin sıklıkla kullanılıp yaygınlaşarak norm haline gelmesidir. Böylece bir klişe haline gelir ve özgün yaratıcı etkisini yitirir.



Record Quality Spaghetti.
Nature on a plate.

Everything about Record Pasta is naturally good. Made from the finest, sun-ripened durum wheat, and full of golden goodness, Record Pasta is more delicious for main courses, or as a starter, and perfect in puddings.

Spaghetti is the great family favourite. There are many different varieties of pasta, all delicious - there is never a dull meal with Record Pasta. And for even more goodness, there's the wholemeal whole wheat ranges, rich in dietary fibre (roughage).

Record Quality Pasta.

Levha 10: "Makarna tabağı"

Verilen bu örnekler yer değiştirmelerin her iki yönde de olabileceğini göstermektedir. Keder'in ilişkilendirildiği paradigmadan, normal paradigmasından getirdiklerinden daha fazla özellik kazandığını söyleyebiliriz. Makarna reklamı ise normal paradigmasından, yeni paradigmadan kazandığından daha fazlasını taşımaktadır. Eğretilemeci ya da paradigmatic yer değiştirmeleri içeren bu tür yaratıcı çalışmalar, şiirin asıl olarak eğretilmelerle ve gerçekliğin ise düzdeğişmecelerle işlediğini söyleyen Jakobson'u desteklemektedir. Bir düzdeğişmeceden gerçekliğin bir fotoğrafını inşa etmek, normalde birbirinden farklı paradigmaları birbirleriyle ilişkilendirme yetisinden çok daha farklı türde bir imgelemi gerekli kılmaktadır.

Notting Hill: gerçekçi düzdeğişmece

Bu yöne doğru hareket ederek göstergebilimsel çözümlememizi genişletebiliriz. Bir haber fotoğrafı çözümlemeci için yeni bir dizi sorun ortaya koymaktadır. Haber fotoğrafı görüntüseldir, nedensiz bir gösterge değildir, bu yüzden burada içeren paradigmalar sözsel dizimlerde olandan daha az düzeyde özgülleşmişlerdir. Eğretilemeci biçimde değil düzdeğişmececi biçimde işler ve bu yüzden inşasında "yaratıcılığa" dikkat çekmez: daha "doğal" görünür. Levha 11a, 1976 yılında, genç siyahlarla polis arasında bir çatışmaya dönüşen Londra'daki Notting Hill Karnavalı'nda çekilen bir fotoğraftır. Levha 11b, *Observer* gazetesinin bu fotoğrafı nasıl kullandığını göstermektedir.

İlk-düzey dizim

Düzanlamsal düzeyde, anlamlandırmanın ilk düzeyinde, levha 11a birkaç soruna neden olur. Bu birkaç görsel göstergeden oluşan bir dizimdir. Görüntüsel dizimleri çözümlemede karşılaşılan ilk sorun, biraraya getirilen göstergelerin cümlelerdeki nedensiz dizimler gibi açıkça ayırtedilebilir ve farklı olmayışlarıdır. Bartles bu soruna gönderme yaparken fotoğrafı gerçekliğin "bir benzetimi" olarak niteler. Yine de, bu fotoğrafta iki ana, üç yardımcı gösterge olduğunu söyleyebilirim; böylece, benzeşik bir koddaki sayısal ayrımları görebilirim. Daha ileri bir çözümleme, tıpkı bir

cümlelerin dilbilgisel çözümlemesinin daha ayrıntılı çözümleme düzeylerine taşınabilmesi gibi bu göstergeleri oluşturuvcu öğelerine ayırabilir. Buradaki her gösterge bir cümledeki deyim gibidir.



Levha 11a: *Notting Hill*

İki ana gösterge, siyah gençlerin oluşturduğu grup ile polislerin oluşturduğu gruptur. Üç yardımcı gösterge ise, olayı çevreleyen siyahların oluşturduğu kalabalık, olayın bir kentte geçmesi – bir otoban üstgeçidinin altında olması ve eski teraslı evler– ve ağaç. Dizim bu göstergeleri belirli bir ilişki içine sokar –kentte, siyahların oturduğu bir mekanda meydana gelen ve büyük olasılıkla nedensel (*causal*) bir çatışma. Bu kesinlikle çevresinden bağımsız bir çatışma değildir.

Sayfadaki gösterenler, okumaya başladığımızda, yani bunları gösterilenlerle ya da zihinsel kavramlarla çakıştırdığımızda gösterge haline gelirler. Bu fotoğrafı okurken, polisler, siyahlar, kent yaşamı ve ağaçlar hakkında elimizde varolan kavramlarımızı kullanırız. Bu gösterilenler bizim kültürel deneyimlerimizin sonuçlarıdır: üniformalı kişilerin polis olduklarını, yoksullar için para toplayan Protestanlar olmadıklarını biliriz: siyahların ağırlıklı olarak beyazlardan oluşan toplum içine göç eden insanlar olduğunu, siyahlar hakkındaki bilgimiz ışığında biliriz.

Gösterilenler hakkında düşünmeye başladığımızda, ilk ve ikinci düzeyler arasındaki ayrımın ne kadar gerçek dışı olduğunu farkederiz: bu ayrım yalnızca çözümlemede kolaylık sağlamak içindir. Çünkü gösterilenler ikinci düzey mitler içine farkedilemez biçimde girmektedir.

Fotoğraf, bizim polis hakkında sahip olduğumuz miti biçimlendiren varolan kavramlar zincirimizi kaçınılmaz biçimde harekete geçirmektedir. Bu fotoğraf başat mit çerçevesinde işlemektedir: polisler (ellerindeki coplara karşı) saldırgan değildir: bir polis kollarıyla kendisini savunup yüzünü korumaktadır; iki tanesi sırtlarını gençlere dönmüşlerdir; bir polis yere yıkılmış ve başlığını düşürmüştür. Siyah gençlerin gösterileni iki mit üzerinde inşa edilmektedir: siyahlar hakkındaki mit ve kızgın gençlik hakkındaki mit. Dolayısıyla çatışmanın hem ırkçı boyutu hem de kuşaklar arasındaki uçurum boyutu söz konusudur: kanun ve düzen savunucuları ya da toplum ya da *biz*; anarşistler, toplum huzurunu bozanlar ve *onlarla* karşı karşıya getiriliriz. Fotoğraftaki çatışma, bu düzeyde, toplumumuzda geniş ölçüde varolan içsel gerginlik ve çatışmanın düzdeğişmecesine haline gelir. Burada, kentlerin yoksul mahalleleriyle ilgili mit de harekete geçmektedir. Otoban köprüsünün altı, büyük bir kentin merkezindeki harap, sorunlu bölgenin düzdeğişmecesidir. Arka planda görülen siyah kalabalık, buranın onların semti olduğunu göstermektedir. Ancak bu "okumalar" kentlerin beyaz liberal demokrasiye sahip olduğu ve tıpkı polis gücü gibi beyazlar tarafından yönetildiği konusundaki bilgiler bağlamında yapılabilirler.

Observer gazetesi bu fotoğrafı kesmiştir. Biçimini değiştirmiş, daha uzun ve daha dar hale getirmiştir ve bu yüzden fotoğrafa baktığımızda gözlerimiz soldan sağa doğru kaymaktadır. Bu, çatışmanın yananlamalarını pekiştirmektedir: okurun gözlerinin hareketi iki taraf arasındaki değişimlerin görüntüsel temsili haline gelmektedir. Ortamı yumuşatmak için etkili olabilecek tek görüntü olan ağaç yok edilmiştir. Ancak, otoban köprüsünün altı (fotoğraf, lider konumundaki siyahın başının hizasından kesilebilirdi) ve siyah kalabalık durmaktadır. Koyu siyah puntolarla yazılmış dört sözcük fotoğrafa eklenmiş ve çatışan iki tarafı ayıracak biçimde



Levha 11b: *Observer Review*

yerleştirilmiştir. Sözcüklerin kendileri, yerleştirilme biçimleri ve yazı tipleri, çatışmanın yananamlarının altını çizmektedirler.

Profesyonel görüşü

The Times gazetesinin o dönemdeki genel yayın yönetmeni olan Harold Evans (1978), bu fotoğrafın, "hem algısal fotoğraf kurusunun hem de becerikli fotoğrafçılığın bir sonucu olduğu" yorumunu yapmıştır. Ona göre, "kesilmemiş fotoğraf, habere hiçbir şey katmayan ağaçları, evleri ve arka planı da içeriyordu ve eğer basılan resimde olsalardı ilginin odaklandığı alanı gereksiz yere işgal edeceklerdi. Basılan fotoğrafta yeterli miktarda ayrıntıyla drama vardır ve fotoğraf okurları gözlerinden yakalamaktadır."

Profesyonelin ileri sürdüğü nedenleri göstergebilimsel bir okunayla karşılaştırmak ilginç olacaktır. Shannon ve Weaver'ın gürültü kavramı, Evans'ın fotoğrafı kesmede ileri sürdüğü nedenleri kısmen açıklamaktadır, ancak o, drama ile ayrıntının haber değeriyle ve baskı alanının teknik ve ekonomik sorunlarıyla da ilgilenmektedir. Okurun gözünden yakalamaktan sözettiğinde göstergebilimcinin ilgi alanına yaklaşmaktadır. Ancak ikisi arasındaki fark, profesyonelin, okur üzerindeki etkiyi bütünüyle değilse bile

önemli ölçüde fotoğrafın kendisinin sağladığını varsaymasıdır: okur iletinin alıcısı olarak görülmektedir ve eğer iletişim süreci etkin bir biçimde sürdürülürse, okur üzerindeki etki büyük olacaktır. Harold Evans süreç okulunun temel modelini göz önüne almaktadır.

Göstergebiliinci, okura daha önemli bir görev yükler. Anlamanın üretiminde imge elbette önemli bir rol oynar, ancak okurun da önemli bir katkısı vardır. Etkileme ya da "gözlerinden yakalama", okurun olay hakkında halihazırda bir ilgi düzeyine sahip olmasından ve toplumsal tutumlarından kaynaklanmaktadır. Ya da olaydaki toplumsal ilişkilerin, okurun yaşamında bir düzdeğişmesi söz konusudur. Etkilemenin olabilmesi için metnin yapısıyla okurun toplumsal tutumlarının etkileşmesi gerekmektedir. İki okul arasındaki farklılık uzlaşmaz alternatiflerden değil vurgu farklılıklarından kaynaklanmaktadır.

Mitolog'un görüştü

Editör, kasvetli bir kentsel çevreyi fotoğraftan keserek, bilinçsiz biçimde de olsa mitin tarihi doğallaştırma işlevini yerine getirmesine yardımcı olmaktadır. Fotoğraf, çatışmanın nedeninin toplumsal yoksunluktan kaynaklandığı biçimindeki olası anlamın çıkartılmasını engellemekte ve siyah gençlerin "doğal olarak" yıkıcı, saldırgan ve asosyal oldukları biçimindeki miti güçlendirmektedir. Siyahlara ilişkin bu tür bir beyaz miti, beyaz toplumların mahkemelerinde ve cezaevlerinde siyahların neden orantısız biçimde yer aldıkları gerçeğini açıklamak için kullanılmaktadır ve onların toplumsal koşullarından çok doğalarına atıf yapılmaktadır. Bu mit, hem siyahların İngiltere'deki varlığının hem de onların dezavantajlı toplumsal konumlarının temelinde yatan Karayip Adaları ve Afrika ülkelerindeki sömürgecilik ve köleliğin tarihini gözardı etmektedir. Aynı zamanda, fotoğrafta da görüldüğü gibi, son zamanlarda siyah mahallelerinin duyarsız polislerle doldurulması gerçeğini de görmezlikten gelmektedir. GENÇ ÖFKELİ VE SİYAH sözcükleri, öfkenin siyah gençlerin doğasının bir parçası olduğunu önererek bu doğallaştırma sürecine katkıda bulunmaktadır ve beyaz toplumun bu gençlere karşı davranışlarına gönderme yapılmamaktadır.

Barthes, mitlerin normal işlevinin, egemen sınıfların çıkarlarına hizmet etmek olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bu ırkçı

mitler beyaz çıkarlarına oldukça iyi hizmet etmektedirler, çünkü bu mitler sayesinde beyazlar fotoğraftaki olayda görülen öfkenin ve başkaldırının nedeninin, siyahların doğasından çok onların tarihi ve toplumsal konumları olduğu teşhisine yanaşmayacaklardır. Mitler sorunu ve çözümünü toplumun beyaz kesimi yerine siyah kesimine yerleştirmektedirler. Mitolojik bir çözümlemeyle bu mitlerin büyüsünü bozmak toplumsal ve siyasal bir edimdir. Anlamlar asla yalnızca metinsel değildir; daima sosyo-politiktirler ve mitoloj'un odaklandığı da bu boyuttur.

Paradigmalar

Sözel ya da nedensiz dillerde paradigmalar açıkça tanımlanmıştır ve gösteren paradigmaları yanında gösterilen paradigmaları da yer alır. Fotoğrafçılık gibi görüntüsel diller farklı biçimde işler: potansiyel olarak sayısız derecede polis fotoğrafı vardır. Ancak, Saussure'un bize anımsattığı gibi bir paradigmadaki herhangi bir birim diğerlerinden önemli ölçüde farklı olmalıdır. Bu yüzden, çok sayıdaki polis fotoğrafı yalnızca ilk anlamlandırma düzeyi için bir sorun oluşturmaktadır. İkinci düzeyde, polisi farklı fotoğraflama yollarının sayısı giderek azalmaktadır. Bu düzeyde, yananlamı ön plana çıkabilecek daha az değer yargısı ile duygu söz konusudur ve polis gücü hakkında çok daha az mit vardır. Burada, mitler ve yananlamlarla ilgili ikinci-düzyen paradigma geçerlidir. Buradaki paradigma nedensiz bir koddaki gibi açık olmayabilir, ancak yine de kültürümüz içindeki başat birimlerde açığa vurulmamış bir oydaşma söz konusudur.

Burada ortaya çıkan ilginç soru, toplumumuzdaki diğer kültürlerin ya da altkültürlerin de polisi fotoğraflamada aynı paradigmayaya sahip olup olmadıklarıdır. Eğer sahip değillerse, onların ortaya koydukları ikinci-düzyen anlamlar değişecektir. Bu fotoğraf bize polisin kendini tuttuğunu ve hoşgörölü davrandığını çağrıştıracabilir; diğerlerine polisin zayıflığını ya da hatta korkusunu çağrıştıracabilir: daha başkalarına ise polisin müdahaleci ve zor kullanıcı olduğunu gösterebilir. Özellikle ikinci düzeydeki farklı okumalar sorununa bölümün sonlarında yeniden döneceğiz. Şimdilik paradigmasal çözümleme üzerinde duracağım ve kullanışlı bir yöntemi tanıtacağım. Bu yöntem değiştirme testi diye bilinir.

Değiştirme testi iki temel işleve sahiptir. Birincisi, bir paradigma ya da dizim içindeki önemli farklılıkları ya da ayırt edici özellikleri belirlemektir; ikincisi bu önemi tanımlamamıza yardımcı olmaktadır. Yöntem, sistemdeki bir birimi değiştirmeyi ve anlamda ortaya çıkan değişimi –eğer bir anlam değişimi varsa– belirlemeyi içerir. Değiştirme normalde hayali olarak yapılır ve değişen dizimin anlamı da benzer biçimde ortaya konur. Nitekim, fotoğrafın (dizimin) sağındaki minibüsün bir arabayla değiştiğini hayal edebiliriz. Bu değişikliğin, fotoğrafın anlamında bir kayma yaratmayacağını düşünüyorum. Ne de olsa minibüs bir anlamlandırma birimi değildir. Yine de fotoğraftaki arka planın oldukça zengin bir beyaz bölgesi olduğunu hayal edebiliriz. Bu, dizimin anlamını radikal biçimde değiştirecektir. Bu durumda, çatışmayı kentin iç bölgelerindeki bir çatışmadan çok, toplumu tümüyle tehdit eden, her tarafa yayılmış, hoş olmayan bir çatışma olarak görmeye başlarız. Veya fotoğraftaki herkesin beyaz olduğunu düşünün ya da siyahlardan oluşan grubun iyi giyinmiş orta yaş erkeklere dönüştüğünü varsayın.

İtiraf etmek gerekirse, haberdeki fotoğrafta yapılacak bu seçimler varsayımsaldır. Kuşkusuz foto muhabiri beyaz erkeklerin yerine siyah gençlerden oluşan bu grubu seçmemiştir. Ancak bu fotoğrafı okurken gençlerin beyaz *olmadıklarını*, orta yaşlı *olmadıklarını*, orta sınıftan *olmadıklarını* görürüz. Değiştirme testi, bu grubun anlamını, özellikle ne olmadıklarını belirleyerek ortaya koymamıza yardımcı olmaktadır.

Elbette reklam fotoğraflarını çözümlediğinizde tercihlerin bilinçli olarak yapıldığını biliriz: Buradaki fotoğrafçı, haber fotoğrafçısının aksine ne çektiğinin farkında olacaktır. Bu, editörün GENÇ ÖFKELİ VE SİYAH sözcüklerini seçmesine daha çok benzemektedir. Sözcükleri normal baskı harflerine dönüştürünüz ve çerçevenin dışında bir yere, fotoğraf altı için uygun bir yere koyunuz ya da sözcükleri yeniden düzenleyerek SİYAH ÖFKELİ VE GENÇ haline getiriniz ya da KUŞATILMIŞ İNGİLİZ POLİSLERİ olarak beyaz puntolarla polislerin üzerine yazıldıklarını varsayınız. Tüm bu değiştirmeler önemlidir ve anlamı tümüyle değiştirmektedirler.

Bu bizi sözcüklerin ve fotoğrafların oynadıkları rolleri karşılaştırmaya götürür. Barthes (1964), fotoğraf altında kullanılan sözcüklerin işlevlerini betimlemek için *demirleme* (anchorage) terimini kullanır. O, görsel imgelerin çok-anımlı olduklarını savunur: "bu imgeler gösterenlerinin altında yüzmekte olan bir gösterilenler zinciri olduğunu ima ederler, okur bunlardan bazılarını seçer bazılarını ise görmezden gelir." Sözcükler, "yüzen gösterilenler zincirinin, belirsiz göstergeler terörüne karşı koyacak biçimde *sabitlenmesine*" yardımcı olurlar. Biz altyazısız bir fotoğrafı nadiren görürüz. Yalnızca, fotoğrafın düzanlamsal düzeyde nereyi ve neyi anlattığı açıksa fotoğraf altı yazıya gerek görülmeyebilir. Barthes (1961) başka bir yazısında fotoğraf altı yazısını "imgeyi çağrıştırmak, bir ya da daha fazla ikinci-düzyer gösterilenlerle birlikte imgeyi canlandırmak amacıyla düzenlenen parazit iletiler" biçiminde tanımlamaktadır. O, yananamların okurlara anlam üretmede düzanlamlardan daha geniş bir alan sağladığını kabul etmektedir. Sözcükler bu alanı daraltmak ya da kısmen kapatmak amacıyla kullanılabilir.

Barthes'a göre demirlemenin diğery bir işlevi *adlandırma* (denomination). Adlandırma bize fotoğrafın ne olduğunu basitçe söyler ve böylece onu dünya ile ilgili deneyimlerimiz içine doğru biçimde yerleştirmemize yardımcı olur. Fotoğrafın Notting Hill Karnavalı'ndan çekildiğini söyleyerek onu konumlandırmanıza ve dolayısıyla anlamlarını *demirlemenize* yardımcı olmaktadır. Bu fotoğrafın Smethwick'teki ırk ayrımcılığına karşı gösteriler olduğunu ya da Cardiff City futbol takımının taraftarlarının stadyumu terketmekte olduklarını veya *Dixon of Dock Green* dizisinin çekimlerinden birisi olduğunu söyleyebilirdim: bu *adlandırmaların* her biri belirli anlamları kapatacak ve sizi diğerylerine doğru yönlendirecektir.

Yeğlenen okumalar

Demek ki ikinci düzeyde, sözcükler okumamızı yönlendirirler. Bize, kimi zaman, fotoğrafın *nîçin* çekildiğini söyler ve çoğuy zaman da onu *nasıl* okumamız gerektiğini belirtirler. Bizi. Stuart

Hall'un (1973b) sözcükleriyle "yeğlenen okumaya" doğru yönlendirirler. Bu durumda yeğlenen okuma, fotoğrafın anlamını yasa ve düzenin geleneksel değerleri içinde okumaktır. Bu değerler acil bir sorunla yüz yüze gelirler, ancak çözüm sorunun kendi içindedir. Diğer bir deyişle, yeğlenen anlam fotoğrafın olası devrimci anlamlarını önlemektedir. Bizi, toplumsal yapının yanlış, adaletsiz olduğunu ve yıkılması gerektiğini içeren bir düşünceyi müzakere etmeye doğru teşvik etmez. Elbette bu tür anlamlar mümkündür ve hatta kültürümüz içindeki bir azınlık grubu için kolayca öngörülebilir. Ancak bunlar yeğlenen anlamlar değildir: bunlar olsa olsa *sapkın kodaçımılarıdır* (Eco, 1965). Yeğlenen anlam, "ırk sorunu"nu "gençlik sorunu"na ya da "kuşaklararası uçurum"a bağlamaktadır – bu, gerilime yol açan ancak toplum için temel bir tehdit oluşturmayan biçimde bildik bir anlamlandırmadır. "İrk"ı "sınıf"a bağlamak gibi olası daha tehlikeli bir bağlantı sözcüklerle *engellenmiştir*.

Yeğlenen okuma kavramı oldukça verimlidir, çünkü bizim bir iletideki müzakere edilen anlamları, içinde okur ve iletinin birlikte hareket ettiği toplumsal yapıya bağlanamıza yardımcı olan bir model sunmaktadır. Hall bu kavramı Parkin'den almış ve geliştirmiştir. Parkin (1972), bireylerin toplumdaki kendi konumlarıyla ilgili algılamalarına yanıt vermede ya da bunları yorumlamada üç temel anlam sistemine sahip olduklarını savunur. Bu sistemler, egemen, ikincil ve radikal sistemlerdir. Stuart Hall bu sistemlerin medya iletilerini kodaçmada kullanılanlara karşılık geldiğini belirtmektedir.

Egemen sistem ya da *başat kod*, toplumdaki yeğlenen okumaları, başat değerleri aktarırlar. Bu fotoğraftaki egemen tanımlama, polislerin bizim temsilcilerimiz olduğunu, özgür toplumumuzu koruduğunu ve bu role meydan okuyan genç siyahların da "sapkın" ya da suçlu olduklarını söylemektedir.

İkincil sistem (subordinate system), Stuart Hall'un *müzakereli koduna* (negotiated code) karşılık gelmektedir. Bu, egemen değerleri ve varolan yapıyı benimser, ancak bu yapı içindeki belli bir grubun iyileştirilmesi gerektiğini savunmaya hazırdır. Bu, üyelerine daha iyi ücret alabilmek için müzakere eden bir sendika olabilir ya da toplumdaki siyahlara daha iyi bir konum sağlamak için müzakere eden bir beyaz liberal olabilir. Bu fotoğrafın müzakereli

kodaçımında, polislerin işlevlerini genelde doğru ve etkili bir biçimde yerine getirdiği kabul edilirken, siyahlarla ilişkilerinde yanlışlık yapabileceklerisöylenir. Onların rolleri gereği, egemen çoğunluğun baskıcı failleri olduğunu ve toplumdaki sapkınları denetim altında tuttuklarını söyleyebiliriz: yeraltındaki suçlularla başa çıkınada bu pek de kötü bir şey olmayabilir, ancak siyahlara da aynı biçimde davrandıklarında ahlaki bir yanlışlık yapmaktadırlar.

Hall'un *muhaliif kodu* (oppositional code), Parkin'in *radikal sisteme* karşılık gelmektedir. Bu tür okuma, egemen versiyonu ve bu versiyonu üreten toplumsal değerleri reddeder. Muhaliif kodaçı yeğlenen okumanın farkındadır, ancak bunun yanlış olduğunu düşünür. İletiyi, egemen olana radikal biçimde karşıt olan bir anlam sistemi içine yerleştirir ve böylece metnin radikal biçimde muhalif bir okumasını gerçekleştirir. Bu fotoğrafın muhalif bir okuması şöyle olabilir: siyahlar, yönetici sınıfın failleri tarafından güç kullanılarak ellerinden alınan hak ve özgürlüklerini savunmak için doğal olarak eylem yapmaktadırlar. Bu, işbaşındaki adil olmayan toplumsal sistemin bir düzdeğişmesidir.

Fotoğrafın ikinci-düzey anlamlarıyla ilgili bu çözümlemeler bizi *ideoloji* kavramına getirmektedir. Fotoğrafın yeğlenen anlamına yalnızca beyaz, liberal, demokratik ideoloji değerleri içinde ulaşılabilir. İdeoloji tartışmasını dokuzuncu bölümde yapacağız.

Anlamanın toplumsal belirlenimi

Hall ve Parkin, okurların metinle müzakerelerinin toplumsal yapıdaki konumları tarafından belirlendiğini göstermişlerdir; her ikisi de, okurların toplumsal konumlarını birincil düzeyde belirleyen şeyin toplumsal sınıf olduğuna inanırlar. Morley (1980) bu fikirlerden yola çıkarak görgül bir araştırma yapmış ve *Nationwide* isimli bir televizyon programının izleyiciler tarafından nasıl okunduğunu araştırmıştır. Bulguları genelde Hall ve Parkin'i desteklemektedir, ancak Hall ve Parkin'in varsaydığı gibi toplumsal sınıfın tek belirleyici olmadığı ortaya çıkmıştır. Çıraklar (işçi sınıfı) ve banka memurları (orta sınıf) egemen okuma yaparlarken, üniversite öğrencileri (orta sınıf) ve sendika yöneticileri (işçi sınıfı) – farklı– müzakereli okumalar yapmışlardır. Muhaliif okumalar ise programı tümüyle işe yaramaz olarak niteleyen siyahlardan ve ra-

dikal bir biçimde karşı çıkan işçi temsilcilerinden gelmiştir.

Morley modelin gerçekten işe yaradığını göstermiştir, ancak bilmeliyiz ki okurun müzakere konumunu belirleyen şey sınıf değil toplumsal güçlerdir. Bu etmenler arasında eğitim, meslek, siyasal bağlılık, coğrafik bölge, din ya da aile yer alabilir. Bunlardan her biri dünyayı kavramsallaştırmada yardımcı olan bir *söylem* üretir. Dolayısıyla bir birey, üyesi olduğu değişik toplumsal gruplardan kaynaklanan çok sayıda söyleme sahiptir: okuma, okurun sahip olduğu sayısız söylemlerle metindeki söylem arasındaki bir müzakeredir.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. "Bir Keder Önce" çözümlemesi tipik bir Saussure çözümlemesidir. Saussure dil sistemini anılanın mevzisi olarak görür; Notting Hill fotoğrafının çözümlemesi, simgesel sistemi toplumsal sisteme bağlar. Her bir yaklaşımın göreceli değerlerini tartışınız. Çözümlemek için şiirsel bir eğretileme (ya da benzetme) ve bir haber fotoğrafı seçiniz.

2. Norm ve sapkınlık kavramları, uzlaşım ve özgünlük, tekrar ve belirsizlik kavramlarına ne ölçüde uymaktadır? Daha önce tartıştığımız tekrar kavramının iletişimsel işlevleri "Bir Keder Önce"yi ve bu şiirde kimin kimle ve nasıl iletişim kurduğunu anlamamıza yardımcı olabilir mi? Şair bir iletişimci midir?

3. Şairin dili kullanımı ile dar etekleri "öldürücü zerafetin ince bel klasikleri ... panter gibi kaygan, inanılmaz derecede uysal" biçiminde nitelleyen reklamcının (Dyer, 1982) dil kullanımı arasında bir fark var mıdır? Biz, dilin kendisinin estetik niteliğinde mi, toplumsal işlevinde mi, göndergesel gerçeğinde mi yoksa başka bir yerde mi farklılık aramalıyız? Reklamcılık genelde ne kadar estetiktir? Bir sanat mıdır? Bakınız, Dyer, 1982: 2. ve 7. bölümler.

4. Levha 12'nin ayrıntılı bir göstergebilimsel çözümlemesini yapınız. (Soldan yükselen güneşin kırmızı olduğunu düşününüz). Bunu yeğlenen okumalar kuramına uygulayınız. Bakınız Barthes (1977, s. 15-31, 32-51, özellikle s. 20-25) ve (1973, s. 116-121).

5. Levha 1b'ye dönünüz. Sözcüklerin fotoğraflardaki sabitleştirmeye çalıştığı olası anlamları çözümleyiniz. Aynı fotoğrafları kullanarak;

- a) bir siyah topluluk gazetesi,
- b) Polis Gazetesi,

c) bir Moskova gazetesi için yeni sayfa düzenlemeleri yapınız ve başlıklar atınız.

Daha fazla bilgi için bakınız: Cohen ve Young derlemesindeki Hall, (1973, s. 176-189); Hall ve diğerleri (1980, s. 136-139); Fiske ve Hartley (1978: 3. bölüm, s. 103-105); Morley (1980, s. 10-11, 16-21, 134); McKewon (1982).



Levha 12: "Mr. Honda"

7. BÖLÜM

YAPISALCILIK KURAMI VE UYGULAMALARI

Göstergebilim yapısalcılığın bir biçimidir, çünkü bizim dünyayı kendi terimleriyle anlayamayacağımızı, dünyayı ancak kendi kültürümüzdeki dilbilimsel ve kavramsal yapılarla kavrayabileceğimizi savunur. Görgülcülük (*empiricism*) (8. bölüme bakınız) tam tersini savunur. Bir görgülcüye göre araştırmacının görevi dünyada halihazırda varolan anlamları ve modelleri keşfetmektir; yapısalcıya göre ise, araştırmacının görevi farklı kültürlerin dünyayı algılama ve anlamalarına yardımcı olan kavramsal yapıları ortaya çıkarmaktır. Yapısalcılık dışsal, evrensel bir gerçekliğin varlığını reddetmemekle birlikte, insanların bu gerçekliğe nesnel, evrensel bir biçimde kültürel olarak belirlenmeksizin ulaşmalarının mümkün olmadığını savunur. Yapısalcılığın görevi dünyanın ne *olduğunu* değil, insanların bu dünyayı nasıl anlamlandırdıklarını keşfetmektir. Yapısalcılık, bu yüzden, nihai ya da mutlak bilimsel doğrunun varlığını reddeder – eğer insanlar değişmez evrensel gerçekliğe erişemiyorlarsa, açıklamaların ve inançların doğruluğunu bu gerçekliğe ne kadar yakınlaştıklarına bakarak değerlendiremeyiz.

Bu kavraması oldukça zor bir düşüncedir, çünkü Rönesans'tan beri batı düşüncesine egemen olan bilimsel akılcılıkla çelişmektedir. Lévi-Strauss (1979) "bilimsel" ve "yaban" düşünme yollarını birbirinden ayırır. Bunu, bilimsel düşünmenin daha iyi oldu-

ğunu göstermek için değil, farklı olduğunu belirtmek için yapar. Bilimsel düşünce farklılıkları inşa ederek işler; doğayı daha saf, daha kesin kategorilere böler. Öte yandan, "yaban düşünme" ise genellemecedir; doğanın parçalarını değil, bütünü anlamaya yarayacak yollar bulmaya çalışır. Bu yüzden, bilimin gerçek dışı ya da bilimsellik dışı olarak nitelediği deneyim alanlarını içine alır, böylece inanç, imgelem ve öznel deneyim konuları gerçekliğin bir parçası olarak kabul edilmezler. Batı bilimi, dünyayı değiştirme gücü açısından kimi ilkel toplumların büyüye dayalı açıklamalarından elbette daha araçsaldır. Ancak, dinsel bir "doğru" insanların tutumlarını ve davranışlarını değiştirmede daha etkili olabilir: toplumsal ve siyasal sistemlerimizi etkileyebilir; ve öznel deneyimlere görgül bilimden daha doğru açıklamalar sağlayabilir. Doğruluk, onu üreten ve benimseyen kavramsal ve kültürel sistemin bir işlevidir; evrensel, nesnel, kültür-öncesi gerçekliğin bir işlevi değil.

Lévi-Strauss, Saussure'un dil kuramını yemek pişirme, giyim, akrabalık sistemleri ve özellikle de mitler ve masallar gibi tüm kültürel süreçleri içerecek bir yapısal sisteme genişleten yapısalci antropologdu. Bu sayılanlar, kültürel ve toplumsal dünyamızı düzenleme ve dolayısıyla anlamlandırma yollarıdır. Tüm kültürler dünyayı anlamlandırır ve oluşturulan anlamlar kendilerine özgü olsa da anlamlandırma yolları evrenselidir. Anlamlar üretildikleri kültürlere özgüdür, ancak bunları üretme biçimleri tüm insanlar için evrenselidir.

Nitekim Saussure'a göre tüm diller farklıdır: her dilin sözcük dağarcığı dünyayı farklı kategorilere böler; sözdizimleri kavramları oldukça farklı yollarla biraraya getirir. Ancak tümü de nedensizdir (*arbitrary*); hepsi de aynı paradigmatik ve dizimsel yapıları paylaşırlar: paradigmatik olarak tümü de anlamları aynı sistemdeki diğer kategorilerle ilişkilerine bağımlı olan bir kategoriler sistemine dayanırlar ve tümü de özgün "açıklamalar" yapmak için kategorileri birleştirme sistemlerine sahiptirler. Bu yüzden, tüm diller farklılaştırma ve birleştirme yapısını paylaşırlar.

Kategorileştirme ve ikili karşıtlıklar

Lévi-Strauss için dilin paradigmatik boyutu, yani kategoriler sistemi daha önemlidir. Ona göre, bir sistem içinde kavramsal ka-

tegoriler inşa etmek, anlam yaratmanın özüdür ve bu sürecin kalbinde *ikili karşıtlık* (binary opposition) diye nitelendirdiği bir yapı vardır. İkili karşıtlık, en saf biçimiyle evreni oluşturan birbiriyle ilişkili iki kategori sistemidir. Mükemmel bir ikili karşıtlıkta her şey ya A kategorisinde ya da B kategorisindedir ve dünyaya bu tür kategorileri uygulayarak onu anlamlandırmaya başlarız. Mutlak bir kategori olarak A tek başına varolamaz, varlığı B kategorisi ile yapısal ilişkisine bağlıdır: A kategorisinin anlamlı olmasının tek nedeni onun B kategorisi olmamasıdır. B kategorisi olmadan A kategorisine sınır konulamaz ve bu yüzden A kategorisi diye de birşey olamaz. Yapısalcılık açısından, Yaradılıştaki (*Genesis*) yaratım öyküsü dünyanın yaratılması olarak değil, onu anlamlandırmaya yaran kültürel kategorilerin yaratımı olarak okunabilir. Karanlık aydınlıktan, toprak havadan ayrıldı. Dünya kara ve su kategorilerine ayrıldı; sular deniz sularına (verimsiz) ve gök kubbe sularına, yani yağmura (verimli) ayrıldı. Bu sonuncusu, anlam üretme sürecindeki ikinci aşamayı niteleyen bir örnektir: doğada varolan kategoriler, yani somut gerçeklikle ilgili algılamamıza denk düşen kategoriler daha soyut, daha genelleştirilmiş ve daha kültüre özgü kavramları açıklamak ve bu açıklamaları doğaya yerleştirerek bunların kültürel değil, doğal görünmesini sağlamak için kullanıldılar. Böylece, görünüşte doğal kategoriler olan deniz suyu ile yağmur suyu arasındaki karşıtlık, daha soyut ve daha kültüre özgü olan verimli ve verimsiz kategorilerini açıklamak ve doğallaştırmak için kullanılmaktadır. Lévi-Strauss'a göre, eğretileme yoluyla soyut kavramların yapılarını somut kavramların yapılarıyla değiştirerek anlamlı hale getirme süreci –doğallaştırma süreci– yaygın bir kültürel pratiktir. O bu süreci "somutlama mantığı" biçiminde tanımlar. Böylece, Yaradılış öyküsünde daha sonra yeşillikler yapraklı ağaç yetiştiren ve tahıl yetiştiren olarak ayrılırlar. Bu ayrım insanlar ve hayvanlar arasındaki daha sorunlu olan bir ayrımı yapmanıza yardımcı olur: insanlar tahıl yetiştiren yeşillikleri, hayvanlar da yaprak yetiştirenleri yerler.

Lévi-Strauss'a göre, ikili karşıtlıkların inşası temel, evrensel anlamlandırma sürecidir. Evrensel, çünkü insan beyninin fiziksel yapısının bir ürünüdür ve bu yüzden bir kültüre ya da topluma değil türe özgüdür. Beyin elektrokinyasal olarak çalışarak hücrelere iletileri gönderir ve gönderebileceği iletiler AÇIK/KAPALI biçimi-

mindeki basit karşıtlıklardır. İnsan beyninin bilgiği karmaşıklığı, tıpkı elektronik benzeri olan bilgisayar gibi, sonsuz sayıda ikili karşıtlık üretmeye elverişlidir. (Bu süreç birinci bölümde "enformasyon kırıntıları" anlatılırken tanımlanmıştı). Sayısal kodlarla benzeşik kodlar arasındaki farklılık (4. bölüme bakınız) sayısal kodların karşıtlık kategorileri üzerine inşa edilmesinden kaynaklanmaktadır.

Ancak doğa böyle değildir: doğa, kesin kategorilerden çok karşılaştırılabilen bir süreklilik göstermektedir. Doğada aydınlık ve karanlığı birbirinden ayıran bir çizgi yoktur; aydınlanma ve kararmanın devam eden bir süreci söz konusudur; kara ve su arasında da açık bir çizgi yoktur –sahil, bataklıklar ve çamur, saf ikili karşıtlıklara karşı koyan kategorilerdir. Birbirine karşıt olan yapıların niteliklerini paylaşan bu kategorilere Lévi-Strauss *kural dışı kategoriler* (anomalous categories) demektedir.

Kural dışı kategoriler

Kural dışı bir kategori ikili karşıtlık kategorilerine uymaz, iki tarafa da gider, sınırlar arasındaki berraklığı bozar. Kural dışı kategoriler niteliklerini birbirine karşıt olanların her ikisinden de alır ki bu nedenle çok fazla anlam yüklü, kavramsal olarak çok güçlüdürler. Her iki kategoriden aldıkları anlam fazlalıkları ve bir kültürün temel anlamlandırma yapılarına meydan okuma yetenekleri bunların kontrol edilmesini gerektirir – tipik olarak bunlar "tabular" ya da "kutsal" kategoriler olarak düzenlenirler. Kural dışı kategoriler iki kaynaktan –doğa ve kültürden– ortaya çıkarlar. Doğa, kültürün kabul ettirmeye çalıştığı kategorileştirmeye daima tüm gücüyle karşı koyar. Doğada uyumu uzlaşmaz biçimde daima reddeden kırıntılar vardır. Yeniden Yaradılış örneğine dönersek, yılan ne toprakta yaşayan bir hayvan ne de suda yaşayan bir balıktır; her iki niteliğe de sahiptir. Bu nedenle, musevi ve hristiyan kültüründe sayısız anlamı vardır, göstergebilimsel olarak çok güçlüdür ve bu yüzden tabu haline getirilerek kontrol edilmek zorundadır. Benzer biçimde, homoseksüellik de toplumsal cinsiyet kategorilerindeki açıklığı tehdit etmektedir ve bizimki gibi cinsiyet kimliğinin çok önemli olduğu toplumlarda ahlakî ve yasal tabularla kuşatılmıştır.

Bir başka tür kural dışı kategori, sınırların çok katı, çok ürkütücü görüldüğü iki karşıt kategori arasında aracı olmak için kültür tarafından inşa edilendir. Nitekim çoğu kültürde tanrılar ve insanlar arasında her ikisinin özelliklerini taşıyan kural dışı figürler (melekler, peygamberler) vardır. Benzer biçimde, insanlar ve hayvanlar arasında aracılık eden sayısız mitolojik ve dinsel figür söz konusudur (kurt adam, insan başlı at gibi). Yine canlılarla ölümler arasında bulunan figürler de vardır (vampir, hayalet, hortlak gibi).

Yapılanmış yinleme

Yapılandırma ilkesi dünyayı anlamlandırmamızın temel bir yolu olduğu için, yapısalcılık, kültürel varoluşumuzun görünüşte oldukça farklı parçalarını benzer şekillerde düzenleyen paralel yapılar arar. Örneğin Leach (1964), uzamsal çevremizi, hayvanlarla ilişkilerimizi ve insanlarla ilişkilerimizi kavramsallaştırmada paralellikler bulur. Paralel kategorileri izleyerek bunlar arasındaki kural dışı kategorileri açığa çıkarır. Temel noktaları ortaya koymak için, yaptığı çözümlemeleri basitleştirmeme izin verin.

Mekan "ev", "çiftlik veya mahalle" ve "vahşi doğa" biçiminde kategorileştirilmiştir. Hayvanlar paralel kategorilere yerleştirilirler: "ev hayvanları", "çiftlik hayvanları", "vahşi hayvanlar". İnsanlar da benzer biçimde kategorileştirilirler: aile, sülale/komşular ve diğerleri/yabancılar. Ancak bu kategoriler elbette her zaman uygun değildir, özellikle son iki kültürel alanda. Nitekim evde yaşayan ancak ne ev hayvanı ne de çiftlik hayvanı olan zararlı hayvanlar tabudur ve aşırı anlam yüklüdürler – fareler çoğu insan için tiksindirici hayvanlardır. İnsan ilişkilerindeki buna benzer kategori üvey akrabalar. Bunlar ne aileden ne de sülaledendir; her ikisinin de özelliklerini taşırlar. Leach üvey annenin tipik bir tabu figürü olduğuna işaret eder. Üvey annenin insan dünyasında işgal ettiği yeri hayvan dünyasında zararlı hayvanlar işgal eder.

Benzer biçimde, çiftlik hayvanları ile vahşi hayvanlar arasında kural dışı bir kategori vardır. Bu kategoriyi İngiltere'de tilkiler, Amerika'da çakallar ve Avustralya'da yabani köpekler işgal etmektedir. Bunlar vahşidir, ancak çiftliklerin ve evlerin etrafında dolaşırlar ve evcil hayvanların, özellikle de köpeklerin bazı özelliklerini taşırlar. Bunların insanlar arasındaki eşdeğeri suçlulardır. Suçlu-

lar hem bizim kabilemizin hem de diğerlerinin/yabancıların özel-liklerine sahiptirler. Leach, halk öykülerinde tilkilere, çakallara ve yabani köpeklere suçlu rolleri yüklenmesine dikkat çeker: bu hay-yanlar tipik olarak hırsız ve dolandırıcıdırlar, kendilerine güvenen-leri aldatırlar.

Ayrıca, hayvanların yenilebilirliği ile insanların evlenebilirliği arasında yapısal paralellikler de söz konusudur. Ev hayvanları yenmez, aile bireyleri birbirleriyle evlenemez; çiftlik hayvanları genelde yenmek içindir, insanlar genelde kendi kabilesi ve yakın çevresinden evlenirler; vahşi hayvanlar yalnızca özel durumlarda yenirler ve lisanslı kişiler tarafından belirli sürelerde avlanabilirler –tüm toplumlar avlanılacak ve avlanılmayacak hayvanları birbirin-den ayırırlar ve çoğunun avlanma dönemleri vardır. Yenilebilir ya-bani hayvanlar özel festival yemeği olurlar. Farklı kabileler arasın-daki evlilikler de –siyasal işbirliği yapmak gibi– özel durumlarda görülür. Ya da, toplumumuzdaki ırklar arası evliliklerde olduğu gi-bi, bu tür evliliğin çekiciliği anormal oluşundan, geleneklere uy-mamasından kaynaklanmaktadır. Benzer biçimde, kural dışı kate-gorilerdeki hayvanlar normalde yenmezler; yine eşdeğer kategori-ler içinde bulunan insanların iyi eşler olamayacağı düşünülür.

Bu, somutlama mantığının tipik bir başka örneğidir. Hayvan türleri ve mekanla ilgili doğal kategoriler ilk olarak daha kültürel olan akrabalık kategorilerini ve ardından da oldukça kültüre özgü ve daha soyut olan yenilebilirlik ve evlenilebilirlik gibi kategorileri doğallaştırmak için kullanılmaktadırlar.

Sınırlardaki ritüeller

Yapısalcı antropologlar, kategoriler arasındaki sınırların ya-şamsal öneminin, tüm toplumlarda, kategoriler arasındaki geçişi kolaylaştırmak amacıyla bir dizi sınır ritüelleri ürettiğini ileri sür-mektedirler. Genelleme yapmak gerekirse, sınırları ihlal edilen ka-tegoriler ne kadar büyükse, ritüeller de o kadar önemli ve ayrıntılı olmaktadır. Nitekim tüm toplumlar yaşam ve ölüm arasındaki ge-çişlere anlam verecek ritüellere sahiptirler, bu geçiş doğum ya da ölüm olabilir. Benzer biçimde, bekarlık ve evlilik arasındaki geçiş-ler ya da çocukluk ve yetişkinlik arasındaki geçişler, kategori sınırlarındaki geçişleri göstermek ve anlamlandırmak için oldukça ay-

rıntılı ritüellere sahiptirler. Daha az ayrıntılı olan ve gündelik yaşamda yapılan selamlaşma ve vedalaşma gibi ritüeller, varlık ve yokluk arasındaki sınırları göstermektedir.

Kategoriler arasındaki geçişler genellikle kural dışı dönemlerle ortaya konur – balayı, kefindeki ölü bedeni görme ve yas tutma, doğum ve vaftiz etme arasındaki dönem. Bunlar kutsaldır, çünkü ne bir kategoride ne de bir diğerinde yer alırlar: terkedenin izlerini taşırlar, izleyenin habercisidirler. Bu dönemler, bir toplumda yaşayan insanların, kişideki değişmeye alışmalarına yardımcı olurlar ve böylece değişim şaşırtıcı olmaktan çıkar.

Benzer biçimde, televizyondaki kanal adları ya da tanıtım anonsları ve yazıları sınır ritüelleri biçimlerindenidir. Bunlar izleyicilerin, yarışma programları ve haberler ya da haberler ve pembe diziler gibi kategoriler arasındaki geçişlere uyum sağlamalarına yardımcı olurlar. Tanıtım anonsları hangi program kategorisinin yayımlanmak üzere olduğunu bildirir –haber programları için yapılan tanıtım anonsları pembe dizilerinkinden, pembe dizilerinki de dramalarinkinden farklıdır. Bu sınır ritüelleri olmasaydı televizyondaki program akışı oldukça kafa karıştırıcı olacaktı. Benzer biçimde, balayı, evlenen insanların yeni kategorilerindeki konumlarına uyum sağlamalarını kolaylaştırmaktadır. Televizyondaki açılış ve kapanış anonsları da selamlaşma ve vedalaşma ritüellerine benzetilebilir.

İngiltere'de, televizyon reklamlarını diğer programlardan bir simge ile açıkça ayırmanın zorunlu hale getirilmesi, kategoriler arasındaki sınırları belirtmenin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde bu tür bir zorunluluk yoktur ve programlarla reklamlar kolaylıkla içiçe geçebilmektedir. Sonuçta izleyicide görülen şaşkınlık elbette reklamcının işine yaramaktadır. Reklamcı, "güvensizliği seve seve askıya alma" duygusundan yararlanmak istemektedir, çünkü izleyici reklamları şüphe ile izlerken aynı duyguyu gözde programlarına taşımaz. Ritüellerle sınırları açık olarak gösterme ya da gözardı etme seçimi bize bir toplumun öncelikleri konusunda pek çok şey söyler – öncelik, İngiltere'de izleyici/tüketiciye, ABD'de ise reklamcı/yapımcıya verilmektedir.

Lévi-Strauss, tüm toplumların anlamlı hale getirmeye çalıştığı en önemli sınırın doğa ve kültür arasındaki sınır olduğuna inanmıştı. Kültür bir anlam yaratma sürecidir ve yalnızca dışsal doğayı ya da gerçekliği değil, onun bir parçası olan toplumsal sistemi ve bu sistem içindeki insanların toplumsal kimliklerini ve gündelik etkinliklerini de anlamlandırır. Kendimiz, toplumsal ilişkilerimiz ve "gerçeklik" hakkındaki algılamalarımız aynı kültürel süreçlerce üretilmektedir.

Ancak çoğu kültür, kendimizi ve toplumu anlamlandırma ile gerçeklik ya da doğayı anlamlandırma arasında bir süreklilik olduğunu kabul etmez: doğa ve kültür arasında açık bir ayrım yapar ve bunlarda görülen anlamları ya da kategorileri doğallaştırmaya çalışır. Burada birbiriyle çelişen ikili bir hareket söz konusudur: kültürler kendi kimliklerini inşa etmek için kendilerini doğadan farklılaştırırlar ve ardından da bu kimliği tekrar doğa ile karşılaştırarak meşrulaştırırlar. Böylece kendilerini kültürel olmaktan çıkarıp "doğallaştırırlar". Doğa bizi çevreleyen çıplak gerçekliktir; kendi terimleriyle erişilemez olsa bile, "doğal" olan, kültürün doğadan yarattığı anlamdır: doğal, kültürel bir üründür; doğa, kültür-öncesi gerçekliktir.

Lévi-Strauss (1969), *The Raw and the Cooked* (Çiğ ve Pişmiş) isimli yapıtında kültürel süreçler olarak yiyecek ve yemek pişirmenin önemini çözümlemiş ve bunu daha geniş bir alandaki kültürel dönüşümler için bir eğretileme olarak kullanmıştır. Yiyecek oldukça güçlü bir kural dışı kategoridir, çünkü sürekli olarak doğa ve kültür, ben ve ben olmayan, içsel ve dışsal dünyalar arasındaki yaşamsal kategorik sınırları ihlal etmektedir. Önemli kültürel anlar genelde törensel yemeklerle kutlanırlar ve çiğ yiyeceğin pişmiş kültüre dönüştüğü yemek pişirme süreci, kültürel süreçlerin en önemlilerinden birisidir. Bu süreç kavramsal olarak, herhangi bir araçsal dönüştürümden önce başlar, çünkü tüm kültürler doğayı "yenilebilir" ve "yenilemez" diye ikiye ayırırlar, ancak elbette her bir kategori içine farklı doğal nesneler yerleştirirler. İnsan midesi hemen hemen her şeyi sindirebilir. Bu nedenle, yenilebilir ve yenilemez arasındaki ayrım fizyolojik bir temelden çok kültürel bir temele dayanır. Bu ayrımın önemi, bizim yenilemez olarak nitele-

diğimiz şeyleri başka/yabancı bir toplumun yenilebilir olarak belirlmesiyle kanıtlanmaktadır. İngilizler Fransızları kurbağa, İskoçları da ciğer yahnisi yiyenler olarak bilirler; Araplar yabancıdır, çünkü koyun gözü yerler ve keza Avustralya yerlileri de öyledir, çünkü tırtıl yerler.

Doğanın kültürü kavramsal dönüştürümü (yenilebilir ve yenilemez kategorilerine ayırması) yemek pişirmenin teknik bir süreci haline gelir. Tüm toplumlar yiyeceklerini pişirirler, ancak tekrar etmek gerekirse, insan midesi bunları çiğ olarak da sindirebilir. Yemek pişirme maddi bir zorunluluk değil, kültürel bir dönüştürmedir. Lévi-Strauss'un yemek pişirme sistemleri ile ilgili ayrıntılı çözümlemesi yapısalcı yöntembilgisinin uç bir örneğidir ve bazı zorlama işaretleri gösterir, (bu konuyla ilgili iyi bir açıklama için bakınız, Leach, 1970) ancak bizim konumuzla ilgili olarak onun yaptığı en önemli ayrım, kaynatmak (ya da tavada kızartmak) ve kavurmak (ya da ızgara yapmak) arasındaki ayrımdır. O ayrıca yiyeceklerin kültürel dönüştürümüyle daha doğal olan küflenme arasında da bir ayrım yapar. Genel olarak söylemek gerekirse, o, kültürel dönüştürme derecesi ile ortaya çıkan yiyeceğe verilen toplumsal değer arasında ters bir ilişki olduğunu savunur. Nitekim, kaynatılmış yiyecek çok pişmiştir –hem kap kaçak gerektirir hem de su ya da yağ gibi malzemeleri. Yiyeceğin miktarını artırdığı için "demokratiktir" de. Diğer yandan, kavurma ise "aristokratiktir" – yiyeceği azaltarak israf eder ve yalnızca ateşi gerektirdiği için yiyeceği daha az dönüştürür. Bu yüzden, kavurma ete daha yüksek bir değer verilmiştir ve toplumun yüksek statülü üyeleri tarafından yenir ya da çok özel durumlarda yapılır. Kaynatılmış ya da pişirilmiş ete ise daha az değer verilir, toplumun daha düşük statülü üyeleri tarafından yenir (özellikle kadınlar, hastalar ve çocuklar) ve daha çok gündelik olarak yenilen bir yiyecektir. Küflendirilmiş yiyecek genelde en yüksek statüye sahiptir, çünkü en az dönüştürülen, en doğal olandır; nitekim Stilton (kaşar) peyniri toplumumuzdaki aristokratik tatlardan birisidir.

Lévi-Strauss'un yaptığı açıklamalara ayrıntı düzeyinde istisnalar bulabiliriz, ancak bu açıklamalar daha geniş bir düzeyde temel bir kültürel dönüştürümü ortaya koymada ve dönüştürme derecesiyle ortaya çıkan ürüne verilen toplumsal statü arasındaki ilişkiye dikkatimizi çekmede oldukça kullanışlıdır.

Lévi-Strauss'a göre, mit bir öyküdür ve içinde dolaştığı kültür açısından önemli olan ikili karşıtlık kavramlarındaki derin yapının özgül ve yerel bir dönüştürümüdür. En güçlü ve en önemli mitler endişe gidericiler olarak işlev görürler, çünkü herhangi bir ikili karşıtlık yapısında doğal olarak varolan çelişkilere değinirler. Bu çelişkileri çözmeseler de (çünkü bu tür çelişkiler genelde uzlaşmaz çelişkilerdir), bunlarla yaşamının yollarını gösterirler. Böylece bu çelişkiler çok yıkıcı hale gelmezler ve çok fazla kültürel endişe üretmezler.

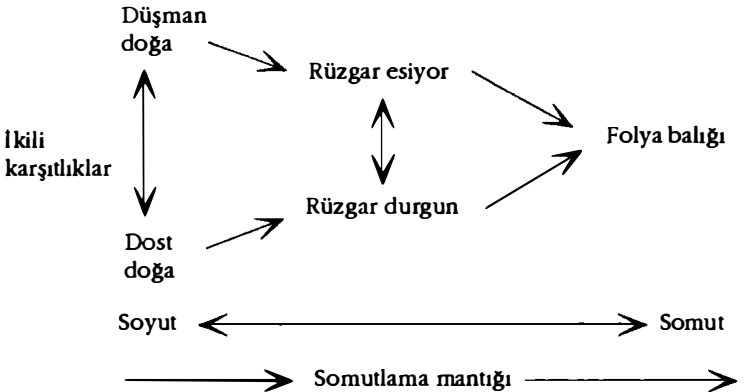
Lévi-Strauss mit kuramını Freud'a olduğu kadar Saussure'a da borçludur. Saussure'dan yola çıkarak, ikili karşıtlıkların paradigmatic yapısı üzerindeki vurgusunu ve mit anlatımının –bu elbette diğer anlatımlardan farklı olacaktır– en iyi şekilde söz (*parole*) biçimi olarak anlaşılabilmesi için argümanını geliştirmiştir. Söz, derin bir yapının, dilin (*langue*), özel bir gerçekleştirimidir. Saussure'cu dilbilimci, *sözleri* (araştırılmak için hepsi de oradadır) *dilin* temelindeki yapıları ortaya çıkarmak için çözümlerken; mitolog da bir mitin derin yapısına ulaşmak için değişik versiyonlarını (bunlar da hazırdır) araştırır.

Freud'dan geliştirdiği ise, mit çözümlemesinin, rüya çözümlemesinin kültürel bir eşdeğeri olduğu düşüncesidir. Rüya gören kişi rüya gördüğünü bilecektir, ancak yalnızca rüyanın (genelde anlamsız olan) yüzeysel anlamını bilecektir: daha derin, "gerçek" anlamını yalnızca çözümlemeyi yapan bilir. Rüyalar endişelerden ve bireyin bilinçaltında bastırılan çözümsüz sarsıntılardan kaynaklanırken; mitler de kültürel bilinçaltında gizlenen bastırılmış endişelerden ve çözümsüz çelişkilerden kaynaklanmaktadır. Bu yüzden mit çözümü rüya çözümlemesine oldukça benzemektedir. Ancak mit çözümlemesinde yapısalcı yöntemin kullanılır, çünkü ilgi odağı bireye özgü anlamlar değil, kültüre özgü anlamlardır.

Basit bir örnek bunu açıklığa kavuşturacaktır. Lévi-Strauss (1979), içinde insanların ve hayvanların açık biçimde ayrıştırılmadığı bir Kuzey Amerika miti anlatır. Mitteki kötü karakter Güney Rüzgarıdır. Bu rüzgar o kadar şiddetli ve soğuktur ki, estiği zaman normal etkinlikleri olanaksız hale getirmektedir. Bu yüzden canlılar (insanlar ve hayvanlar) onu yakalamaya ve uysallaştırmaya ça-

balamaktadırlar. Başarılı olan avcı, bir folya (vatoz) balığıdır. Folya balığı rüzgarı yakaladıktan sonra onunla müzakere yapmış ve yalnızca belirli günlerde esmesi koşuluyla serbest bırakmıştır, böylece canlılar diğer günlerde normal işlerini yapmak üzere dışarıya çıkabileceklerdir. Bu mit doğanın dost ve düşman yanları arasındaki karşıtlığı ele almaktadır, ancak Lévi-Strauss'u asıl büyüleyen şey, kahraman olarak folya balığının seçimidir. Lévi-Strauss bunu, rüzgarın değişimli günlerde varlık ve yokluğunun folya balığında maddileşmesi şeklinde açıklar, çünkü folya balığı yandan bakıldığında neredeyse görünmezdir (yokluk), ancak alttan ya da üstten bakıldığında çok büyüktür (varlık). "Somutlama mantığı"ndan hareket edersek, folya balığı dost ve düşman doğa arasındaki karşıtlığı, rüzgarın varlık ve yokluğunu somutlaştırır ve bunlar arasında aracılık yapar. Bu mitin yapısı şekil 21'de olduğu gibi modelleştirilebilir.

Öyleyse mitin nihai anlamı, mitin anlatsal ya da dizimsel yapısında yatmaz, çünkü keşif gezileri ile gerçek av olayları göreceli olarak yüzeysel süslemelerdir ve yeniden anlatımı gerektirmezler. Nihai anlam karşıt kavramların paradigmatic ilişkilerinde bulunmaktadır. Bu, gerçek bir sorunu yapılandırmanın ve böylece anlamlı hale getirmenin kavramsal bir yoludur. Dost ve düşman doğa arasındaki paradigmatic ilişki, eğretilme yapıları, rüzgarın varlık ve yokluğunun eşdeğeri olan paradigmayla değiştirilmiştir:



Şekil 21.

ardından paradigmatik farklılık folya balığı üzerine yıkılmıştır. Bu balık farklılığı nihai bütünlükte içerir –nihayetinde tek bir varlıktır. Her paradigmatik değişme, soyuttan somuta doğru eğretilemeci bir yer değiştirir –rüzgar, doğanın düşmanlığı ya da dostluğunun somut bir eğretilemesidir, folya balığı ise rüzgarın varlık ve yokluğunun somut bir eğretilemesidir.

Mit çözümlemecisi, bir toplumu ilgilendiren derin sorunlara ve mitlerin bu sorunları yapılandırma ve dolayımına yollarına ulaşmak için Saussure'cu ve Freud'cu yöntemler kullanır.

Kitle kültürünün yapısı

Kitle iletişim araçlarının endüstri toplumlarında gördüğü işlevin, mitlerin ilkel toplumlarda gördüğü işlevle eşdeğer olduğu düşünülür. Öyleyse Lévi-Strauss'un kuramları çağdaş kitle iletişim araçlarının kurgusal ve olgusal yapımlarına uygulanabilir. Nitekim bir televizyon dizisinin bölümleri, derin yapısının ya da *dilin*, *değişik sözleri* olarak görülebilir. Bunu genişletebiliriz de, böylece bir türün her örneği, o türün derin yapısının özel bir gerçekleştirimi olarak görülebilir. Bu açıdan bakılırsa, tüm western filmleri aynı Western mitinin özgül versiyonları olacaktır, ya da daha değişik bir şekilde söylesek, ikili karşıtlık kavramlarının aynı derin yapısı sayısız western'i üretebilecektir. Yine, bir televizyon dizisinin derin yapısı sayısız bölümleri üretebilecektir, ya da bir tabloid gazetesinin birinci sayfasının derin yapısı sayısız manşet ve fotoğraf üretebilecektir. Bu, *dilin* sayısız söz üretebilmesine tam bir paralellik oluşturmaktadır. Bunu ilk olarak bir western filmini, *The Searchers*, ve ardından da bir tabloid gazetesinin birinci sayfasını çözümleyerek, birbirinden hafifçe farklı iki yolla uygulayalım.

Uygulama 1: "The Searchers" (Arayıcılar)

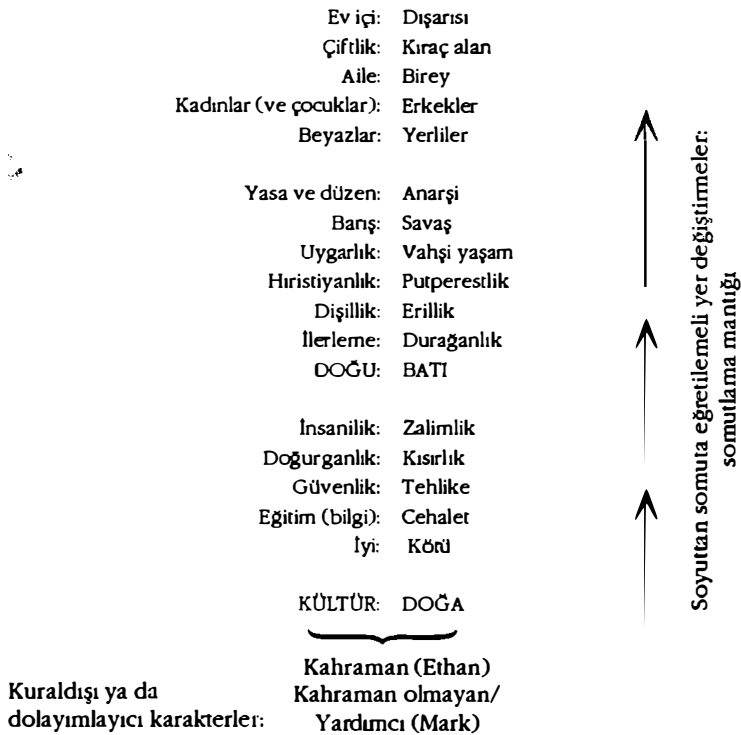
The Searchers, Vahşi Batıdaki çorak bir arazide bulunan tecrit edilmiş bir çiftliğin görüntüsüyle başlar. Filmin başlangıcında, genellikle kadınların ve çocukların gündelik yaşam ayrıntılarına ilişkin ev içi çekimleri egemendir. Ardından, çiftliğin açık kapısından, uzaktan yaklaşmakta olan bir atlı figürü görürüz. Atlı yaklaşır, atından iner ve aile tarafından karşılanır ve biz bu kişinin, yıllardır or-

tada görünmeyen Ethan Amca (John Wayne) olduğunu öğreniriz. İçeriye buyur edilir ve birlikte akşam yemeğini yerler. Yemek sırasında, yine çiftliğin açık olan kapısından, uzaktan başka bir atlı görünür; atını dört nala sürer ve attan bir beyazdan çok bir yerli gibi iner, yani ayağını hayvanın kış tarafından değil de boyun tarafından geçirir. Yemek için aileye katılır ve Ethan'ın sert bakışlarının ardından şu sözleriyle karşılaşır: "seni bir melez sanabilirdim." (Bu sözler 1980'li yıllarda oldukça ırkçı bulunacaktır). Daha sonraları onun, büyükannesi bir Cherokee (yerli) olan Mark olduğunu öğreniyoruz.

Filmin ilk birkaç dakikası, tüm anlatının (ve western türünün) temelini oluşturan ikili karşıtlık yapılarını inşa etmiştir bile. Anlatının geriye kalan kısmında yerliler çiftliğe saldırırlar, ailenin genç kızı olan Lucy'yi kaçırlar ve ardından Ethan ile Mark kızı ararlar, sonuçta kızı kurtarırlar, ailesine iade ederler ve mutlu bir evlilik gerçekleşir. Başlangıç çekimleri çiftlik ve kıraç alan arasındaki ikili karşıtlığı vurgular. Bu hemen, gelişmiş Doğu ile "el değmemiş" Batı, beyazlarla yerliler, yasa-ve-düzenle anarşi, insanlıkla zalimlik, dişillikle erillik ve toplumla birey arasındaki daha soyut karşıtlıkların somutlaştırımını sağlamak için kullanılır. Sonuçta, kuşkusuz, derin biçimde yapılanmış karşıtlık, kültür ile doğa arasındadır. Bu karşıtlıktan türetilen anlamlar, elbette, doğayı sonuna kadar sömürgeleştirilmesi ve sömürülmesi gereken işlenmemiş bir kaynak olarak gören beyaz. ataerkil, kapitalist, emperyalist, yayılmacı topluma uygun anlamlardır. Bu yapıyı şekil 22'deki gibi modelleştirebiliriz.

Bu yapısal çözümleme hakkında üzerinde durulması gereken birkaç nokta vardır. Her ne kadar bu çözümleme özünde bir tek mitin çalışılmasından elde edilmişse de, tür içindeki diğer mitler hakkındaki bilgilerimize bağımlıdır, çünkü diğer western mitlerini üretme yeteneğine sahip olmadıkça geçerli olamaz. Elbette, her western öyküsünün tüm ikili karşıtlıklara gönderme yapması gerekmez – kadın öğretmen (eğitim:cehalet) çoğunlukla görünmez, oysa şerif (yasa-ve-düzen:anarşi) hemen hemen daima mevcuttur ve papaz (hristiyanlık:putperestlik) çoğunlukla dahil edilmiştir.

Bu yapıyı üç temel değer grubuna ayırdım. Birincisi, bu anlatıdaki somut, gerçek öğelerdir. İkincisi, beyaz ataerkil kapitalizme özgü değerlerdir. Bunlar birinci grubun somut biçimini almakta ve birinci grubun öğelerine kültüre-özümlü anlamlar vermektedirler –



Şekil: 22

bu gerçekte, somut ayrıntıların belirli örnekler düzeyi ötesinde de mitsel olarak işleyişini olanaklı kılmaktadır. Bu ikinci grup, DOĞU ve BATI (ABD'nin) anlamları içine yerleştirilebilir. Üçüncü grup açık biçimde evrensel ve dolayısıyla doğal değer sistemine ait olan değerleri içermektedir. Ahlakî değerler olan İYİ:KÖTÜ ve bunların yerel düzeylerdeki görünüşleri bu gruptadır. Bunlar, ikinci gruptaki daha kültüre-özgü değerler içinde algılanırlar ve karşılığında bunları doğallaştırmaya çalışırlar, yani bunları kültür yerine doğa içine yerleştirmeye çalışırlar. Bu üçüncü gruptaki değerlerin son kertede kültüre-özgü olduğunu bilmek elbette önemlidir, ancak bunlara "doğal" statüsü de verilmiştir ve bu yüzden kültür yerine

doğanın bir parçası olarak görünür kılınabilirler.

Böylece bu yapı, bir anlatıdaki gerçek nesnelerin ve olayların anlatının derin yapısına iki yönden nasıl ilişkilendirildiğini gösterir. İlk olarak, gerçekmiş gibi hareket ederler ve bu yüzden daha soyut ve dolayısıyla sorunlu kültürel kavramların tartışılmaz örnekleridirler: soyutu somutun, kültürel doğanın içine temellendirirler. İkinci olarak, soyut ve geniş kültürel kategorilerin derin yapılarıyla ilişkileri dolayısıyla kendi kendilerine önem atfetmişlerdir: düzensiz olandan yapılanıya ve dolayısıyla anlamsızdan anlamlıya taşınmaktadır. Biz anlatıdaki nesnelerin, insanların ve olayların (bilinçli olmasa da) ne *anlama* geldiklerini biliriz ve anlatıdan aldığımız hazların önemli bir bölümü, bildiğimiz şeylerin içine dahil edildikleri yapının (ve dolayısıyla anlam sisteminin) farkında olmamızdan kaynaklanmaktadır. Öyleyse yapıda, somut ile soyut, yüzey ile derinlik arasında gidip gelen sürekli bir iki-yönlü hareket söz konusudur. Bu, tüm mitsel anlatıların bir özelliğidir.

Ancak bu yapı sorunsuz değildir. Şekil 22'nin sol yanındaki değerleri içtenlikle benimseyen ve sağ yandakileri tümüyle reddeden bir kültür kısır ve sıkıcı görünecek ve bir ölçüde de gelişme için gerekli olan güdüden yoksun olacaktır. Nitekim, basit bir örnek vermek gerekirse, kapitalizm risk-almaya dayanan bir sistemdir: insanlar risk almaktan kaçınırlarsa sistem işleyemez. Benzer şekilde, rekabetçi yapısı bir dereceye kadar acımasızlığı, kaybedene karşı ilgisizliği zorunlu kılar. Anlatıda Yerliler beyazlardan daha acımasızdır, ancak gerçekte, beyaz toplum ırkçı sömürgeciliğiyle yerlilere karşı daha acımasız olmuştur. Bu yapının basitliğine ilişkin sorunlara, en keskin biçimde "erillik" ve "birey" kategorileri etrafında odaklanılmaktadır.

Burada ortaya çıkan çelişki, erillik ve bireyin, yapının olumsuz yanında görünmesidir; oysa ataerkil, burjuva kapitalist kültürde bunlar olumlu yanda görünmeliydi. Ancak, yapının olumsuz yanındaki değerler elbette değişmez değildir, tıpkı diğer yandaki değerlerin değişmez şekilde olumlu olmadıkları gibi. Erillik ve birey kavramları doğanın vahşiliğine, acımasızlığına, ahlak dışılığına gereksinim duyarlar: aşırı uygarlaşma, aşırı toplumsallaşma zayıflatıcı ya da dışıleştirici olabilir. Böylece, westernde kadının rolü erkeği toplumsallaştırma ya da evcilleştirme olsa da, bu asla tartışmasız biçimde iyi ya da olumlu olarak görülmez. Bundan dolayı,

John Wayne gibi yapının her iki yanındaki değerleri birleştiren kural dışı bir western kahramanına gereksinim duyulmaktadır. O, toplumun yanında olan bir bireydir (ancak, filmin bitişindeki yazılar görülmeye başlandığında yalnız bir kişi olarak atını doğaya doğru sürer); anlatının başında doğanın içinden çıkarak çiftliğe gelir ve sonunda da tekrar doğaya döner. Tıpkı yerliler gibi, doğada kendi evindedir; o hem vahşi hem uygar, hem ilkel hem gelişmiş, hem yerli hem beyazdır. Kahraman, mitsel olarak çok güçlü ve anlatisal olarak çok başarılıdır, çünkü göstergebilimsel gücünü yapının her iki yanından almaktadır. Kahraman, doğa ile kültür arasındaki çelişkilerde aracılık yapar; onları çözmez, çünkü bu çelişkiler çözülemez çelişkilerdir. Ancak, bu çelişkileri belli bir zamandaki belli bir topluma uygun hale getirmek üzere yapılandırmanın yolunu gösterir. John Wayne 1950 ve 1960'lann çelişkilerine aracılık yaparken, Clint Eastwood ise, oldukça farklı bir biçimde, daha çıkarıcı 1970'lerin ve 1980'lerin çelişkilerine aracılık yapmaktadır. Western kahramanındaki değişimin kısmi nedeni toplumun gelişme, emperyalizm, kapitalizm ile iyi ve kötüye yüklediği anlamlardaki değişimlerdir.

Uygulama 2: 'Weekly World News' gazetesinin mitsel yapısı

Lévi-Strauss sık sık birbiriyle ilişkisiz kabilelerin birbiriyle ilişkisiz mitlerini inceleyerek, bu mitlerin temelinde aynı derin yapının yattığını gösterir; ona göre, bunun nedeni mitlerin kolayca seyahat etmesi ya da bir kabilenin miti diğerinden ödünç alması değildir, asıl neden kültürle doğa, insanlarla tanrılar, ölümle yaşam arasındaki ilişkiler hakkında ortak endişelerin ve sorunların bulunmasıdır. Bu ortak endişeler, derin biçimde yapılanmış ortak ikili karşıtlıklar üretmektedirler ve bu yüzden üretilen mitlerin farklılıkları yüzeyseldir. Bu, görünüşteki başkalığın altında düzenleyici bir bütünlüğü arayan bir kuram ve yöntemdir.

Weekly World News gazetesinin birinci sayfası (levha 13) ilk bakışta birbirleriyle ilişkisiz haberlerin biraraya getirilişi gibi görünmektedir, ancak daha yakından bakıldığında bunların temelinde yatan derin bir yapı olduğu ortaya çıkmaktadır. Sayfadaki iki manşet haber bu yapıyı ortaya çıkarmamıza yardımcı olmaktadır.

Ruhun ve ölümden sonra yaşamın varlığının bilimsel olarak kanıtlandığını aktaran haber yapısal olarak Elvis tablosundaki gözyaşları haberine benzemektedir: her ikisi de ÖLÜM: YAŞAM arasındaki derin ikili karşıtlığı paylaşmaktadır ve daha kültüre-özgü, dolayısıyla daha az derin karşıtlıklar bu yapı içinde dönüştürülmektedir. Bunlar arasında bilim:din, akılcılık:akıldışılık, olağan:olağandışı, hristiyanlık: putperestlik ile doğal:doğüstü bulunmaktadır. Bu ilk çözümlemeden birkaç ilginç nokta ortaya çıkmaktadır. İlk olarak, bu karşıtlıklar başat toplumsal değerleri desteklemek için değil sorgulamak ve zayıflatmak için kullanılmaktadırlar. Akılcı ancak hristiyan bir toplumda bilimle din arasındaki ilişkiler zorunlu olarak tehlikelerle doludur ve toplum bu iki alanı mümkün olduğunca ayrı tutmaya çalışmaktadır; ancak bu ikisi birbiriyle karşı karşıya geldiğinde normalde bilime daha yüksek bir değer atfedilmektedir –örneğin, yaratılış-evrim tartışmasında ya da kişinin dinsel inanışının kan nakli veya tıbbi müdahale yaptırmasına izin vermediği durumlarda bilime öncelik tanınır. Ancak bu haberlerde, bilimin "doğru" olguları üretme gücünü aşan deneyimlere ve açıklamalara inanmamız istenmektedir – "doğruluk" elbette toplumsal bir inşadır ve üretimi ile dağıtımı toplumdaki iktidarın sürdürülmesinde merkezi bir konumdadır. Bilimsel doğrular dinsel doğrulardan "daha iyi" olmayabilirler, ancak daha geniş bir toplumsal kabule ve güce sahiptirler.

Bilim normalde, tıpkı tabloların ağlayabileceği olgusunu reddettiği gibi, ruhun varlığını kabullenmeyi de reddetmektedir. Bu haberler başat normlarla çelişmektedirler; bir tanesi bizi normal bilimin yanında değil de anormal bilimin (ve hristiyanlığın) yanında yer almaya davet etmektedir ve diğer haber de hristiyanlığa karşı putperest hurafeleri yanında yer almamızı öğütlemektedir. Biz her bir haberde resmi olmayan ya da daha az güçlü "bilginin" yanında yer alırız. (Bilimden daha az güçlü, ancak putperestlikten daha çok güçlü olan) Hristiyanlığın taraf değiştirmesi önemsizdir –daha çok ve daha az meşru doğrular arasındaki yapısal ilişki değişmeden kalmaktadır ve yapısalcılık açısından önemli olan da budur. Bir sistemdeki herhangi bir birim, ilişkilendirildiği diğer birimlere göre kendi yerini değiştirebilir, ancak bu yer değiştirme sistemin yapısını bozmaz. Böylece, hristiyanlık, konumunu (bilime göre) toplumsal olarak daha az güçlü olandan, (putperestliğe göre)

daha çok güçlü olana doğru değiştirebilir. Elvis'in tablosundaki gözyaşları haberi hıristiyanlığa aykırıdır,      hıristiyanlık bu tür mucizelerin yalnızca Tanrı'ya, İsa'ya ve azizlere mahsus olduğunu söylemektedir. Bu kategori pop yıldıızlarını içermemektedir.

Bir medyumun ırmağı geriye doğru akıtması ve atalarımız arasında uzaylıların da bulunduğu haberleri aynı ortak yapıyı paylaşmaktadırlar –normal:anormal, bilimsel açıklama:açıklanması mümkün olmayanlar. Nitekim, daha az açık olmasına karşın, karısını aldatan koca haberi de bu tür bir yapıyı paylaşmaktadır,      akılla bilim olasılık yasalarında cisimleşmektedir, oysa rastlantı ve şans açıklanması zor bir sistemin ürünüdür.

Gündelik yaşamdan alınmış iki haber (bir annenin kuzenini kurtarması ve bir kızın ölümüne yüzmesi) de ölüm ve yaşam konularıyla ilgilidir, ancak ruhsal düzeyde değil fiziksel düzeydedirler ve toplumdaki başat normlarla uyum içindedirler. Her iki haber de normal dışıdır. Elinde silah tutan annenin kuzenini  ocuk hırsızlarının elinden kurtarması, toplumsal erkek ve kadın, kamusal (ya da resmi) ve özel (ya da bireysel) normlarını tersine çevirmektedir. Annenin yaptığı iş normalde erkeklere ve polise ayrılmış bir görevdir; kadın iki kere g  s zleştirilmiştir (hem kadındır hem de özel bir bireydir), ancak toplumsal normlara karşın başanlı olur. Bu haber toplumsal normları tersine çevirerek sorgulamaktadır. Diğer haber ise, bu sorgulamayı toplumsal normları aşarak yapmaktadır. Spor toplumsal olarak teşvik edilir,      toplumsal açıdan arzu edilen değerleri ilerletmektedir. Bu haberde, (spordaki ya da işteki) gözüpek çaba normlarının ölüm noktasına varacak ölçüde aşılması bu normları sorgulamaya almaktadır. Haber bir kızın antren r n  memnun etmek için çok çabaladığını anlatmaktadır, bu patronu için çok çabalayan bir işçiyle paralellik göstermektedir. Aşırılık daima açtığı şeyin normalliğini sorgular. Bu birinci sayfa tümüyle aşırıldır, aşırılığı bizi hoşlanılır bir kuşkuculuğa davet etmektedir ve böylece "resmi" deneyimler ve açıklamalara duyduğumuz inançsızlık *Weekly Worl News* gazetesinde de kendini göstermektedir – bu haberlerin açığa çıkardığı toplumsal normlara duyduğumuz kuşku kadar haberlerin kendilerine de kuşkuyla bakarız.

Bu sayfa, böylece,  ağdaş Amerikadaki yoksullar ve güçsüzler için mitsel bir işlevi yerine getirmektedir. Sahip oldukları top-

How to tell if YOU are descended from a space alien

WEEKLY WORLD

NEWS

November 1, 1988

30687

65¢

**GUN-TOTING MOM
RESCUES NIECE
FROM KIDNAPPER**



Terminal patients were weighed before and after they died!

HUMAN SOUL WEIGHS 1/3,000TH OF AN OUNCE

'This proves there IS life after death,' say top scientists



**Painting of Elvis
weeps real tears!**

Psychic makes river run backwards

**Gutsy girl swims
herself to death!**

**Oops! Cheatin' hubby
tries to date his own
wife at a singles bar!**



lumsal normlar ve değerler bilim, akıl ve doğal gibi güçlü kavramlar içinde cisimleşmekte ve ikincil gruplara seslenen daha az meşru değerler tarafından zorlanmaktadırlar, çünkü bunlar ikincil grupların kendilerini ikincil konuma koyan toplumsal sistemi sorgulama yolları sağlamaktadırlar. Kişiyi ikincil konuma koyan bir toplumsal sistemle başetmenin bir yolu inansızlıktır. İnançsızlık, her şeyin ihtiyatla karşılandığı genel bir kuşkuculuktur. Öyleyse, bu sayfadaki çeşitli haberlerin temelinde yatan mitsel yapı şekil 23'teki gibi görünecektir.

Bu yapının siyasal ve toplumsal onemi, KÜLTÜR: DOğA, ÖLÜM:YAşAM ile daha özgül toplumsal ve kültürel yapılarıdaki derin evrensel karşıtlıkların arasındaki ilişkilerde yatmaktadır. Bu ilişki umulanın tersi bir ilişkidir, çünkü DOğA ve YAşAM gibi olumlu kavramlar zayıf ve gszlerle ilişkilendirilmektedir. Onları güçsüzleştiren toplumsal sistem, doğal olmayan ve yetersiz olarak gösterilmekte, onları küçük düşürücü değerler ise daha olumlu, daha doğru olarak sunulmaktadır, çünkü bu değerler toplumun bilimsel akıl adına reddettiğı doğaya daha yakındırlar.

Mit ve toplumsal değerler

Weekly World News gazetesini bu biçimde çözümlmek Lvi-Strauss'un fikirlerini, onun asla girmediğı bir alana itmektedir – yani, toplumsal ve sınıfsal farklılıklar alanına. Bunlar daha çok Barthes'ın mit kuramlarının ana eleridirler, ancak tekrar etmek gerekirse, bizim zmlmemiz Barthes'ın kapitalist toplumlardaki temel mit tanımlamasıyla çelişmektedir. Barthes'a göre, bu mitler birkaç istisna dışında başat sınıfların çıkarlarını ilerletmekte ve bu çıkarlara hizmet etmektedirler.

Barthes'ın ve Lvi-Strauss'un mit kuramları birçok açıdan birbirleriyle taban tabana zıttır. Lvi-Strauss'a göre mit, anlamları kullananlar tarafından bilinçli biçimde benimsenmemiş olsa bile mit olarak tanınan bir anlatıdır. Barthes'a göre mit, birbirleriyle bağlantılı kavramlar zinciridir: insanlar bu zincirin anlamlarının farkında olabilirler, ancak mitsel niteliğinden haberdar değillerdir. Mit, Barthes'a göre, kendi işleyişini gizler ve anlamlarını doğalmış gibi sunar; Lvi-Strauss'a göre işleyişi açıktır, gizli olan anlamlarıdır.

Barthes'a göre mit sınıf–temellidir: anlamları toplumsal açıdan

Bilim: Din
Akılcılık: Akıldışılık
Açıklanabilir: Açıklanamaz
Hristiyanlık: Putperestlik
Olağan: Mucizevi
Doğal: Doğaüstü
Fiziksel: Ruhsal
Olasılık: Rastlantı
(aşırı) Gayret: (normal) Çaba
Eril: Dişil
Kamu: Özel
Resmi görevli: Birey
Güçlü: Zayıf

Kültür/Toplum: Doğa
Ölüm: Yaşam

Şekil 23

başat olanlar tarafından ve onlar için inşa edilmiştir, ancak ikincil sınıflarca kendi çıkarlarına karşı olsa da kabul edilirler, çünkü doğallaştırılmışlardır. Lévi-Strauss miti tüm toplum ve nihai olarak da insan ırkı tarafından paylaşılan endişe ve sorunlarla başetme aracı olarak görür. Onun sınıf farklılığını görmekten gelmesi, sahip olduğu malzemeye, yani ilkel toplumun mitlerini araştırmasıyla açıklanabilir; Barthes ise geç yirminci yüzyıl kapitalist toplumun mitleriyle ilgilenir.

Her iki kuramcı da miti bir dil biçimi, anlamları toplumda yayma yolu olarak görür, ancak farklılıklar burada da ortaya çıkar. Barthes dili sınıf-egemen olarak görür – ona göre dilsel kaynaklar ekonomik kaynaklardan daha eşit biçimde dağıtılmamışlardır; ve o, söz (*parole*) kadar dil (*langue*) üzerinde de yoğunlaşır –çünkü bir sistemin soyut potansiyeli kadar dilin nasıl kullanıldığıyla da ilgilenir. Diğer yandan, Lévi-Strauss ise içinde dilin tüm düşüncelerimizi ve anlamları yapılandığı sistemlerle daha çok ilgilenir. O daha çok Saussure'u izler. Tarihi ve toplumsal özgüllüğü daha yüzeysel bulur ve sistemin tarihsel olmayan evrensel doğasından daha az önemli görür. Barthes bunu verili kabul eder ve vurgusu-

nu sistemin tarihsel ve toplumsal kullanımları üzerinde yapar. Lévi-Strauss argümanını insan beyninin yapısı üzerinde, Barthes ise kapitalist toplumların yapısı üzerinde temellendirir. Ancak hiç biri de doğrudan toplumsal cinsiyet ve ırksal farklılık politikalarıyla ilgilenmez.

Weekly World News gazetesinin çözümlemesi ikincil gruplarla ilgili miti açığa çıkarır ve böylece hem Lévi-Strauss'un hem de Barthes'in kuramlarının uygulama alanını genişletir. Aynı zamanda ikincillığın sınıfla olduğu kadar toplumsal cinsiyetle de bağlantılı olduğunu gösterir. Haberlerin ayrıntılarını okuduğumuzda bu bağlantı daha da güçlü hale gelir. Kadın yüzücüyü ölümüne yüzdüren antrenör bir erkekti; Elvis'in tablosundaki gözyaşlarını gören bir kadındı. Kapitalist toplumlar aynı zamanda ataeril toplumlardır: erkekler hem ekonomik iktidardan hem de toplumsal cinsiyet iktidarından yararlanmaktadırlar. Miti okumak toplumsal değerleri okumaktır, ancak bu değerler toplumun tüm üyelerine eşit biçimde hizmet etmezler. Böylece mitolog, ataeril kapitalist toplumlardaki iktidarın dağılımında anlamların oynadığı rolü ve iktidarın hem sınıf-temelli hem de cinsiyet-temelli doğasını araştırır.

Yapısalcılık bize tüm kültür ve iletişim sistemlerinin altında yatan derin yapıları araştırmamız gerektiğini öğretir. Aynı zamanda, kendi yaşamlarımızı düzenlemek ve anlamlandırmak için kullandığımız toplumsal ve kültürel sistemlerin rastlantısal ya da birbirlerinden bağımsız olmadıklarını, birbirlerine benzer olduklarını göstermemize olanak sağlar. (Ataeril kapitalizmin toplumsal sistemi, *The Searchers* filminin – yani western türünün– ve *Weekly World News* gazetesinin yapısına benzemektedir.) Böylece iletişimi (yani anlamın toplumsal olarak üretimini ve dağıtımını) toplumun merkezine yerleştirir. Dil, mitler ve simgesel sistemler yapısalcının ilgi odağıdır, çünkü bunlar bir toplumun kendisini düzenleme yoluna ve üyelerinin kendileriyle toplumsal deneyimlerini anlamlandırma yollarına ulaşmak için en değerli fırsatlar sunarlar.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. Bir Clint Eastwood western'ini ele alınız ve bu bölümdeki *The Searchers* çözümlemesine benzer bir biçimde yapısal olarak çözümleyiniz. Hangi ikili karşıtlıklar her iki filmde de vardır? Bunlardaki terimler

yerlerini değiştirdiler mi? İki yapı arasında yaptığınız karşılaştırma, John Wayne ve Clint Eastwood tarafından canlandırılan kahramanlar arasındaki farklılıkları açıklamaya yardımcı oluyor mu? Kottak'ın (1982) *The Wizard of Oz* (Oz Büyücüsü) ve *Star Wars* (Yıldız Savaşları) arasındaki yapısal karşılaştırmasını kullanışlı bir model olarak bulabilirsiniz.

2. *Seventeen* (levha 16) sayfasını, *Weekly World News*'un bu bölümdeki çözümlemesine benzer bir biçimde çözümleyiniz. İkisi arasında yapacağınız bir karşılaştırma, bunların okurları ve okurlarının toplumsal konuları konusunda neler söylemenizi sağlayacaktır.

3. Barthes'ın ve Lévi-Strauss'un mit kuramlarını karşılaştırınız. İki kuram birleştirilebilir mi, yoksa bunlar uzlaştınlamaz kuramlar mıdır? Çağdaş kültürden bir örnek alınız ve her bir kuramı bu örneği çözümlemek için uygulayınız.

4. Kültürel bir metin olarak popüler bir mekanı çözümlemek için yapısalcı yöntemleri kullanınız. Tipik mekanlar arasında bir plaj, bir kamp alanı, bir alışveriş merkezi ya da mağaza, ulusal bir anıt, bir park bulunabilir. Fiske, Hodge ve Turner (1987) ile Fiske (1989b) bazı yardımcı olacak örnekler sunmaktadırlar.

8. BÖLÜM

GÖRGÜL YÖNTEMLER

Temel göstergebilim kuramını ana hatlarıyla ortaya koyduk ve uygulanış biçimini gösterdik. Göstergebilim özünde iletişime kuramsal bir yaklaşımdır ve amacı, yaygın biçimde uygulanabilen ilkeler geliştirmektir. İletişimin nasıl işlediğiyle, dil ve kültür sistemleriyle, göstergebilimsel sistemin özellikle yapısal ilişkileriyle, kültür ve gerçeklikle ilgilenir.

Bu yüzden, aşırı kuramsal ve aşırı spekülatif olmakla eleştirilir ve göstergebilimcilerin de kuramlarını nesnel ve bilimsel bir biçimde kanıtlama çabasına girmedikleri ileri sürülür. Ayrıca, kuramları desteklemek için kullanılan bulguların oldukça seçmeci olması açısından da eleştirilmektedir. Eleştirmenler, altıncı bölümde ele aldığım örneklerin, yorumlamaya çalıştığım kuramlara ilişkin tipik olmayan örnekler oluşturduğunu ileri sürebilirler. Ve dahası, tartıştığım okumaların gerçekten yapıldığını nasıl bilebilirim? Kişisel özelliğimden ve bana özgü bir kod-açımından farklı bir şey önerdiğimden emin olabilir miyim?

Görgülcülük (empiricism)

Eleştirmenler göstergebilimin, üzerine kuramını yerleştirebilecek görgül olarak kanıtlanmış bir temele sahip olmadığını ileri sürecektir. Görgülcülüğün amaçları, dünya hakkındaki nesnel gerçekleri ve verileri toplamak ve bunları sınıflandırmak; bunları

açıklayacak varsayımlar oluşturmak; süreçteki insani ögeyi ya da yanlılığı mümkün olduğunca ortadan kaldırmak; ve verilerle varsayımların güvenilirliğini sınayacak, kanıtlayacak (ya da reddedecek) deneysel yöntemleri geliştirmektir.

Görgülcülük göstergebilimden temelde şu açılardan ayrılır:

- (a) tümevarımcı değil, tümdengelimcidir;
- (b) araştırma için evrensel, nesnel bir gerçekliğin mevcut olduğunu kabul eder.
- (c) insanların bu gerçekliği nesnel olarak araştırabilecek yöntemler geliştirebileceklerini kabul eder.
- (d) bu gerçekliği açıklamak amacıyla geliştirilen varsayımların kanıtlanabileceğini ya da reddedilebileceğini kabul eder.

Diğer bir deyişle, görgülcülük; batılı teknolojik materyalist toplumun temellendirildiği sağduyulu, bilim-temelli bir dünya tanımlamasına uygun düşmektedir. Burası, gerçekliği anlamada, tümevarımcı, görgül ve tümdengelimci kuramsal yöntemlerin göreceli değerlerini tartışmanın yeri değildir. Bu bölümde yapmak istediğim şey, son bir kaç bölümde göstergebilim anlatılırken değinilen alanlara bazı görgül yöntemlerle yaklaşma yollarını göstermektir. Bu yöntemlerden birincisi içerik çözümlemesidir.

İçerik çözümlemesi

İçerik çözümlemesi, iletilerin açık, aşıkâr içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır. Anlamlandırmanın düzansalsal düzeyini çözümler. En iyi verim geniş ölçekli çalışmalarda elde edilir: örneklem ne kadar büyükse, sonuç o kadar doğrudur. Bir iletişim sisteminden seçilen birimlerin belirlenmesi ve sayılması biçiminde uygulanır. Örneğin, bir dönemdeki tüm televizyon dramalarını izleyip, dramalarda görünen erkekleri ve kadınları sayarsam, erkeklerin kadınlardan en azından iki kat daha fazla yer aldıklarını bulurum. Bu bir içerik çözümlemesidir. Sayılacak birimler, araştırmacının incelemek istediği her şey olabilir: tek ölçüt bu birimlerin kolaylıkla tanımlanabilir olmaları ve istatistiksel çözümleme yöntemleri açısından geçerli olabilmeleri için yeterli sıklıkta metinde yer almalarıdır.

Sözcükler sık sık sayılırlar. Paisley (1967), Nixon ve Kennedy'nin 1960 seçimleri sırasındaki dört televizyon tartışmasında geçen bazı sözcükleri kaç kez kullandıklarını saymıştır. Adayların, "antlaşma", "saldırı" ve "savaş" sözcüklerini kullanmalarında ilginç farklılıklar ortaya çıkmıştır. Çizelge 2'deki veriler, Nixon'un tutumunun daha kavgacı, Kennedy'nin ise daha uzlaşmacı olduğuna ilişkin bazı bulgular sağlamaktadır.

İçerik çözümlemesi seçmeci olmamalıdır: tüm iletiyi, ileti sistemini ya da uygun biçimde oluşturulmuş bir örnekleme ele almalıdır. İçerik çözümlemesi, çalışmaya iletinin belli alanlarını dahil eden ve diğerlerini dışarıda bırakan metinsel çözümlemenin daha edebi biçimleriyle açık bir karşıtlık içerisindedir. İçerik çözümlemesi bilimsel bir nesnellik iddiasındadır.

Çizelge 2: Kennedy ve Nixon: sözcük sıklığı
Her ikibinbeşyüz sözcükte kullanım sıklığı

Sözcük	Kennedy	Nixon
Antlaşma	14	4
Saldırı	6	12
Savaş	12	18

Televizyonda kadın

Bu bizim, normalde iletileri aldığımız daha öznel ve seçmeci biçimlerin yararlı bir sınamasını oluşturacaktır. Örneğin, kadınların televizyonda haksız bir muamele gördüklerini *düşünebiliriz*. İçerik çözümlemesi bu düşünceyle ilgili bazı nesnel veriler elde etmemizi sağlayacaktır.

Seggar ve Wheeler (1973) Amerikan televizyonundaki kurmaca yapımlarda meslek stereotiplerini incelemiş ve kadınların meslek dağılımının erkeklerle göre çok daha dar olduğunu ortaya koymuşlardır (bakınız çizelge 3).

Çizelge 3: Irk ve cinsiyete göre Amerikan televizyonunda en sık yer verilen beş meslek

Erkek Meslekleri	%	Kadın Meslekleri	%
Siyahlar			
(Sayılan kişi: 95)		(Sayılan kişi: 20)	
Diplomat	18.9	Hemşire	30.0
Müzisyen	13.7	Tiyatrocu/Balerin	15.0
Polis	9.5	Müzisyen	5.0
Koruma	9.5	Diplomat	5.0
Asker	5.3	Avukat	5.0
		Sekreter	5.0
Toplam	56.9	Toplam	65.0
İngilizler			
(Sayılan kişi: 104)		(Sayılan kişi:17)	
Koruma	13.5	Hemşire	41.2
Müzisyen	11.5	Sekreter	11.8
Garson	7.7	Hizmetçi	5.9
Doktor	4.8	Diplomat	5.9
Asker	4.8	Oyuncu	5.9
Toplam	42.3	Toplam	70.7
Beyaz Amerikalılar			
(Sayılan kişi: 1112)		(Sayılan kişi: 260)	
Doktor	7.6	Sekreter	15.4
Polis	7.6	Hemşire	15.0
Müzisyen	4.8	Tiyatrocu/Balerin	8.1
Asker	4.6	Hizmetçi	6.5
Diplomat	4.5	Manken	5.0
Toplam	29.1	Toplam	50.0

Dominick ve Rauch (1972) aynı mesleksel stereotiplemenin reklamlarda da bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Yapılan işler farklıdır; aradaki benzerlik kadınların erkeklere göre meslekler açısından çok daha kısıtlı bir dağılım göstermeleridir (bakınız çizelge 4). Araştırmacılar ayrıca, reklamlardaki kadınların temelde eve-ait yaratıklar olduğuna işaret etmektedirler: kadınlar ev içinde, dışarıdakinin iki katı oranında görünmektedirler ve bu oran iş ortamıyla karşılaştırıldığında beş katına çıkmaktadır. Erkeklerin dış

Çizelge 4: *Televizyon reklamlarındaki erkek ve kadın meslekleri*

Kadın (Sayılan kişi: 230)	%	Erkek (Sayılan kişi: 155)	%
Ev kadını/ Anne	56	Koca / Baba	14
Hostes	8	Profesyonel atlet	12
Manken	7	Ünlü kişi	8
Ünlü kişi/şarkıcı/dansçı	5	İnşaat işçisi	7
Aşçı/hizmetçi	3	Satıcı	6
Sekreter/memur	3	İşadamı	6
		Pilot	6
		Suçlu	5
		Makinist	3
		Avukat	3
		Radio/TV muhabiri	3
Yüzde beşten daha az oranda yer verilen meslekler	18	Yüzde beşten daha az oranda yer verilen meslekler	27

mekanlarda görünme oranı yüzde 44 iken, kadınlarınsı sadece yüzde 19'dur.

Gerbner ve Gross (1976), televizyon dramalarında kadınların bir aileye sahip olmasının erkeklere oranla çok daha olası olduğunu ve aşk ya da cinsel konuların, kadınların birincil rolleri arasında yer aldığını bulmuşlardır. Örneğin şunları aktarmaktadırlar:

Başrol oyuncusu üç erkekten birisi ya evlidir ya da evlenmeye niyetlidir;

Başrol oyuncusu üç kadından ikisi ya evlidir ya da evlenmeye niyetlidir;

Beş erkekten birisi cinsel açıdan uygun yaş grubundadır; İki kadından birisi cinsel açıdan uygun yaş grubundadır.

İçerik çözümlemesi, ilginç bir biçimde, içerik kadar biçimi araştırmak için de kullanılabilir. Örneğin Welch ve arkadaşları (1979) erkek çocuk oyuncak reklamlarıyla kız çocuk oyuncak reklamlarının biçimini karşılaştırdılar. Erkek çocuklara yönelik reklamların daha fazla görüntüye yer verdikleri ve dolayısıyla otuz saniye içinde daha fazla çekim yer aldığı için daha "etkin" görüldüğünü bul-

dular. Ayrıca her karede bir etkin harekete yer verilme olasılığı daha yüksekti. Araştırmacılar, reklamların biçiminin bile toplumsallaşmaya katkıda bulunduğunu; erkek çocukların daha etkin tutumlar almaya yönlendirildiklerini, kız çocuklarının ise daha edilgin ve durağan tutumlara yönlendirildiklerini belirttiler.

Bu örneklerin gösterdiği şey, içerik çözümlemesine gösterilen ilginin çoğunun sayılacak birimin seçiminden kaynaklandığı ve bu sayımın bir karşılaştırmayı içerdiğidir.

Eğer toplumsal cinsiyet gösterimiyle ilgili içerik çözümlemesi üzerinde yoğunlaşmışsam, yalnızca bir örnek oluşturması içindir. Sayılacak birimlerin alanı hemen hemen sonsuzdur. Örneğin Dallas Smythe (1953), televizyondaki dramalarda çok yaşlılar (60 yaşın üstündekiler) ve gençlerin (20 yaşın altındakiler) yeterince temsil edilmediğini ortaya koydu. Beyaz-yakalıları (memurları) aşırı derecede yer verilmesine karşın işçiler daha az yer alıyorlardı. De Fleur'un (1964) yaptığı araştırma bu bulguları destekledi. Sidney Head (1954), televizyon dramalarındaki oyuncuların yüzde 68'inin erkek olduğunu ve bunların da yalnızca yüzde 15'inin alt sınıflardan olduğunu buldu. Yine Head, televizyon dünyasındaki suçları gerçek yaşamdaki suçlarla karşılaştırdı ve gerçek yaşamdaki suçların yalnızca yüzde 0.65'ini cinayetler oluştururken, bu oranın televizyon dünyasında yüzde 14'e ulaştığını ortaya koydu. Gerçek yaşamda tecavüz cinayetten daha yaygın iken, televizyon dünyasında bu suça neredeyse hiç yer verilmemişti. Gerbner (1970) de gerçek yaşamdaki suçlarla televizyondaki suçlar arasında bir farklılık olduğunu buldu: örneğin, televizyondaki şiddet genelde kazanç, iktidar ya da görev gereği olarak yabancılar arasında meydana gelirken, gerçek yaşamdaki şiddete genelde yakın arkadaşlar arasında, kızgınlık, sinirlenme veya öç almak amacıyla başvuruluyordu.

*Grevler ve medya (kitle iletişim araçları)**

Glasgow Media Group (1976, 1980) endüstriyel konulardaki medya haberlerini çözümledi. Grubun ilginç bulgularından birisi,

*Bu bölümde, kitle iletişim araçları yerine gündelik dildeki kullanımı daha yaygın olan medya sözcüğünü tercih ettik. (ç.n.).

otomobil endüstrisi, ulaşım ve kamu kurumlarındaki grevlere, mühendislik alanındaki grevlerden orantısız olarak daha fazla yer verilmesiydi (bakınız çizelge 5).

Bu rakamlar üzerinde yorum yapmadan önce basit ve açık bir nedeni araştırmak zorundayız. Bu tür haber verme biçimi gerçek yaşamın basit bir yansıması mıdır, diğer bir deyişle, medyada daha çok yer verilen sektörlerdeki grevler diğer sektörlerden daha fazla mıdır? Çizelge 6 bunun böyle olmadığını gösteriyor. Çizelge yalnızca ana anlaşmazlıklardaki rakamları vermektedir. Glasgow Media Group, iş durdurmalarla ilgili rakamların, toplam işgünü kayıplarının ve eylemlere katılan işçi sayılarının üç endüstrideki aynı orantısız yoğunlaşmayı açığa vurduğunu bulur.

Çizelge 5: Endüstri sektöründeki grevlerin televizyonda yer alma oranları (Ocak- Mayıs 1975)

Endüstriyel sektör	Haber yapılan grevlerin oranı %
Otomobil	28.0
Ulaşım	27.0
Kamu kurumları	22.2
Toplam	77.2
Mühendislik	5.3
Toplam grev sayısı: 805	

Çizelge 7, farklı bir yaklaşımı ele almaktadır. Bu çizelge, Çalışma Bakanlığı'nın istatistiklerini Basın Ajansı (*Press Association*) haberleri (yani, basın ve yayıncılık için hazırlanan haberler) ve gazetelerle televizyonlarda yayınlanan haberlerle karşılaştırmaktadır. Yapılan içerik çözümlemesi, medyadaki çarpıtmayı gözler önüne sermektedir. Önem sıralamaları aynı olmasına karşın, televizyon haberleri basına göre daha büyük bir orantısızlık göstermektedir. İçerik çözümlemesinin yapamadığı şey, niçin sorusuna yanıt verebilmemize yardımcı olamamasıdır. Bu çözümleme, rakamların İngiliz halkının otomobillerle ya da yerel yönetimlerle girdiği çok yakın aşk-nefret ilişkisini yansıtır yansıtmadığı konu-

sunda bir şey söyleyemez. Ya da medya yayın yönetmenlerinin bu ilişkiyle ilgili inançlarını yansıtır yansıtmadığını göstermez. Bazı alanları "haber" oluşturmada diğerlerine göre daha avantajlı gören gazetecilik geleneğine sıkı sıkıya bağlılığı yansıtır yansıtmadığını da söyleyemez.

Çizelge 6: *Temel grevler ve televizyon haberlerinin karşılaştırılması*

Endüstri	Çalışma Bakanlığı'nda kayıtlı grev sayısı	Televizyon haber bültenlerinde yer verilen grev sayısı
Mühendislik	6	1
Gemi yapımı	1	—
Otomobil	7	5
Diğer imalat sektörleri	1	—
Ulaşım ve iletişim	2	2
Çeşitli sektörler	1	1
Kamu kurumları	2	2
Toplam	20	11

Televizyonda futbol

Dramalar, haberler ve güncel olay programları açıkça sayılabilir birimlerden oluşmaktadır. Televizyonda gösterilen futbol bu yöntemle çözümlenebilir görünmemektedir, ancak Charles Barr (1975) Batı Almanya'nın 1974 Dünya Kupası'nda yaptığı yayınları BBC'deki 'Match of the Day' (Günün Karşılaşmaları) ile karşılaştırırken ilginç sonuçlar ortaya koymuştur. Saymak için seçtiği birim, temel olarak uygulanan daha geniş çekimlerin içine yakın çekimlerin hangi sıklıkta sokulduğuydu. Elli yakın çekimin kaydedilebilmesi için geçen süre şöyleydi:

Batı Alman Televizyonu	12 dakika 45 saniye
BBC "Match of the Day"	6 dakika 57 saniye

Çizelge 7: Belirli ekonomik sektörlerle ilgili basın ve televizyon haberleri

Sektör	Çalışma Bakanlığı		Çalışma Bakanlığı		Basın Ajansı		Basın		TV	
	Kayıp işgünü		Katılan işçi sayısı		Uyuşmazlık hab.		Uyuşmazlık hab.		Uyuşmazlık hab.	
	Sıralama	%	Sıralama	%	Sıralama	%	Sıralama	%	Sıralama	%
Ocak										
Otomobil	3	10.1	2	18.76	2	27	1	33.4	1	41.5
Ulaşım	5	7.8	1	24.70	3	11	3	21.5	3	7.5
Kamu	6	6.5	7	3.00	1	29	2	17.0	2	24.1
Şubat										
Otomobil	1	18.4	1	23.10	3	17.3	3	16.4	2	19.3
Kamu	3	15.1	7	5.70	2	37.3	2	17.6	3	13.4
Ulaşım	5	7.0	3	11.50	1	4.0	1	51.0	1	60.5

Aradaki farklılığa, "Match of the Day" programının maçlardaki önemli anlara yer veren özetlerden oluşması neden olmuş olabilir. Önemli anlar doğal olarak yakın çekimlerle verilmektedir. Bu varsayım, orta alanda oynanan daha sakin oyunun geniş çekimlerle verildiğini, buna karşılık kale ağzındaki mücadelelerin, serbest vuruşların, tartışmaların, köşe atışlarının yakın çekimlerle gösterildiğini söylemektedir. Barr, bu varsayımı sınamak için yakın çekimlerde gösterilenlerin içerik çözümlemesini yapmıştır. Araştırmaya, Batı Alman televizyonundaki üç karşılaşmadan ve iki "Match of the Day" programından yirmibeşer yakın çekim dahil eder ve yakın çekimlerin top oyunda iken mi yoksa dışarıda iken mi yapıldığını bulmak ister. Sonuçlar Çizelge 8'de verilmiştir.

Daha ayrıntılı çözümleme, aradaki farkın daha belirgin olduğunu göstermiştir. Batı Alman televizyonundaki bir karşılaşmada, topun oyunda olduğunu gösteren dokuz ardışık yakın çekimden birisi boş alanda topla koşan bir futbolcuyu, beşi topu tutan kaleciyi, birisi şutu kurtarılan futbolcuyu, birisi oyun alanı dışına çıkarmakta olan topu kurtarmaya çalışan bir futbolcuyu ve sonuncusu da faul yapılan bir oyuncuyu göstermiştir. Bununla karşılaştırıldığında, İngiliz televizyonunun yakın çekimlerinin büyük çoğunluğu boş alanda top sürdüren futbolcuları göstermiştir.

Çizelge 8: Televizyondaki futbol karşılaşmalarında yakın çekim kullanımları

	Yakın çekimlerin kullanıldığı an		
	Top oyunda	Top oyun dışında	
Batı Alman Televizyonu	7	18	} toplam 25'er çekimde
BBC 'Match of the Day'	16.5	8.5	

Çoğu içerik çözümlemesinin temel sorunu, birisini "ne olmuş yani" sorusuyla başbaşa bırakmasıdır. Burada sözü edilen farklılıklar önemli midir ve eğer önemliyse hangi açıdan önemlidir? İngiliz izleyiciler belki de futbol konusunda daha az uzmandırlar ve bu yüzden kurgulama ve kamera çalışmalarıyla futbolun daha coşku-

lu hale getirilmesi gerekmektedir. Barr, "Match of the Day" programının yapımcısı Alec Weekes'in "tekrar gösterimlerine ve diğer uzman çekimlere ne demeli? Bunlar gerçekten de anneler ve kızlarımız içindir. Taraftarlar tek kamera çekiminden bile tatmin olacaklardır" dediğini belirtir. Yakın çekimler yıldız oyuncular, kişisel beceriler ve oyuncular arasındaki ikili mücadeleler üzerinde yoğunlaşır. Uzak çekimler takım oyununu, topun peşinde sürdürülen daha az coşkulu ancak daha becerikli mücadeleleri ve daha uzmanlaşmış taktiksel yer tutmaları gösterir. Yüksek transfer ücretleri, büyük oyunculara basın ve televizyonun gösterdiği ilgi ve televizyonun futbolu sunum biçimleri; futbolun, merkezinde yıldızların yer aldığı bir gösteri sanatı olduğunun işaretleri midir? Almanya, futbolu taktiğe dayalı bir takım oyunu olarak mı görmektedir? İçerik çözümlemesi bu tür spekülative ve geniş ölçekli sorulara asla yanıt veremez ama, en azından, tartışmayı bir temele oturtabilmemiz için bazı veriler sağlayabilir.

Gerbner, içerik ve kültür

İçerik çözümlemesinin bu gibi kültürel konulara daha derinlemesine nasıl ışık tutabileceğine ilişkin en gelişkin kuramı üreten kişi George Gerbner'dir. Gerbner bir kültürün tüm medya çıktıları aracılığıyla kendisiyle iletişim içine girdiğine ve bu iletişimin bir kültürdeki değerler üzerinde geniş bir oydaşmayı sağladığına ya da değiştirdiğine inanır. Ona göre, içerik çözümlemesinin güçlü olmasının nedeni, bireylerin iletilerle ilgili seçmeci deneyimleri yerine tüm ileti sistemini çözümlemesidir. Bir bütün olarak kültürün kullanımına sunulan "kitleselliktir" ve içerik çözümlemesinin başdebileceği de budur. Gerbner, medyanın önemli özelliklerinin bireysel televizyon programlarında değil, tüm çıktılar altında yatan modellerde olduğunu düşünür. Bu modeller izleyici tarafından yavaş yavaş emilmektedir ve izleyici bunların farkına bile varmamaktadır. Gerbner'in çözümlemeleri bu modelleri açığa çıkarmayı amaçlamıştır. Onun çoğu çalışması televizyonda şiddet gösterimi üzerinedir.

Öldürenler: Öldürülenler. Televizyondaki şiddetin miktarı oldukça iyi belgelenmiştir. Gerbner (1970) Amerikan televizyonun-

daki her on yapımdan sekizinin şiddet içerdiğini aktarır; on baş rol oyuncusundan beşi şiddete başvurmuş; altısı şiddete maruz kalmış ve acı çekmiştir. Haftada dört yüz kişi öldürülmüştür. Ancak Gerbner'in önemli modelleri, saldırganlarla kurbanların kimler olduğunu çözümlemeye başladığında ortaya çıkmaya başlar: bir model onun öldürenler: öldürülenler oranı ile ortaya çıkmaktadır. Öldürme, şiddetin en aşırı ve en etkili biçimidir ve kahramanlarla canileri ayırt etmede oldukça önemlidir; ve öldüren insanlarla öldürülen insanların kimler olduğunun ortaya çıkarılması, bize belli bir toplumdaki toplumsal değerler hakkında yeterli bilgi verebilir. Örneğin, karşılaştırmalı olarak yaşamının en dinç devresinde (yani 18 ile 30 yaş arasında) beyaz, orta sınıf erkeğin öldürülmesi oldukça nadirdir, oysa aynı kişinin karşılaştırmalı olarak katil olması daha yaygındır. Gerbner bunu toplumsal değerlerin doğrudan bir yansıması olarak görür: biz orta sınıfı, beyaz olmayı ve gençliği oldukça değerli buluruz. Gerbner'in elde ettiği veriler çizelge 9'da gösterilmiştir. Gerbner, televizyondaki şiddetin toplumdaki güç kullanımı ve etkilemenin dramatik bir sergilemesi olduğu biçimdeki sonucunu bu ve benzeri verilere dayandırır.

Çizelge 9: Amerikan televizyonunda yaş, sınıf ve ırk açısından öldürenlerin öldürülenlere oranları

	Öldürenler	Öldürülenler
Yaş		
Genç	5	1
Orta yaşlı	2	1
Yaşlı	1	1
Sınıf		
Üst	1	1
Orta	3	1
Alt	1	1
İrk		
Beyaz Amerikalı	4	1
Beyaz yabancı	3	2
Beyaz olmayan	1	1

Kahramanlar genelde en yüksek değer atfedilen toplumsal gruplardan çıkmaktadır ve yine aynı gruplardan çıkan saldırganlar da en başarılı olanlardır. Buna karşın, en az değer atfedilen gruplar kurbanları sağlamaktadırlar. Genel olarak medya çıktılarındaki bu tür geniş ölçekli modelleri ortaya çıkarabilmenin tek yöntemi içerik çözümlemesidir.

İçerik çözümlemesi ve kültürel değerler

İçerik çözümlemesi özünde iletişimin düzanlamsal düzeyi ile ilgilenirken, bu düzey içerisindeki değerlerin ve tutumların ifade ediliş sıklıklarını ve bunlarla ilgili modelleri de ortaya çıkarabilir ve çıkarmaktadır da. İçerik çözümlemesi yapan ilk araştırmacılar sonuçlarını bu düzanlamsal düzeyle sınırladıkları için, Gerbner, Dominick ve Rauch, ya da Seggar ve Wheeler gibi araştırmacıların daha ilginç, ama belki de daha spekülatif sonuçlarını yakalayamamışlardır. Biz, düzanlamsal düzeydeki içerik çözümlemesini toplumsal değerlerin yananamlarına ilişkilendirerek bazı genel yasalar ortaya koyabiliriz: erkeklerin, beyaz-yakalı mesleklerin, belli yaş gruplarının ve ırkların aşın temsiliyeti, gösterim sıklığının değer sisteminde önemli bir konum işgal ettiği sonucuna yol açmaktadır. Ya da, şiddet içeren ilişkilerin yapısında bir karakterin konumu, onun gerçek yaşamdaki toplumsal grubunun merkeziliği ya da sapkınılığını nitelemektedir. Televizyonda kurban olarak gösterilme, gerçek yaşamda düşük statüde olmanın bir eğretilemesidir (Yananlamla eğretilemenin işleyişinde ne gibi benzerlikler olduğunu anımsayınız).

Anlamsal ayrıştırma (semantic differential)

Anlamın okurla ileti arasındaki dinamik bir etkileşim olduğunu savunmuştuk. Bir okur toplumsal-kültürel deneyimleriyle oluşur ve bu yüzden iletiyle kültürün etkileştiği bir kanal görevi görür. Bu anlamdır. Böylece içerik çözümlemesi tüm ileti sistemine odaklanmakla, bizim anlam olarak nitelediğimiz bu etkileşim için uygun veri sağlayabilir. Bu noktada bizim okuru da araştırmamız gerekmektedir.

Bunu yapmanın bir yolu, *anlamsal ayrıştırma* olarak bilinen

yöntemdir. İnsanların belli kavramlara karşı duygularını, tutumlarını ya da düşüncelerini araştırma yöntemi olarak Charles Osgood (1967) tarafından geliştirilmiştir. Eğer bu duyguların, tutumların ve düşüncelerin büyük oranda kişinin toplumsal-kültürel deneyimlerinden kaynaklandığını varsayarsak, Osgood'un, Barthes tarafından "yananlamlar" olarak nitelenen şeyi ölçmeye çalıştığını görürüz. Yöntem oldukça basittir; üç aşamadan oluşur:

1. Araştırılacak değerleri belirlemek ve bunları beşli ya da yedili ölçek üzerinde ikili karşıtlık kavramları olarak ifade etmek. Genelde sekiz ile onbeş arasında değer yeterli olacaktır.
2. Bunları bir örneklem'e, ya da seçilmiş gruplara uygulamak ve her bir ölçekteki yanıtları kaydetmek.
3. Sonuçların ortalamalarını almak.

Kamera açısının anlamı

Örneklendirme, bir şeyi açıklamanın en iyi yoludur. Baggailey ve Duck (1976) kameraya doğrudan bakan bir televizyon sunucusu ile üç-çeyrek profilden bakan sunucu arasında anlam açısından bir farklılık olup olmadığını sınamak istediler. Aynı sunucunun eşanlı iki video kaydını yaptılar, birinde doğrudan kameraya bakıyordu, diğerinde aynı uzaklıkta üç-çeyrek profilden görünüyordu. İki kayıt arasındaki tek fark kamera açısının farklı oluşuydu.

Birinci aşamada, sınamak için ondört değer belirlendiler (bakınız şekil 24). Değerleri oluşturma en doğru yolu, bir ön çalışmada video kaseti bir gruba izlettirmek ve onların serbestçe yaptıkları tartışmaları, öznel yanıtları kaydetmektir. Araştırmacı bu tartışmayı belli yönlerle doğru yönlendirebilir, ancak müdahale etmemeli ya da kendi yanlılığını ortaya koymamalıdır. Tartışma kaydedilir ve ardından en çok kullanılan sıfatları ya da değer ifadelerini bulmak için çözümlenir. Bunlar, kullanılacak olan değer ölçeklerinin temelini oluşturur. Baggailey ve Duck ikinci aşamada her bir video kaseti birbirine benzeyen ama farklı iki gruba gösterdiler ve yanıtlarını ölçekler üzerinde işaretlemelerini istediler. İzleyiciler ne farklı bir video kasetin ve diğer grubun varlığından haberdardılar ne de izledikleri kasetin önemli boyutunun ne olduğunu biliyorlardı. Üçüncü aşamada, verilen yanıtların ortalamaları alındı ve şekil 24'deki gibi gösterildi.

İzleyici grupları yalnızca onikişer kişiden oluşuyordu. Bu yüzden sadece büyük farklılıkları göz önüne alabiliriz. Sunucunun profilden gösterilmesi ona daha çok uzmanlık, güvenilirlik ve içtenlik atfedilmesine yol açmakta ve onun daha insancıl, adil, doğrucu, hoşgörülü, duygusal ve sakin görünmesini sağlamaktadır. Televizyon sunucularının ve politikacıların konuşurken kameraya doğrudan bakmayı sevdiklerini göz önünde tutarsak, bu ilginç bir sonuçtur. Baggaley ve Duck'un yaptıkları, değiştirme testinin gör-gül bir biçimini fiili olarak ortaya koymak olmuştur. Onlar dizimdeki birimleri değiştirmişler ve anlamdaki farklılıkları sınamışlardır.

	1	2	3	4	5	6	7
Acımasız				+---o			İnsancıl
Dürüst			o---+				Sahtekar
Özensiz			+---o				Titiz
Uzman				o-----+			Deneyimsiz
Yanlı		+o					Yansız
Zayıf				+o			Güçlü
Hoşgörüsüz			+---o				Hoşgörülü
Dikkatli				+o			Aceleci
Duygusuz			+---o				Duygusal
Sezgici			+o				Akılcı
Sakin			o---+				Sinirli
Doğrucu		o---+					Kaçamak davranan
Güvenilmez				+---o			Güvenilir
İçten		o-----+					İki yüzlü

Şekil 24: Televizyon sunucusu için verilen yanıtların ortalamaları. (+) kameraya doğrudan konuşurken; (o) kameraya profilden konuşurken.

Bu çalışma bizim kodlar ve uzlaşımlar hakkında daha ileri bazı ilginç çıkarımlar yapmamıza da olanak vermektedir. Bir sunucunun profilden gösterimi onun daha içten, daha doğrucu, daha uzman görünmesine yol açmakta ve yananlamsal değerleri daha iyi bir düzenleme içinde sunmaktadır. Bu ilginç gelebilir, çünkü

gerçek yaşam kodları içinde dinleyiciye doğrudan seslenme genellikle içtenliği, doğruculuğu ve uzmanlığı nitelemektedir. Öyleyse gerçek yaşam kodlarıyla televizyon kodları arasında ilginç bir farklılık söz konusudur ve bu farklılığın vurgulanması gerekmektedir, çünkü televizyonun gerçek yaşama benzerliği televizyon kodlarıyla gerçek yaşam kodlarının aynı olduğu yanlış sonucuna kolaylıkla yol açabilmektedir. Bunlar aynı değildir: biz televizyonda gösterilen olaylara gerçek yaşamdaki olaylara gösterdiğimiz gibi bir tepki göstermeyiz.

Televizyon kodları uzlaşımlar ve kullanımlar aracılığıyla geliştirilmişlerdir. Kameraya doğrudan konuşanlar hemen her zaman medya profesyonelleridir, bir metni okurlar, yani başka insanların sözcüklerini konuşurlar. Profilden gösterilenler ise çoğunlukla görüşme yapılan uzmanlardır, olayı gören görgü tanıklarıdır. Bunlar kendi sözcükleriyle konuşan dürüst bilirkişilerdir, kameraya değil, muhabire konuşurlar: eğer bunlar doğrudan kameraya konuşurlarsa inandırıcılıklarını yitirirler.

Bu örnek, televizyon uzlaşımlarının gerçek yaşam uzlaşımlarından nasıl farklılaştığını ve bu farklılıkların nasıl farklı kodlar ürettiğini açıkça göstermektedir. Bu kodlar yananlam kodlarıdır, gösterenin biçiminden kaynaklanırlar (gösteren, kamera açısının değişmesiyle değiştirilmiştir). Düzanlın her bir video kaset için aynıdır. Anlamsal ayrıştırmayı kullanarak, önemli ölçüde farklı kamera açılan paradigması inşa etmek olasıdır. Muhtemelen dört farklı kamera açısı söz konusudur: doğrudan çekim, üç-çeyrek çekimi, yandan çekim, arkadan çekim. Eğer bu farklılıklar önemliyse, bu önemi izleyiciler arasındaki uzlaşımlar ve kullanımlar aracılığıyla üretilen bir anlaşma sayesinde kazanmışlardır.

Aynadaki görülüm

Kuramsal okumaları görgül verilerle sınamada anlamsal ayrıştırma yöntemini kullanmanın bir başka örneği, öğrencilerimden Jennifer Farish'in gerçekleştirdiği bir araştırma tarafından sağlanmıştır. Farish, birinci bölümde yer alan 1a ve 1b levhalarının farklı okumaları hakkında yapılan tahminleri sınamak istemiştir. Levha 1a'yı 25 kişiye, levha 1b'yi de farklı 25 kişiye göstermiştir. Her bir deneğe şekil 25'de gösterilen anlamsal ayrıştırma ölçeğine tepkile-

rini kaydetmelerini istemiştir. O ayrıca her öznenin levhayı görmeden önce polise karşı tutumunu da sormuş ve levha 1a ile levha 1b'yi görenlerin polise karşı tutumlarında bir farklılık olmadığını bulmuştur. Anketin sonuçları şekil 25'de özetlenmiştir.

Lütfen levhada gösterilen polis davranışına tepkilerinizi belirtiniz. (4 daima yansızlığı ifade eder. 4'ün soluna doğru gittikçe soldaki değerleri; 4'ün sağına gittikçe de sağdaki değerleri benimsediğinizi belirtmiş olacaksınız).

	1	2	3	4	5	6	7
Rasyonel				+---o			İrrasyonel
Normal				+o			Olağan dışı
Adaletli				+o			Adaletsiz
Savunmacı				+---o			Saldırgan
Etkili		+-----		o			Etkisiz
Mantıklı					+o		İçgüdüsel
Zeki			+-----	o			Akılsız
Kurbanlar			+-----	o			Saldırganlar
Yansız			+-----	o			Yanlı
İnsancıl				+o			Acımasız
Hoş			+o				Tatsız
Sıcak					+-----	o	Soğuk
Güçlü			+o				Zayıf
Uzman				+o			Deneyimsiz
Atılgan		+-----	o				Çekingen
Sakin					+o		Gergin

Şekil 25: Levha 1b'yi (+) ve yalnızca levha 1a'daki fotoğrafı görenlerin (o) ortalama tepkileri.

Her zamanki gibi, genel sonuçlar bizim tahmin ettiğimiz doğrultuda çıktıysa da anlamsal ayrıştırma bazı sürprizler ortaya çıkardı. Levha 1b'ye gösterilen ortalama tepki, levha 1a'ya gösterilen tepkiye göre daha soldaydı. Levha 1b polisi özellikle daha etkili ve daha atılgan gösteriyordu. Bizim öngördüğümüz gibi, polisin daha

az yanlı görünmesini de sağlamıştı (ancak bu farklılık adaletli/adaletsiz ölçeğinde ortaya çıkmamıştı); benzer biçimde, 1b'de polisler daha rasyonel, daha zeki ve ilginç biçimde daha az soğuk görünüyorlardı.

Ancak, ortalama tekniğinin göstermeyi başaramadığı şey ortalama sonuca nasıl ulaşıldığıydı. Örneğin, Mantıklı / İçgüdüsel ve Sakin / Gergin ölçeklerine verilen yanıtlar yüksek düzeyde bir görüş birliğini gösterirken, Adaletli / Adaletsiz ve Hoş / Tatsız ölçeklerine verilen yanıtların ortalamaları geniş ölçüde farklılaşan tepkileri gizlemişlerdir. Bu farklı tepki modellerini açıklayabilmek için daha fazla çalışmaya gereksinim duymaktayız: örneğin, Adaletli / Adaletsiz ölçeğinde *kimlerin* 1 ya da 7 puan verdiklerini bulmak zorundayız. Belki de toplumsal sınıf, ırk, cinsiyet ya da siyasi kanaat gibi etmenler insanların yanıtlarını belirlemede önemli etmenlerdir.

Biz ayrıca, bazı ölçeklerin yanıtlarda büyük bir farklılaşma yaratırken diğerlerinin daha türdeş sonuçlar üretmesi gerçeğinin altında yatan nedenleri de araştırmak zorundayız. Belki de büyük ölçüde farklılaşan yanıtlar, izleyicilerin halihazırda güçlü fikirlere sahip oldukları ölçeklerde ortaya çıkmaktadır: "okumalar" izleyici sayısı kadar farklılaşmaktadır ve metnin izleyiciler üzerindeki karşılaştırmalı etkisi oldukça azdır. Tam tersine, türdeş yanıtlar izleyicilerin daha az güçlü biçimde sahip oldukları görüşlerin barındığı ölçeklerde ortaya çıkmış olabilirler ve sonuçta metin, yanıtı belirlemede önemli bir etki yapmış olabilir. Metin ile okur arasındaki müzakere ilk olarak okur tarafından ve ikinci olarak da metin tarafından belirlenen bir anlam üretmektedir.

Sonuçta bu araştırma, ön sayfadaki özgün fotoğrafın polisin uzlaşım sal görüntüsüyle uyumlu olduğunu ortaya koymuş ve polise ilgili düşüncelerin daha iyi açığa çıkmasını sağlamıştır: başat mitin daha kolaylıkla harekete geçmesini sağlamıştır; uzlaşım sal görüşü *tekrarlamıştır*. Bu, medyaya özgü bir şeydir. Ayrıca, *Daily Mirror* gazetesinin mi yoksa izleyicilerin mi gerçekliği yansıttığı konusunda bizim kafa yormamıza neden olmuştur.

Kabramanlar, caniler ve kurbanlar

Gerbner (1970) anlamsal ayrıştırmayı içerik çözümlemesiyle

birleştirir. Öldürenler:öldürülenler ilişkisi içinde toplumsal gruplanmaları belirledikten sonra izleyicilerin üç karakter sınıflamasındaki kişilikleri nasıl gördüklerini araştırdı:

1. Öldürenler, mutlu son (bunlar sonunda kazananlar, yani kahramanlardır).
2. Öldürenler, mutsuz son (yani, caniler).
3. Öldürülenler (kurbanlar).

Gerbner'in bulguları çizelge 26'da gösterilmektedir. Bu bulgulara göre, kahramanlarla caniler arasındaki tek önemli farklılık kahramanların daha çekici ve daha becerikli olmasıdır. Beceriklilik belki de bizim rekabetçi, Darwinci toplumda yaşadığımız gerçeğini yansıtmaktadır. Bu dünyada yalnızca en uygunu hayatta ka-



Şekil 26: 'Öldürenler' ve 'Öldürülenler'in kişilik profilleri.

labilmektedir ve beceriklilik başarının kaçınılmaz anahtarı olmaktadır. Rekabetçi toplumda beceriksizlik sapkın olandır ve bu yüzden doğal olarak canilikle bağıntılandırılmaktadır.

Yetiştirme (cultivation)

Gerbner görgül iletişim çalışmasını diğer araştırmacılar daha ileriye taşımıştır. Çünkü o, medya sisteminin içinde büyüdüğü ve seslendiği kültürle nasıl ilişkilendirildiğine ilişkin kuramın temelini oluşturmak için içerik çözümlemesi ve izleyici araştırmalarından elde edilen verileri kullanmaktadır. Gerbner bu ilişkiyi "yetiştirme" olarak adlandırır; yani medya bir kültürdeki tutumları ve değerleri yetiştirir. Medya bu değerleri yaratmaz –değerler önceden varolmak zorundadır; ancak bu değerleri besler, yayar ve kendi değerlerini sürdürmesi, üyeleri arasında yayması ve böylece üyelerini herkesin paylaştığı bir oйдаşıma, bir öznelarasılık etrafında tutabilmesi için kültüre yardımcı olur. İçerik çözümlemesi bir kültürün tüm ileti sistemi içerisinde gömülü olan değerleri açığa çıkarır; anlamsal ayrıştırma yöntemi ise bu değerlerin okurda gerçekten yerleşip yerleşmediğini ortaya koyabilir.

Kullanımlar ve doyumlar kuramı

İzleyicilerle ve özellikle de medya izleyicileriyle ilgili sayısız görgül araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların büyük bir kısmı medyada sergilenen şiddetin etkileri üzerinde yoğunlaşmıştır. Psikologlar laboratuvar deneyleri yapmışlar, toplum bilimciler geniş ölçekli alan araştırmaları gerçekleştirmişlerdir. Bu tür çalışmalar bu kitabın kapsamı dışındadır. Ancak okurlara *kullanımlar ve doyumlar* yaklaşımı olarak bilinen başka bir yöntemi tanıtmak istiyorum. Bu yaklaşımın temelinde, izleyicilerin medyadan gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimler dizgesine sahip oldukları inancı yatmaktadır. Elbette, gereksinimleri gidermek için tatile çıkmak, spor yapmak, hobiler ve çalışmak gibi başka yollar da vardır. Her ne kadar, kişisel gereksinimlerimizi ve isteklerimizi gidermek için toplumsal ilişkileri kullandığımızı öne süren yüz yüze iletişim kuramlarıyla son derece uyumluysa da kitle iletişim sürecini açıklamak için geliştirilmiş bir kuramdır. Bu iletişim modeli izleyicinin

en azından gönderici kadar etkin olduğunu varsayar. Aynı zamanda, iletinin göndericinin niyet ettiği şey değil izleyicinin verdiği anlam olduğunu ima eder ve bu yüzden göstergebilimsel yöntemle bazı benzerlikler gösterir.

Yarışma programlarının kullanımı

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının bildik yöntemi televizyon izleyicilerine belli tür bir programı izleme nedenlerinin sorulduğu sormacadır. Bu tür bir yaklaşımla izleme nedenlerinin nasıl ortaya konduğuna McQuail, Blumler ve Brown'un (1972) bir çalışması örnek olarak gösterilebilir. Televizyon izleyicileri ile ilgili olan bu çalışmada araştırmacılar, televizyonlardaki yarışma programlarını genelde benzer biçimde "kullanan" gruplar olduğunu ortaya koymuşlardır. Çizelge 10 bu bulguları özetlemektedir. İzleyicilerin çoğunluğu yarışma programlarını dört temel doyum için kullanmaktadırlar: kendini takdir etme, toplumsal etkileşim, heyecan ve eğitim. Araştırmayı daha da derinleştiren McQuail ve arkadaşları, yarışma programlarını kendini takdir etmek amacıyla kullananların çoğunluğunun belediye lojmanlarında yaşadıklarını ve işçi sınıfının üyeleri olduklarını keşfettiler. Bu insanların kendilerine, toplumsal yaşamın vermediği bir kişisel statü vermek amacıyla medyayı kullandıklarını ileri sürebiliriz. Bu, medyanın toplumsal yaşamın karşılayamadığı gereksinimleri gidermeye *telafi edici* kullanımının açık bir örneğini oluşturmaktadır. Programları toplumsal etkileşime temel oluşturmak amacıyla kullananlar, şaşırtıcı olmayan şekilde, komşuları arasında birçok arkadaşı olduğunu belirten ve oldukça girişken kimselerdir. Bunlar medyayı sohbet konuları sağlaması için kullanmaktadırlar. Medya burada gereksinim doyumunun diğer kaynaklarına *yardımcı* olmaktadır. Heyecan için bu programları izlediklerini belirtenler, daha çok pek de girişken olmayan işçi-sınıfı kökenli izleyicilerdir. Burada da, telafi edici bir güdünün işlediği söylenebilir. Eğitimsel işlev kesinlikle telafi edicidir, çünkü en önemli doyum olarak eğitimsel işlevi seçenler okulu erken bırakanlardır.

Birinci grup: Kendini takdir etmek isteyenler

Kendimi uzmanlarla karşılaştırabilirim
Programa katıldığımı ve başarılı olduğumu hayal etmeyi severim
Desteklediğim tarafın kazanmasından mutluluk duyarım
Programa katıldığımı ve başarılı olduğumu hayal ederim
Okul yıllarımı anımsanım
Yarışmacıların yaptıkları yanlışlara gülerim
İzlemek oldukça zor

İkinci grup: Toplumsal etkileşim için izleyenler

Yarışmalar hakkında başkalarıyla konuşmak isterim
Benimle yarışmaları izleyen insanlarla yarışmayı severim
Ailemle yanıtlan aramayı severim
Çocukların programlardan çok şey öğreneceklerini umuyorum
Çocuklar çok şey öğrenirler
Aile biraraya gelerek aynı şeyi paylaşır
Program bittiğinde sohbet konusu olur.
Benim gibi insanlara pek hitap etmez

Üçüncü grup: Heyecan için izleyenler

Birbirine yakın sonucun heyecanını severim
Tasalarımı bir süre unutmayı severim
Kazananı tahmin etmeye çalışmayı severim
Doğru yanıt bulursam kendimi iyi hissederim
Tasalarımı tümüyle unuturum
Yarışmaya katılırım
Heyecan verici

Dördüncü grup: Eğitim amaçlı izleyenler

Sandığımdan daha bilgili olduğumu öğrenirim
Kendimi geliştirdiğimi düşünürüm
Programa katılanlara saygı duyarım
Bazı sorular üzerinde daha sonra düşünürüm
Eğitici buluyorum

Beşinci grup

Uzmanların küçük düşmesini görmek hoş bir şey
Yarışmacıların yaptıkları yanlışları görmek eğlendirici

Altıncı grup

Hem birşeyler öğrenmeyi hem de eğlenmeyi severim
Yeni şeyler keşfetmeyi severim

Yedinci grup

Yanıtları tahmin etmeye çalışmayı severim
Yanıtların bazılarını bulmayı umarım

Sekizinci grup

Bildiklerim içinde nelerin eksik olduğunu görürüm
Yeni bir şeyler öğrenirim
Zaman kaybından başka birşey değil

Deneklere bu ifadelerin rastlantısal biçimde yerleştirildiği bir sormaca uygulandı. Yaşama programlarından elde ettikleri doyumları hangi ifadelerin yansıttığını işaretlemeleri istendi. Yanıtlar gruplaşma eğilimi göstermekteydi – yani, bir gruptaki bir ifadeyi pozitif olarak işaretleyen kişi aynı gruptaki diğer ifadeleri de genelde pozitif olarak işaretliyordu.

Cinayet dizilerinin kullanımları

Bir öğrencim olan Simon Morris, insanların televizyondaki cinayet dizilerini kullanımları ile ilgili bir kullanımlar ve doyumlar araştırması gerçekleştirdi. O da programların değişik amaçlı kullanımları olduğunu ortaya koydu: izleyiciler bu dizileri heyecan ve kaçış için kullanıyorlardı; bir kısmı da enformasyon amaçlı kullanıyordu –"bu diziler bize büyük şehirlerdeki yaşam hakkında bir fikir veriyor"; bir kısmı güven tazeleme amaçlı kullanıyordu –"yasa ve düzenin sonunda galip gelmesini görmekten hoşlanırım", ya da "bu dizileri izlerken küçük bir kasabada emniyet içinde yaşadığım için şükrederim." Onun bulduğu en önemli etmen sınıf ya da eğitim değil yaş etmeniydi. 18-30 yaş arası insanlar heyecan/kaçış doyumunu vurgularken, 50 yaşın üstündekiler programlarda bilgi ve güven tazeleme buluyorlardı.

Doyum kategorileri

Farklı araştırmacılar her ne kadar doyumları farklı biçimde sı-

nıflandırırsalar da aralarında yine de önemli ölçüde bir uyum söz konusudur. McQuail'in (aşağıda gösterilen) dört temel kategorisi bunun tipik bir örneğidir ve çok az araştırmacı bu kategorilere karşı çıkabilir.

1. *Oyalanma*

- (a) Gündelik yaşamın sınırlamalarından kaçış;
- (b) Sorunların verdiği sıkıntılardan kaçış;
- (c) Duygusal boşalma.

Tüm çalışmalar medya izleyicilerinde benzer kaçış gereksinimleri olduğunu ortaya koymaktadır. McQuail en azından bizim bu gereksinimleri kaçış gereksinimleri olarak belirlemekten daha öteye gitmemiz gerektiğinin ipuçlarını vermektedir –neden kaçtığınızı belirlememiz gerekmektedir. Programların göstergebilimsel çözümlemeleri de *nereye* kaçtığınızı ortaya koyabilir.

2. *Kişisel ilişkiler*

- (a) Arkadaşlık etme;
- (b) Toplumsal fayda.

'Arkadaşlık etme', medyanın açık biçimde karşıladığı bir doyum türüdür. Ev kadınları radyoyu sürekli olarak açık tutarlar, çünkü gündüz evde ses olmasından hoşlanırlar. Gerçek toplumsal ilişkilere giremeyen yalnız insanlar, arkadaşlık etmesi için medyaya yönelirler. Bu insanlar, *Coronation Street* ve *Crossroads* dizilerindeki karakterlerin gerçek olduğuna inanırlar ve onlara doğum günlerini kutlayan kartlar gönderirler, çünkü buna *gereksinim* duyarlar. Toplumsal ya da kişisel konuları, arkadaşlık gereksinimlerini gerçek yaşamda gidermelerine izin vermez. Medyanın 'toplumsal fayda' amaçlı kullanımı genelde, üzerinde konuşulacak bir şeyler sağlama biçimindedir. Medya, deneyimlerin ve konuşma konularının paylaşılmasını sağlar ve böylece toplumsal etkileşim daha kolay hale gelir. Eğer tüm arkadaşlarınızın izlediği bir programı kaçırmışsanız, gruptan geçici olarak dışlandığınızı hissedersiniz.

3. *Kişisel kimlik*

- (a) Kişisel referans;
- (b) Gerçekliğin keşfi;
- (c) Değer pekiştirme.

McQuail, 'kişisel referans'a atıf yaparken, izleyicilerin programları gerçek yaşamlarıyla doğrudan karşılaştırma yapmak amacıyla kullandıklarını ima etmektedir: "Programdaki insanları bildiğim diğer insanlarla karşılaştırabilirim", ya da "bu program benim hayatımda olmuş şeyleri anımsatmaktadır" sözleri McQuail'in alıntı yaptığı tipik kullanım örnekleridir. 'Gerçeklik keşfi' izleyicinin kendi yaşamını anlamasına yardımcı olmak amacıyla program içeriğinin doğrudan kullanılmasını içerir. Tipik alıntılar şunlardır: "Dallas'daki insanların sorunları benimkilere benzemektedir"; Bazen kendi yaşamımı anlamamda bana yardımcı olmaktadır." 'Değer pekiştirme' kendi kendini açıklayan bir kavramdır: "Program, aile yaşamının nasıl olabileceğine ilişkin bir fotoğraf sunar" ya da "aile bağlarının önemini anımsatır."

4. *Gözetim işlevi*

Bu, içinde yaşadığımız karmaşık dünya hakkında bilgi için duyduğumuz gereksinimdir. Diğer çalışmalar, bizim 'kanaat önderleri' olarak nitelediğimiz kişilerin, toplumsal rollerini sürdürmek için gerekli olan bilgileri sağlamak amacıyla medyayı kullandıklarını göstermektedir.

Gereksinimlerin toplumsal kökenleri

Blumler ve Katz (1974), medyanın doyuma ulaştırdığı gereksinimlerin toplumsal kökenleri bulunduğunu vurgulamaktadırlar. Bu araştırmacıların bulguları çizelge 11'de özetlenmiştir.

Kullanımlar ve doyumlar çalışmalarının temelleri

Bu yaklaşımın temellendiği varsayımlar aşağıdaki gibi ortaya konabilir:

1. İzleyici etkindir. Medyanın yayımladığı herşeyin edilgin bir alıcısı değildir. Program içeriğini seçer ve kullanır.
2. İzleyiciler kendi gereksinimlerine en iyi doyumunu sağlaya-

cak medyayı ve programları özgürce seçerler. Medya yapımcısı programın kullanım biçimlerinin farkında olmayabilir ve farklı izleyiciler aynı programı farklı gereksinimleri gidermek amacıyla kullanabilirler.

Çizelge 11: İzleyici gereksinimlerinin toplumsal kökenleri ve medya

Izleyici gereksinimlerinin toplumsal kökenleri	Medyanın sağladığı
Toplumsal konum:	
a) Gerilim ve çatışma üretir	Rahatlatma
b) Dikkat isteyen sorunlarda farkındalık yaratır	Enformasyon
c) Belirli gereksinimleri giderme fırsatlarını zayıflatır	Tamamlayıcı, yerine geçici ya da boşluğu giderici hizmet
d) Belirli değerlerin yükselmesine neden olur	Onaylama ve pekiştirme
e) Belirli medya materyallerine aşinalık beklentisi sağlar	Değerli görülen toplumsal gruplarda üyeliğin sürmesi için deneyim paylaşımı

3. Medya doyumun tek kaynağı değildir. Tatile gitmek, spor yapmak, dans etmek de medyanın kullanıldığı gibi kullanılır.

4. İnsanlar belirli durumlarda kendi çıkarlarının ve güdülerinin farkındadırlar ya da farkında olmaları sağlanabilir. (Bu yaklaşımı eleştirenler için en zayıf varsayım budur. Bu eleştirmenler, ifade edilebilir güdülerin genelde en önemsiz güdüler olduğunu ileri sürerler ve onlara göre, izleyici ile program içeriğini yalnızca rasyonel bir gereksinimler ve doyumlar zinciri ile bağlantılandırmak, anlamı kabul edilemez şekilde sınırlandırmaktır.)

5. Medyanın kültürel önemi konusundaki değer yargıları gözardı edilmek zorundadır. *Crossroads* dizisinin saçmasapan bir dizi olduğunu söylemek gereksizdir: eğer yedi milyon insanın gereksinimlerine yanıt veriyorsa *yararlıdır* ve bu dizinin yüksek kültür estetiğine saldırması gerçeği de önemli değildir.

Basit bir kullanımlar ve doyumlar sormacası, anlamsal ayrıştırma yöntemine oldukça benzer biçimde oluşturulabilir. Araştırmacı, televizyon izlemede dile getirilen bir dizi güdüyü oluşturmak için, bir grup izleyicinin sınırlandırılmamış tartışmalarını kaydetmelidir. Bu güdüler genelde rastlantısal biçimde sormacaya yerleştirilir ve deneklerin her bir güdüye katılıp katılmadıkları ve bunların gücü sorulur. Morris'in sormacası şekil 27'deki gibiydi.

Sonuçlardan önemli modeller çıkarmak işin en zor yanısıdır. Akademisyenler, bu kitabın çoğu okuru için gerekli olmayan bir istatistik tekniğini, kümeleme tekniğini kullanırlar. Oldukça pratik olan bir yöntem, ifadelerdeki kümelenmeyi sormacayı oluşturmadan belirlemektir. Böylece örneğin, "heyecan/kaçış" kümesindeki ifadelerle erkeklerin ve kadınların verdikleri yanıtları karşılaştırmak

Şekil 27: Kullanımlar ve doyumlar sormacası

Bu sormaca, televizyondaki dedektif/cinayet dizilerinden hoşlanma nedenlerini araştıran bir çalışmanın bir parçasıdır. Aşağıdaki ifadelerle hangi oranda katıldığınızı ya da katılmadığınızı belirtebilir misiniz? Uygun sütuna çarpı atınız. (1= Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3= Yansızım, 4= Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum)

İzleme nedenleri	1	2	3	4	5
Kahramanla özdeşleşmeyi seviyorum					
Dizi hakkında başkalarıyla konuşmayı seviyorum					
Neler olup biteceğini bilmeme gerilimini seviyorum					
Polisin işinin ne kadar zor olduğunu anlıyorum					
Bu tür bir şiddetle karşılaştığımda nasıl üstesinden gelebileceğimi hayal etmeyi seviyorum v.b.					

Not: Denegin cinsiyeti, yaşı, mesleği ve eğitim düzeyi konusunda veri toplamak genelde gereklidir.

oldukça kolaydır. Önemli bağıntılar ya da modeller gelişkin istatistik yöntemlerini kullanmadan da ortaya konabilir, ancak daha ileri bir çözümleme, gelişkin çözümleme yöntemlerini de zorunlu kılmaktadır.

İzleyici etnografileri

Görgül yöntemler iletişimi, içeriği gerçek verilerin eş-değeri olan iletiler dizisi olarak değerlendirme eğilimindedir; görgülcülerin, metinlerin anlamlandırılması ile ilgili bir kuramı yoktur ve bu yüzden kodaçımı ya da okuma süreçlerini değerlendirmeye almazlar. Göstergebilim ve yapısalcılık, iletişimin toplumsal olarak yayılmasını sağlamak amacıyla anlamı yapılandırma (ve dolayısıyla üretme) biçimlerini araştırır. Yapısalcılar, medya iletilerinin yapılarıyla bu yapıların içinde işlediği toplumun yapıları arasındaki içsel ilişkileri açığa çıkarırlar. Onlara göre, iletiler bir anlam içermezler ya da aktarmazlar; anlamın üretimi ve dağıtımındaki faillerdir. İletiler toplumsal iktidarın failleridir.

Ancak yapısalcılık ile göstergebilim, metinsel ve toplumsal yapılar arasında çok kolayca gidip gelmesiyle ve pratikte metin ile toplum arasındaki bağlantıların yalnızca gönderilen ya da okur aracılığıyla yapılabileceği gerçeğini görmezlikten gelmesiyle eleştirilebilir. Metin ile toplumun buluşması, okuma sürecinde ya da eyleminde gerçekleşir. Etnografik çalışmalar, bu süreci araştırmak ve metinlerin göstergebilimsel ya da yapısalcı okumalarını, insanların gerçekte yaptıkları okumalarla karşılaştırarak bu okumaları sınamak amacıyla geliştirilmişlerdir.

Genel olarak söylemek gerekirse, elde edilen bulgular yapısalcılık ve göstergebilimin, başat ya da tercih edilen bir okumayı gerçekleştirirmede metnin gücünü abarttığını ve okurların metni anlamlandırırken doğrudan doğruya kendi toplumsal konumlarıyla ilişkilendirmeye yeteneklerini yeterince dikkate almadığını göstermektedir. Örneğin, bir göstergebilimcinin Mills ve Boon veya Harlequin tarafından yayımlanan popüler sevda romanlarını çözümlemesinin sonunda, bu kitapların toplumsal işlevinin, evlilikte itaat etme rollerini oynamaları için kadınları hazırlamak, mutluluklarını güçlü bir erkeğin aşkında aramak ve acılarının bir gün sona ereceğini, (çünkü erkekler onların gerçek değerini bir gün gelip anlaya-

caktır) onlara öğretmek olduğu sonucuna varılabilir. Bu metinsel yapıyı, ataerkil bir toplumdaki toplumsal cinsiyetlerin toplumsal yapılarıyla ilişkilendirmek elbette kolaydır. Ancak, örneğin Radway'in (1984) ortaya koyduğu gibi bazı kadınlar sevda romanlarını bu biçimde okumamaktadırlar. Bu kadınlar, bir erkek kahraman tarafından aldatılmasına karşı koyan cesaretli, asi bir kadın kahramana yer veren sevda romanlarını tercih etmektedirler. Onlara göre, bu romanların anlatı yapısı, kadın kahramanların aldatılarak ve acı çekerek nihai başanya (evlilik) ulaşmalarını göstermekten çok, erkek kahramanların kademeli biçimde dişilleşmelerini göstermektedir: yalnızca erkeğin zalim yapısı yumuşadığında, soğuk yapısı yerini sıcak bir yapıya terkettiğinde ve kadına karşı daha duyarlı hale geldiğinde, yani giderek dişilleştiğinde kadın onunla evlenmeye rıza göstermektedir. Romanların yapısı eril değerleri dişil değerlere tercih etmelerine karşın, bazı okurlar dişil değerleri eril değerlerden daha üstün görmek için metinle müzakere etmektedirler.

Bazı kadınlar için okumanın toplumsal bağlamı en az metnin kendisi kadar önemliydi: toplumsal konuları kocalarının ve ailelerinin taleplerine sürekli biçimde hizmet etmelerini gerektiriyordu: (genelde kocalarının açık hoşnutsuzluklarını göze alarak) bir roman okuyarak içinde kendilerini ön plana çıkarabilecekleri zaman ve mekan yaratabiliyorlardı. Sevda romanı okumanın bir 'anlamı' kendi haklarının ve kendi kıymetlerinin onaylanmasıydı -bu anlam metinden yola çıkarak ortaya konulamaz, çünkü okurun toplumsal konumuyla metnin bulunduğu okuma anında üretilmiştir. Hatta bir kadın, bu biçimde sevda romanı okumanın kendisine, kocasının taleplerine karşı durmak ve evlilikte daha çok eşitlik istemek için özgüven verdiğini belirtmiştir.

Morley (1986) ailede televizyon izleme biçiminde de benzer özellikler bulmuştur. Araştırma kapsamına aldığı kentli alt-sınıf ailelerinde televizyon izleme, ailedeki toplumsal cinsiyet politikasının bir parçasıydı, ancak sevda romanı okumanın aksine erkek iktidarını öne çıkarıyordu. Uzaktan kumanda aleti genelde kocanın koltuğunda duruyordu; erkek iktidarını üç alanda uyguluyordu - ne izlenecek, nasıl izlenecek ve izlenenler nasıl değerlendirilecek.

Ailede televizyon izleme pratiği erkeğin beğenileri çerçevesinde düzenleniyordu. Erkekler olgusal (gerçekçi) programları ter-

cih ediyorlardı –haberler, spor programları, belgeseller; ya da eğer kurgusal yapımlar izlemek istiyorlarsa, "gerçekçi" olanları seçiyorlardı, yani programlarda dile getirilen dünyanın kendileri için bildik bir dünya olmasına özen gösteriyorlardı. Erkekler hareketli dramaları da seviyorlardı. Diğer yanda kadınlar ise, "aile" dramalarını, pembe dizileri ve sevda öykülerini tercih ediyorlardı. Bu tür programlarda vurgu eylemden çok ilişkiler üzerineydi ve erkeklerin dışsal dünyasından çok duyguların ve tepkilerin içsel dünyası hakkında bilgi veriliyordu.

Erkekler yalnızca neyin izleneceğine karar vermiyorlardı; onlar ayrıca nasıl izlenmesi gerektiğini de *kontrol* etmeye çabalıyorlardı. Erkekler için ev, iş sonrası dinlenebileceği serbest zaman mekanıdır, bu mekanda erkek kendini tümüyle televizyona vermeyi ve yoğunlaşarak izlemeyi sevmektedir. Öte yandan, kadın için ev çalışma mekanıdır ve kadınlar televizyon izleme ile ev işlerini uyumlu hale getirmek zorundadırlar –ev işleri arasında çamaşır yıkama, ütü yapma ve sökülük dikmenin yanında çocuklarla konuşma gibi etkinlikler de yer almaktadır, çünkü kadının görevi yalnızca maddi kaynakları yönetmek değil, evdeki ilişkileri ve insan kaynaklarını da düzenlemektir. Bu yüzden kadınlar televizyonu oldukça dalgın biçimde izlemekteydiler, çünkü aynı zamanda başka bir iş de yapmak zorundaydılar. Bu durum genelde erkekleri rahatsız etmekteydi, çünkü onlar televizyon izlenirken kadınlarla çocukların konuşmalarından ve yaptıkları gürültüden rahatsızlık duyuyorlardı.

Kadınlar, bazı programları çalışma zamanlarının dışına kaydırmak için video kayıt cihazlarını kullanıyorlardı, çünkü diğer aile bireylerinin varlığı onların televizyon izlemelerine sınırlar koyuyordu. İzlemek istedikleri programları kaydedebiliyorlar ve bunları ya sabahleyin erken bir saatte ya da herkesin yatakta olduğu geç bir saatte tam bir dikkatle izleyebiliyorlardı. Bazen de, eğer işlerini erken bitirmişlerse ve çocuklar henüz okuldan eve dönmemişse öğleden sonraları da uygun bir zaman bulabiliyorlardı.

Elbette bu farklı televizyon izleme biçimleri toplumsal olarak belirlenmişti, yani işbölüşümü bu tür bir farklılaşmaya yol açıyordu; bu izleme biçimleri kadın ve erkeklerin doğuştan kazandıkları bir nitelik değildir. Nitekim, ev dışında çalışan kadınların televizyon izleme biçimleri erkeklere benzemektedir. Toplumsal cinsiyet

ilişkileri siyasaldır, çünkü bu ilişkileri belirleyen doğa değil toplumsal güçlerdir.

Televizyon izleme pratiklerindeki erkek egemenliği programların değerlendirilmesine kadar uzanmaktadır. Nitekim erkeklerin beğendikleri programlar ciddi, iyi televizyon programları olarak nitelenirken, kadınların hoşlandıkları programlar önemsiz, hafif ya da değersiz olarak görülmekteydi. (Genellikle kadınların izledikleri) pembe diziler televizyonun en düşük biçemi olarak düşünülmektedir ve aynı şekilde edebiyatta da sevda romanları romanların en önemsiz türünü nitelemek için kullanılmaktadırlar. Eleştirel değerlendirme ve toplumsal konum arasındaki ilişki elbette rastlantısal değildir, çünkü kadınların kültürel beğenilerini değersizleştirme onları toplumsal olarak ikincilleştirmenin başka bir yoludur. Burada işaret edilmesi gereken önemli bir nokta, kadınların eril değerleri içselleştirmeleri ve kendi kültürel beğenilerini "işe yaramaz şeyler" ya da "aptalca" şeyler olarak nitelendirmeleridir. Bu, kadınların kendilerini ikincilleştiren ideolojiye katılımlarının bir örneğidir. Bu konuya ideoloji kuramlarını tartıştığımız bölümde daha ayrıntılı biçimde yer vereceğiz.

Metinlerin toplumsal olarak kullanılma biçimleri metinlerin yapılarında açık biçimde görülmediği için metinsel çözümlemelerle ortaya konulamazlar. Benzer biçimde, metinlerin bazı anlamları da metinsel çözümlemelerle açığa çıkarılamayabilirler, çünkü bu anlamlar metinlerin okurların toplumsal konumlarıyla buluştuklarında üretilmektedirler ve bu buluşmada okur anlamlandırma sürecine beklenilmeyen, metin dışı etmenleri getirebilir.

Nitekim Hodge ve Tripp (1986) Avustralya'lı okul öğrencilerinin *Prisoner* (Tutuklu) isimli pembe diziyi kendilerine özgü bir biçimde okuduklarını ortaya koydular. Dizi bir kadın cezaevinde geçiyordu ve tutukluların birbirileriyle ve cezaevi görevlileriyle ilişkilerini konu almıştı. Öğrenciler bu diziden kendi okul deneyimlerine uygun anlamlar çıkarmışlardı. Onlar cezaevini okulun bir eğretilmesi olarak okuyorlardı. Her iki kurum da kuruma gelenleri toplumun istediği biçime dönüştürmek amacıyla düzenlenmişti, bu kişilerin ne olmak istedikleri önemli değildi; iki kurumda da gerçek dünyanın dışarıda olduğu duygusu egemendi. Her iki kurum da kurumda bulunanların yaşamlarının her anını kontrol etmek istiyordu ve her ikisinde de bu kontrolün dışında kalan

alanlar söz konusuydu –okullardaki tuvaletler ve bisikletlerin bıraktığı barakalar ile cezaevindeki çamaşırhaneler. Öğretmenlerle gardiyanlar arasında da birbirine benzer olanlar vardı – zorbalar, yumuşak davrananlar, nazik olanlar gibi. Tutuklular ve öğrenciler, gardiyanlar/öğretmenler tarafından gözlenirken benzer biçimlerde iletişim içine giriyorlardı: gözlerle işaretliyorlar ve gizli notlar gönderiyorlardı. Benzerlikler oldukça fazlaydı.

Metinde okula açıkça gönderme yapan hiçbir şey yoktu. Bu anlamlar metnin, izleyicilerin toplumsal konumlarıyla buluştukları anda üretilmişlerdi. Bu anlamlar göstergebilimsel ya da yapısal çözümlemeye değil, yalnızca ve yalnızca etnografik çözümlemeye ortaya çıkarılabilirdi. Toplumsal açıdan ilişkili bu anlamların, öğrencilerin davranışlarının bir parçası haline geldiği yönünde de bazı bulgular söz konusudur, çünkü çoğu öğretmen program yapımcılarına mektup yazmış ve bu dizinin öğrencileri disiplinsizliğe ittiğini ve işlerini zorlaştırdığını belirtmiştir. Göstergebilim ve yapısalcılık kuramı aynı metinden üretilebilecek farklı anlamlara izin verirken ve Hall ile Eco bunun medyada mutlaka gerçekleşmesi gerektiğini savunurken, etnografi özgül konumlarda üretilen okumalar konusunda bize derinlemesine bir kavrayış olanağı vermektedir. Böylece iskelet halindeki kurama can verebilmektedir.

Bir televizyon gösterisi olan *The Newly Wed Game*'in (Yeni Evliler Oyunu) belli bir andaki farklı okumalarını araştırdım (Fiske, 1989a). Dört yeni evli kadın başka bir odada iken kocalarına şu soru soruldu: "Romantik gereksinimlerinize eşinizin yanıtı şunlardan hangisi olabilir?" "Evet, efendim", "Mümkün değil Jose", "Ciddi ol, adam". Dört erkek de "evet efendim" yanıtının uygun bir yanıt olduğunu söylediler. Ancak eşleri içeri girdiğinde iki tanesi "evet efendim", bir tanesi "mümkün değil Jose" ve diğeri de "ciddi ol, adam" yanıtını verdiler.

Popüler kültürün bu küçük anını farklı insanlar farklı biçimlerde okumaktadırlar. Özellikle feminizme sempati duyan bazı kadınlar sorudaki cinsiyetçiliği oldukça saldırgan bulduklarını söylediler ve bunun ataerkinin açık bir örneğini oluşturduğunu belirttiler. Çünkü bu sorudaki varsayıma göre, kadınların cinsel hazları yalnızca erkeklerin romantik gereksinimleri bağlamında tanımlanabilirdi. Ancak bazı kadınlar, "evet efendim" demeyi reddeden yanıtlardan büyük haz almışlardı. Bu kadınlar ataerkil tahakk

kümün kendisiyle değil, kadınların bu tahakkümle nasıl mücadele ettikleriyle ilgileniyorlardı. Başat evlilik mitine uymayan bu küçük deneyimde onlar mite karşı koyan kadın yanlısı anlamlar buldular.

Bazı erkekler "başat" okumayı yaptılar: gösterideki buyurgan erkeklerle birlikte güldüler ve kadınları itaatsiz kocalarla eğlendiler. Ancak başka erkekler bu gösterideki değişimin ataerkiyi iletmekten çok açığa vurduğunu ve sorguladığını düşündüler. Sorulan sorunun erkekleri toplum önünde "evet efendim" demeye ittiğini oysa aynı kişilerin özel yaşamlarında farklı bir tutum takılabileceklerini belirttiler. Onlara göre, "evet efendim" yanıtını vermeyen kadınların kocaları, evet efendim yanıtını verenlerin kocalarından daha çok utanımlıydı. Özetle, (ataerki tarafından belirlenen) erillik, dişillikten çok daha kötü biçimde sona ermişti.

Tüm bu okumalar metinlerin ataerki yapısını, evliliğin başat mitlerini ve toplumsal cinsiyet ilişkilerini belli bir biçimde okurken, başat okumalardan farklılaşan ve zaman zaman da çelişen anlamlar üretmişlerdir. Bu farklılıklar okurların toplumsal konumlarından, toplumsal cinsiyetlerindeki farklılıklardan ve her gün içinde yaşadıkları toplumsal cinsiyet ilişkilerinden kaynaklanmaktadır. Bu okumalar başat, tercih edilenden özgür değildir, ancak ona bağlı da değildir. Daha çok onunla işbirliği içinde, ona tepki olarak ya ona karşı çıkarak üretilmektedirler. Bu okumalar, Hall'un "yeğlenen okuma" kuramına ya da Eco'nun "sapkın kodaçma" kuramına pratikte görülebilecek örnekler sağlamaktadırlar.

Etnografik çalışma hem ödüllendirici hem de sorunlarla dolu olabilir. Ödüller, iletişimi toplumsal ve metinsel bir pratik olarak görebilme yeteneğinden ve bu toplumsal boyutu geniş ölçekli toplumsal-siyasal kuram yerine gündelik yaşamın somut koşullarına indirgeyebilmekten kaynaklanmaktadır. Bu tür bir çalışma yapmak iletişim sürecinde insanları gözlemeyi kendi rolleri hakkında mümkün olduğunca açık bir biçimde konuşturmayı gerektirmektedir. Ancak burada iki tür sorun ortaya çıkmaktadır.

Bu sorunlardan birincisi araştırmacının rolünden, o andaki varlığının yarattığı etkiden kaynaklanmaktadır. Geleneksel olarak etnografik çalışmaya yapan kişinin, görgül anlamda bilimsel bir gözlemci olabilmesi için nesnel ve mesafeli olması gerekir. Ancak son zamanlarda etnografik çalışmaya yapanlar metinlerin hayranları olarak kendi deneyimlerini kullanmaya gözlemci olmaktan çok katı-

lımcı olmaya başlamışlardır. Tartışmaya eşitlerden biri olarak katılmakta, araştırdıkları konunun bir parçası olarak kendi deneyimlerini kullanmakta ve böylece diğer katılımcılarla dostça ilişkiler kurmaktadır. Bu ilişkiler sonunda onlara daha yakınlaşmakta metinlerin onlar için ne anlama geldiği konusunda daha mahrem bilgilere ulaşmaya çalışmaktadırlar. Hem Radway (1984) hem de Hobson (1982) bu yöntemi başarıyla uygulamışlardır. Gözlemcinin varlığı bazı farklılıklara yol açmaktadır: daha sempatik, dostça davranan gözlemciler daha mesafeli olanlardan daha farklı yanıtlar elde edeceklerdir; ve bu tür bir etnografik çalışma nesnel bir görüş bilim olarak kabul edilemez: Yorumlayıcı çözümleme biçimini metinlerden, metinleri okuyan ve anlamlandıranlara doğru genişletir. Bu yüzden göstergebilimin bir uzantısıdır ve belki de "etno-göstergebilim" gibi bir isimle çağrılmalıdır.

Bu yöntemin onu görgülcü çalışmalardan ayıran başka sorunları da vardır; bu sorunlar, elde edilen verileri yorumlama sorunlarıdır. Etnografik çalışma, görgülcülüğün yaptığı gibi anlamları açık olan gerçekler üretmez. Kültürel süreçleri ortaya koyar ve bunları yorumlayabilmek için, tıpkı orijinal metine uygulanan bir yöntemin kullanılması zorunludur.

Etno-göstergebilimin yöntemsel modeli dilbilimdir. Araştırılan izleyiciler, görgülcülüğün zorunlu kıldığı gibi, toplumsal bir sınıfın temsil edici bir numunesi değildir ve bunların ürettikleri anlamlar tüm bir kategori için genelleştirilemezler. Etnografik veriler bir dilbilimcinin çözümlemeye çalıştığı bir cümle gibidir. Nasıl cümle kullanılan dilin bir örneği ise, etnografik veriler de iletişim anının örnekleridir. Bu anlar ya da cümleler iletişim sürecinin tipik örnekleridir ve kuramsal bir çerçeve içerisinde anlaşılacak zorundadırlar, ancak bunlar bilimsel gerçekler değildir. Güncel göstergebilim ve yapısalcı dilbilim kuramları bize, anlamların daima inşa halinde olduklarını, kurulduklarını ve yeniden kurulduklarını ve asla tamamlanamadıklarını öğretirler. Hangi anlamların kurulduğunu ya da metindeki tercih edilen anlamların neler olduğunu keşfetmek ilginç ve önemliyse de bu anlamlar asla tamamlanmış değildirler. Bunlar, bir toplumdaki anlam dolaşımı anlandırırlar: gerçekte anlamlar yalnızca dolaşımın içerisinde varolurlar.

Öyleyse iletişim, toplumsal dolaşımları içerisinde anlamları araştırmaktır. Bu yüzden metin çözümlemesi merkezi bir konum-

dadır. Ancak toplumsal boyut iki temel düzeyi daha araştırmayı gerektirmektedir –makro toplumsal yapıları, yani toplumsal sistemdeki iktidarın ve kaynakların dağılımı ve ikinci olarak da mikro düzeyde içinde yaşanan ve deneyimlenen gündelik yaşamı. Barthes'ın toplumsal yapıya duyarlı göstergebilimi ve mit kuramı metinsel yapıları toplumsal yapılarla ilişkilendirmektedir. Etno-göstergebilim, metin okumalarını okurların gündelik yaşamlarıyla ilişkilendirmektedir.

Bu bölümde yer verilen görgül yöntemler, okurların bazı ileti ve izleyici araştırmaları yapabilmelerini mümkün kılmalıdır. Göstergebilimsel çözümleme ve görgül yöntemlerle elde edilecek sonuçların karşılaştırılması, her iki yaklaşımın geçerliliği hakkında önemli sorunlar ortaya çıkaracaktır.

Daha ileri çalışmalar için öneriler

1. Kadınlarla erkeklerin konumlandırılmalarını ve mesleki betimlemelerini görmek için akşamı televizyonunda yayımlanan televizyon reklamlarını çözümleyiniz. Bulgularınızı, Dominick ve Rauch'un 1970'lerin Amerikasında yaptıkları çözümlemelerle karşılaştırmış. Hangi benzerlikleri ve farklılıkları farketmiş, bunların önemi nedir? Seçtiğiniz bazı reklamların göstergebilimsel çözümlemesini yapınız. Göstergebilim içerik çözümlemesini destekliyor mu, çelişiyor mu? Bu alıştırmayı dergiler üzerinde de yapınız. Kadın dergileri mi, erkek dergileri mi, yoksa gençlere seslenen dergiler mi sizin ilginizi çekiyor.

2. Ciddi bir gazeteyi popüler bir gazeteyle karşılaştıran bir içerik çözümlemesi yapınız. Çözümleme birimi olarak sütun santimetre ölçüsünü kullanınız. Haber: reklam oranına, yazı:fotoğraf oranına ve farklı haber kategorilerine ayrılan yerlerin oranına bakmalısınız. Hartley (1982, 3. bölüm), şu kategorileri önermektedir: siyaset, ekonomi, dış olaylar, iç olaylar (bu olayları katı haber ve yumuşak haber biçiminde ikiye ayırabilirsiniz. Katı haberler altında şiddet, çatışma, cinayet haberlerini, yumuşak haberler altında da magazin haberlerini alabilirsiniz), arasıra olan olaylar (kazalar, depremler gibi) ve spor haberleri. Bu kategoriler sizin için uygun mu? Daha başka haber kategorisine gereksinim duydunuz mu? Bu çözümleme, her bir gazetenin okurları ve iletişimsel işlevi konusunda size neler söylüyor? Ayrıca Dyer'e (1982, 5. bölüm) bakınız.

3. İçerik çözümlemesini kullanarak en çok dinlenen 20 pop müzik parçasının sözlerindeki ana temaları ve toplumsal tutumları ortaya koyunuz.

4. Beşinci bölümün birinci sorusunda kullandığınız harf karakterlerinin temel yananları belirlemek için anlamsal ayrıştırma yöntemini kullanınız. Her bir test için yirmi örnek almalısınız. Şu sıfatları kullanışlı bulabilirsiniz: eril-dişil, dürüst-sahtekar, durağan-dinamik, ucuz-pahalı, ciddi-şakacı, modern-gelenekçi, kırsal-kentsel, resmi-gayriresmi, şık-biçimsiz, yetkili-yetkisiz, doğru-yanlış, önemli-önemsiz, yapay-doğal, üst sınıf-alt sınıf, saldırgan-saldırgan değil, güvenli-riskli. (Bu kategoriler öğrencim Jenny Hughes tarafından oluşturulmuştur).

5. Popüler bir televizyon ya da radyo programının izleyiciler tarafından nasıl kullanıldığını araştırmak için bir "kullanımlar ve doyumlar" sormacası hazırlayınız. Araştırmaya değer programlar arasında pembe diziler, Tom ve Jerry (ya da diğer çizgi filmler), cinayet dizileri, yanışma programları, ulusal ve yerel haberler bulunabilir –ya da istediğiniz bir başka programı seçebilirsiniz. Pop müzik türlerini de araştırabilirsiniz. Elde edeceğiniz sonuçları yaş, cinsiyet, meslek, aile statüsü ve eğitim gibi toplumsal konularla ilişkilendirmeyi unutmayınız. Tüm bu değişkenleri kullanmak zorunda değilsiniz –tercihleriniz neyi araştırdığınıza ve izleyicilerinizin yapısına bağlı olacaktır. Elde ettiğiniz sonuçları McQuail'in doyum kategorileriyle karşılaştırınız. Ayrıca Comer ve Hawthorn'a (1980, s. 187-201) bakınız.

6. Ailenizin ya da arkadaşlarınızın nasıl televizyon izlediklerine ilişkin küçük ölçekli bir etnografik çalışma yapınız. (Bakınız, Fiske, 1987, 5. bölüm).

9. BÖLÜM

İDEOLOJİ VE ANLAMLAR

Anlamlandırma ve kültür

Beşinci bölümde iki anlamlandırma düzeyini inceliyorduk. Bu bölümde bazı sorular bilinçli olarak sorulmadı, bazı konulara değinilmedi. Bu soruların en önemlisi, ikinci-düzyen anlamların içinde işledikleri kültüre nasıl uyum sağladıklarıdır? Mitler ve yananamlar nereden doğmaktadırlar?

Bunların anlamlarının yalnızca metnin kendi içinde konumlandırılmadıklarını göstermiştik. Okuma, ileti içindeki anlamı ortaya çıkarmaya yarayacak bir konserve açacağına benzemez. Anlamlar, metin ve izleyici arasındaki etkileşimler içinde üretilmektedirler. Anlam üretimi, her iki ögenin de eşit biçimde katkıda bulunduğı dinamik bir edimdir. Metin ve izleyici su geçirmez biçimde kaynaşmış bir kültürün ya da altkültürün üyeleri oldukları zaman bu etkileşim sorunsuz ve zahmetsizdir: metnin çizdiği yananamlar ve mitler izleyicilerinkilerle tam olmasa da yakın biçimde uyum sağlamaktadırlar.

Anlamlar diğer durumlarda çok daha büyük bir gerilimle üretilirler. Notting Hill fotoğrafının yeglenen okuması bazılarına kolay gelebilir, ancak kimileri içinse gerilim ya da anlaşmazlık nedeni olabilir. Bunlar kodaçımını, "kolay" olan başat kodlarla değil de karşıt ya da müzakereli kodlarla yapabilirler. Diğer bir deyişle,

bunların polis, siyahlar, gençlik, kentsel yaşam ve şiddet konusundaki mitleri, *Observer* gazetesinin kendi okurlarının büyük çoğunluğu için varsaydığından farklıdır. Aslında göstergebilimciler bunu daha da ileriye götürebilirler. *Observer* gazetesinin, okurlarının yalnızca bu ikinci-düzye anlamları paylaştığını varsaymadığını, dahası okurlarını "beyaz liberal demokrat"a etkin biçimde dönüştürdüğünü savunabilirler. Gazete; okurlarını, bu fotoğrafı başat kodlara göre kodaçabilmesi için ya da başka biçimde söylersek fotoğrafın kendisinin yeglediği anlamlara ulaşabilmesi için bu toplumsal kimliği kabullenmeye davet etmektedir. Yeglenen anlamı okurla metin birlikte üretmektedir ve bu işbirliğinde okur, başat değer sistemine ve topluma belirli ilişkiler dizgesiyle bağlı olan biri olarak inşa edilir. Bu, işbaşındaki ideolojidir

İdeoloji

İdeolojinin birçok tanımı vardır. Farklı yazarlar terimi farklı biçimde kullanmaktadırlar ve herhangi bir bağlamdaki kullanımı hakkında emin olmak kolay değildir. Raymond Williams (1977) ideolojinin üç temel kullanımını şöyle belirler:

1. Belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemi.
2. Doğru ya da bilimsel bilgiyle çelişebilecek aldatıcı inançlar sistemi, yanlış fikirler ya da yanlış bilinç.
3. Anlam ve fikir üretiminin genel süreci.

Bunlar kaçınılmaz biçimde birbirleriyle çelişkili olmak zorunda değildirler ve sözcüğün herhangi bir kullanımı diğer kullanımların öğelerini oldukça uygun bir şekilde içerebilir. Ancak, yine de, bunlar farklı anlam odakları belirlerler. Bunlara sırasıyla bakalım.

Kullanım 1: Bu, sözcüğün psikologlar tarafından kullanımına daha yakındır. Psikologlar "ideoloji" sözcüğünü, tutumların tutarlı bir yapı içinde düzenlenme biçimine gönderme yapmak için kullanırlar. Örneğin, bir adamın gençlerle ilgili belirli bir tutumlar dizgesine sahip olduğunu düşünelim. O, birkaç yıllık askerlik hizmetinin gençleri daha sağlam karakterli yapacağına ve toplumsal sorunlarımızın çoğunu çözeceğine inanmaktadır. Bu tür bir kişinin suç ve ceza, sınıf, ırk ve din gibi konularda ne tür tutumlar takınacağını oldukça güvenli bir şekilde tahmin edebiliriz. Eğer tahmin-

lerimizde yanılmıyorsak, onun sağ görüşlü otoriter bir ideolojiye sahip olduğunu söyleyebileceğiz. Kişinin tutumlarına biçim ve tutarlılık veren, bu tutumları birbirlerine uyumlu hale getiren bu ideolojidir. Ya da, Brockreide'in (1968) özlü bir biçimde söylediği gibi, "tutumlar ideolojiler içinde barınırlar."

Bununla beraber, birkaç psikolog, ideolojinin bireye özgü tutum ve deneyimler dizgesi tarafından değil, toplum tarafından belirlendiğini savunmaya devam etmektedirler. Terimi kendilerinin tikel bir malı olarak gören Marksistler ideolojiyi daima toplumsal ilişkilerle bağlantılandırır. İdeoloji bireysel değil toplumsal olarak belirlenmiştir. Ve Marksistlere göre, ideolojiyi belirleyen toplumsal gerçek, sınıftır, işbölümüdür.

Kullanım 2: Bu bizi doğal olarak Williams'ın terimle ilgili ikinci kullanımına götürür. Gerçekten de Williams, pratikte birinci ve ikinci kullanımların kaçınılmaz olarak iç içe geçeceklerini belirtir. Böylece ideoloji, yönetici sınıfın işçi sınıfı üzerinde tahakkümünü sürdürmesini sağlayan yanılsamalar ve yanlış bilinç kategorisi haline gelir. Yönetici sınıf ideolojiyi aktaran ve toplum içinde yayan temel araçları kontrol ettiği için, işçi sınıfının kendi ikincil konumunu "doğal" ve dolayısıyla haklı görmesini sağlayabilir. Yanlışlık burada yatmaktadır. Bu ideolojik araçlar içinde eğitim sistemi, siyasal sistem, hukuk sistemi ve medya ile yayımcılık yer almaktadır.

Notting Hill fotoğrafının bu tür bir okuması, fotoğrafın anlamlarının içinde fotoğrafın okuru konumlandığı başat ideolojiye nasıl bağımlı olduğunu açıklamaktadır. Bu ideoloji, polislerin dü-rüst, şiddetten kaçınan, kanun ve düzenimizi koruyan *bizden* birileri olduklarını varsaymaktadır. Diğer yandaki genç siyahlar ise saldırgan ve uyumsuzdurlar, yani *onlardırlar*. Tek başına, ayrık bir metin olarak ele alındığında, bu fotoğraf bizi aynı anlamları üretmeye davet etmeyebilir. Ancak, elbette tek başına değerlendirilemez. Fotoğraf kültürel deneyimimizin bir parçasıdır: yapılan okuması, göstericileri/asileri kontrol eden diğer polis fotoğraflarının okumalarından etkilenmektedir. Herhangi bir metin tarafından üretilen anlamlar, kısmen ona benzer diğer metinlerin anlamları tarafından belirlenmektedir. Bu, "metinlerarasılık" olarak adlandırılır. Bu kitabın okuru, fotoğraflardaki metinlerarasılığın ideolojik gücü nasıl aydınlatıldığını görebilmek için benzer konumlardaki polis gösterimlerini toplayabilir. Stuart Hall (1973b) bir basın fotoğrafı-

nın ayrıntılı ve inandırıcı bir çözümlemesini yapar. Bu, Grosvenor Meydanı'ndaki Vietnam Savaşı karşıtı gösteriler sırasında bir göstericiden tekme yiyen bir polisin fotoğrafıdır. Onun fotoğrafı ile bizim fotoğrafımız ideolojik açıdan aynıdır.

Kullanım 3: Bu, üç kullanım arasında en kapsamlı olanıdır. Gerçekten de, bu üç kullanım Çin kutuları biçiminde modelleştirilebilir – 1, 2'nin ve 2 de 3'ün içerisinde yer alır. İdeoloji burada, anlamın toplumsal üretimini betimlemek için kullanılan bir terimdir. Bu, Barthes'ın "ideolojinin retorisi" olarak yananlamlandırıcılardan yani yananlamın gösterenlerinden söz ederken kullandığı biçimdedir. Bu şekilde kullanıldığında, ideoloji ikinci-düzye anlamların kaynağıdır. Mitler ve yananlamlı değerler ideoloji içinde kullanılabildikleri için varolurlar.

Göstergeler: ideoloji: anlamlar

Bir örnek, göstergeler aracılığıyla anlam üretmede ideolojinin nasıl işlediğini açıklığa kavuşturmamıza yardım edecektir. Fiske (1979), 1 Mart 1979 tarihinde BBC'de yayımlanan okullarla ilgili bir televizyon programını çözümlemiştir. *Food and Population* (Yiyecek ve Nüfus) isimli bu programın ana teması, yorumcunun sözcükleriyle şudur: "Biz, sürekli olarak artan nüfusu besleyebilmek için yeterli yiyeceği nasıl üreteceğimizi biliyoruz, ancak birçok insan açlık tehlikesi içinde, çünkü bilimsel çözümler uygulamaya konulmuyor." Bu yorum, And Dağının etegindeki bir köydeki ilkel tarım ile kentlerdeki ve gelişmiş sahil şeridindeki bilim ve teknolojinin gelişimini karşılaştıran bir Peru filminde yapılmaktadır. Ancak bu yorum aynı zamanda ideolojiktir de: açıklama ancak, açıklama-yı yapan ile izleyicilerin bilim-temelli bir kültürün üyeleri oldukları ölçüde anlamlıdır. Bu program bazı apaçık karşıtlıklar çerçevesinde yapılandırılmıştır:

bilimsel tarım	geleneksel çiftçilik
piyasa ekonomisi	geçim ekonomisi
kent	taşra
çocukları besleme	çocukları çalıştırma
gelişme	durgunluk, döngüsel kültür
değişim	gelenek

Dolayısıyla, programı yapılandıran derin ikili karşıtlık *bilim* ve *bilim-olmayan* arasındadır. Programın derin yapısı, yani ideolojik çerçevesi şöyle ifade edilebilir:

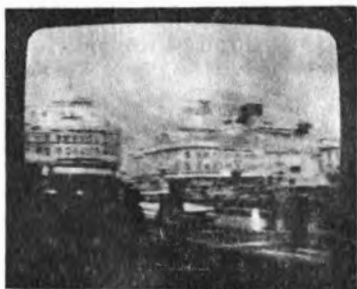
Biz, onlara göre ne isek, bilim de bilim-olmayana göre odur.

Levha 14, programdaki bu yapının bazı görünümelerini göstermektedir. Program, yapının solundaki kültür, yani *biz* ve *bilim*, tarafından ve o kültür için yapılmıştır, ancak asli olarak, yapının sağındakiler, yani *onlar* ve *bilim-olmayan*, hakkındadır. Pratikte bu, yorumda da açıkça belirtildiği gibi bilim-olmayan kültürün değerleri ve özellikleri kullanılarak yapılmaktadır ve bilim kültürünün özellikleri ile değerlerine doğrudan değinilmemektedir. Bu zaten varsayılan, elde bir olarak görülendir. Bu değerlerin temel değerler olduğu, yaygın bir şekilde paylaşıldıkları ve *doğal* oldukları için gönderme yapmaya bile gerek görülmediği varsayımı, Barthes'ın (1973) "isimsizleme" (*exnomination*) adını verdiği şeydir, yani işbaşındaki ideolojidir.

Bilimin ideolojisi

Bu programın gerçek konusu bilimin ideolojisidir. 15a ve 15b levhalarına bakınız. Bunlar farklı gösterenlerdir, ancak gösterilenleri aynıdır. Eğer göstergeler "bilimini" anlayacaksak, bu kavramı halihazırda biliyor olmamız gerekir. Gösterenler arasında açıkçası küçük farklılıklar söz konusudur, ancak gösterilenin özü her iki gösterge için de ortaktır. Yapımızın sağında yer alan bilim-olmayan kültürün bir üyesi elbette bizimkilerden farklı kavramlara sahip olacaktır. Gösteren her iki kültür için de aynı olacaktır, ancak gösterilen önemli ölçüde farklılaşacaktır. Ve gösterilenlerdeki farklılıklar, ideolojilerdeki farklılıklardır.

İkinci anlamlandırma düzeyinde bilim Barthes'cı bir mit çerçevesinde anlaşılır. Bu mit bilim konusunda şu kavramları içerir: bilim nihai sorun çözücüdür; bilim, insanın doğayı anlama ve doğaya egemen olma yeteneğidir; bilim bizim maddi zenginliğimizi ve güvenliğimizi artırmaktadır; bilim insan başarısının zirvelerinden birisini temsil eder. Dolayısıyla, bilimin yananlamaları olumlu ahlaki ve işlevsel değerlerdir: bilim iyidir ve yararlıdır. Elbette, çev-



Kent



Taşra



Çocuklar: beslemek için



Çocuklar: çalıştırmak için

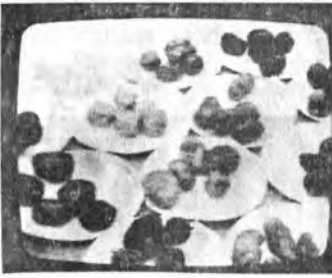


Kadınların çalışması: kent



Kadınların çalışması: taşra

Levha 14: *Bilin: Bilin-olmayan*



Patatesler: laboratuvardaki
numuneler



Patatesler: Güneşte kuruyan
yiyecekler



Ameliyat masasındaki alpaka
(Güney Amerika koyunu)



Yün kırpma masasındaki
alpaka

reci altkültür içinde geçerli olan karşı-yananamlara uygun bir karşı-mit de yok değildir, ancak bilimle ilgili başat mitimiz yukarıda işaret edilen kavranları içermektedir.

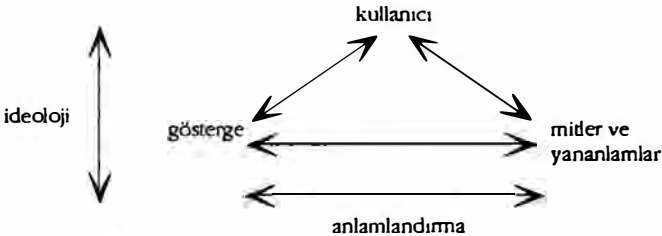


Levha 15a: "Bilim"



Levha 15b: "Bilim"

Bilimle ilgili bu ikinci-düzey anlamlar kültürümüzün başat ideolojisi tarafından üretilmektedirler ve bu ideoloji; tarihi, gelişme, değişimi kaçınılmaz ve daha iyiye doğru giden biçimde görmektedir. Maddi zenginlikteki iyileşmelere büyük öncelik vermektedir, nihayetinde kapitalist ve rekabetçidir. Filmde gösterilen benzer geleneksel bir tanım toplumunda ise bu bilim göstergeleri pekala yabancılığı ve güvenilmezliği çağrıştıracaktır. Bu göstergeler, bir bilim mitini onların "büyüsü" olarak harekete geçirebilir; güçlü ancak bizim olmayan bir miti. Bu mit, deneme ve sınama yöntemine büyük önem atfeden bir ideolojiye kolaylıkla uyum sağlayamaz. Yaşlıların ve ataların otoritesini, değişim ve gelişmeden çok topluluğun ve yaşam biçiminin sürekliliğini vurgulayan bu ideoloji, tarihi ilerici bir gelişmeden çok döngüsel olarak görür.



Şekil 28

Bu program özel bir program değildir ya da özellikle yanlış hale getirilmiş bir program değildir. Tıpkı diğer iletişim eylemleri gibi normal ideolojik anlamlandırma süreci içinde yer almaktadır. Bu sürecin merkezinde bir kültürün üyeleri tarafından paylaşılan yananlamsal değerler ve mitler yer almaktadır. Bunları yaygın hale getirmenin ve sürdürmenin tek yolu, iletişim içinde sıklıkla kullanmaktır. Bir gösterge her kullanıldığında, hem kültürde hem de kullanıcıda var olan ikinci-düzyen yananlamlarının yaşamını pekiştir. Böylece şekil 28'deki gibi bir üçgen ilişki modeli ortaya çıkar. İki uçlu oklarla gösterilen ilişkiler, varlıkları ve gelişmeleri için kullanım sıklığına bağımlıdır. Kullanıcı göstergely kullanarak onu canlı tutar ve bir kültürdeki mitleri ve yananlamsal değerleri iletişimde kullanarak sürdürür. Hem gösterge ile onun mitleri ve yananlamları arasındaki hem de gösterge ile kullanıcı arasındaki ilişki ideolojik bir ilişkidir.

Göstergeler mitlere ve değerlere somut bir biçim verirler ve böyle yaparak onları desteklerler ve kamusal hale getirirler. Biz göstergeleri kullanarak ideolojiye can veririz ve onu yaşatırız, ancak aynı zamanda bu ideoloji ve ideolojik göstergelere verdiğimiz yanıtlar tarafından inşa ediliriz. Göstergeler mitleri ve değerleri kamusal hale getirdiklerinde, onların kültürel özdeşleştirme işlevlerini yerine getirmelerine olanak sağlarlar: yani, bir kültürdeki kişilerin ortaklaşa kabul ettikleri, paylaştıkları mitler ve değerler aracılığıyla o kültürün üyesi olduklarını teşhis etmelerine olanak sağlar. Batı kültürünün bir üyesi olduğumu biliyorum, çünkü birçok kanıttan birisini örnek olarak vermem gerekirse, bilimi aynı mitlerle anlıyorum ve onu, batı dünyasının diğer bireylerinin çoğunluğu gibi aynı yananlamsal değerlerle donatıyorum. Dostlarımla aynı ideolojiyi paylaşıyorum. Somut terimlerle ifade edersem, 15a ve 15b levhalarına olumlu değerler atfediyorum ve bunların inanırılık düzeyini yüksek buluyorum. 15b'deki bilimsel aygıttan yola çıkarak bilimin insanı aşırı güçlendirdiği düşüncesini paylaşmıyorum (ki bu tür bir okuma mümkündür). Benim ideolojim, bu göstergelerle etkileşimlerimde bulduğum anlamları belirlemektedir. Yananlamlandırıcılar ya da mitler, Barthes'ın söylediği gibi, "ideolojimin retoriğidirler."

Böylece ideoloji, üçüncü kullanımında, durağan bir değerler dizgesi ve görme yolları değil, bir pratiktir. İdeoloji beni bilim-temelli batı kültürünün tikel bir üyesi olarak inşa etmektedir, çünkü bu kültürün göstergelerini, yananamlarını ve mitlerini uygun bir biçimde kullanabilmekteyim. Kültürümün anlamlandırma pratiklerine katılmakla, ideolojinin kendisini sürdürme araçlarından birisi haline geliyorum. Bir göstergede bulduğum anlamlar, göstergenin ve benim içinde varolduğumuz ideolojiden türemektedir: bu anlamları bulmakla kendimi ideolojiye ve ait olduğum topluma göre tanımlamaktayım.

Bilim ideolojisi ile ilgili bu tartışma şunları ima eder biçimde okunabilir: bilim toplumsal olarak yansızdır ve bilim-temelli bir toplumun sağladığı yararlar eşit biçimde dağıtılmaktadır. Bu elbette doğru değildir. Bilim ve teknoloji, ataerkil kapitalizme çok sıkı biçimde bağlıdır. Bilim yalnızca büyük şirketlerin ve bunlardan en çok yararlanan orta sınıfların kârlarını artırmak için kullanılmaz, aynı zamanda çok kolay tanımlanamayacak toplumsal iktidarın sürdürülme yollarından birisidir de. Bilimadamları üniversitelerden yetişirler ve üniversite sisteminde en başarılı olanlar genelde orta-sınıf ailelerden gelirler: yüksek eğitim alanlar başat sınıf haline gelmekle kalmazlar; bunlar zaten genelde bu sınıfın içinden gelirler. Böylece bilim mevcut iktidar yapısının sürdürülmesine yardımcı olur.

Bilim, sınıf politikasında olduğu gibi toplumsal cinsiyet politikasında da etkindir. Toplumumuzda bilimkadını sayısından çok daha fazla bilimadamı vardır: bu, erkekler ve kadınlar arasındaki doğuştan gelen ya da doğal farklılıkların bir ürünü değil, erillik ve dişillik arasındaki toplumsal ve dolayısıyla ideolojik farklılıkların bir ürünüdür. Bilim nihayetinde fiziksel dünya üzerinde güç uygulama aracıdır; dolayısıyla, toplumsal dünya üzerinde güç uygulayan erkeklerin bu gücünün fiziksel dünyaya da taşınması "doğal" görünmektedir. Bilimkadınları ile ilgili başat düşünce (eğer bunlar tıp gibi "bakma" ya da "besleme" alanlarında değillerse), bu kadınların erkekleştikleri ya da sıradışı oldukları yönündedir. Bu, ideolojinin, toplumda varolan iktidar dağılımını "normal" ve "doğal" kılan işleyişini göstermektedir.

İdeolojiyi bir fikirler dizgesi ya da düşünme yolu olmaktan çok, toplumdaki etkin bir siyasal güç olarak gören bu görüş ileride

daha ayrıntılı biçimde ele alınacaktır. Şimdilik ideolojinin bir anlam üretme yolu olduğunu belirtelim. Üretilen bu anlam daima toplumsal ve siyasal bir boyuta sahiptir. Bu görüş açısından ideoloji, toplumsal bir pratiktir.

İdeolojiyi anlama



Göstergebilimsel konuş lanet olasıca!

Bir pratik olarak ideoloji kuramı, Louis Althusser (1971) tarafından geliştirilmiştir. İkinci-kuşak Marksistlerden olan Althusser, Saussure ve Freud'un fikirlerinden etkilenmiş ve böylece Marx'ın daha ekonomi ağırlıklı kuramlarını açıklamak için yapı ve bilinçdi-şi kuramlarını kullanmıştır. Marx'a göre ideoloji oldukça açık bir kavramdı. Yönetici sınıfın fikirlerinin toplumda doğal ve normal görülmesini sağlayan bir araçtı. Tüm bilgiler sınıf-temellidir: işle-lerinde ait oldukları sınıfın özelliklerini taşırlar ve bu sınıfın çıkarları-nın ilerletilmesi için çalışırlar. Marx, alt sınıfın, yani işçi sınıfının kendi toplumsal deneyimlerini, toplumsal ilişkilerini ve dolayısıyla kendilerini, *kendilerine ait olmayan* fikirler aracılığıyla anlamaya yönlendirildiklerini söyledi. Bu fikirler, ekonomik ve dolayısıyla siyasal ve toplumsal çıkarları onlardan farklı olan ve etkin biçimde onlara karşı olan bir sınıfın fikirleridir.

Marx'a göre, burjuva ideolojisi işçileri, ya da proleterayı, *yanlış bilinç* durumu içinde tutmuştur. İnsanların, kim oldukları, toplumla nasıl ilişkilendirildikleri ve toplumsal deneyimlerini nasıl anlamlandırdıkları konusundaki bilinçleri, doğa ya da biyoloji tarafından değil toplum tarafından üretilmektedir. Bilincimizi doğa-

mız ya da bireysel psikolojimiz değil, içinde doğduğumuz toplum belirlemektedir.

Altıncı bölümdeki, siyahlar ve polis arasındaki çatışmayı gösteren fotoğrafla bu kuramı pratiğe indirgeyebiliriz. İster siyah ister beyaz olsunlar, fotoğrafı "yönetici sınıfların fikirleriyle" (yani, beyaz, orta sınıf mitleriyle) anlamlandıran ikincil sınıfların üyeleri yalnızca fotoğrafla ve gösterdiği olaylarla ilgili değil, aynı zamanda kendileri ve toplumsal ilişkileriyle ilgili olarak da "yanlış bir bilince" sahip olacaklardır. Bu "yönetici sınıf fikirleri" olayla ilgili anlamın genç siyahların doğasında – onlar "doğal" olarak saldırgan, çapulcu ve yasa tanımaz kişilerdir – aranması gerektiğini ve polisin, toplumdaki tüm sınıflara eşit ve nesnel biçimde uygulanan yasaların tarafsız uygulayıcıları olduklarını önermektedir. Dolayısıyla buradaki bilinç burjuva bilincidir ve fotoğraf okurlarını, ekonomik sistemle ilişkilerini adil ve doğal gören ve bu olay gibi toplumsal deneyimlerde "ortak duyusal" anlamlar inşa eden burjuva öznelere olarak "üretmektedir." Bu yanlış bilinçtir, çünkü bu tür bir çatışmanın asıl nedeninin siyahların doğasından çok toplumsal ilişkilerden kaynaklandığı "gerçeğini" reddeder: siyahların sertliğinin nedeni, kendilerini sürekli olarak ikincil konuma iten ve orta-sınıf beyazlara ayrıcalık tanıyan toplumdaki konumlarıdır. Bu bilinç, polisi "gerçekte" olduğu gibi göremez – polis, mülk sahiplerinin ve iktidarın çıkarlarını korumak üzere düzenlenmiş yasaların uygulayıcısıdır ve toplumsal değişme isteyen güçlere karşı statükonun sürdürülmesi aracıdır.

Yanlış bilinç olarak ideoloji kavramı Marx'ın kuramı açısından çok önemliydi, çünkü kapitalist toplumlardaki çoğunluğun kendilerini ikincil konuma iten bir toplumsal sistemi niçin kabullendiklerini açıklıyor görünüyordu. Ancak Marx, ekonomik gerçekliğin en azından uzun dönemde ideolojiden daha etkili olduğuna inanıyordu. Ve Marx'a göre işçiler kaçınılmaz olarak burjuvaziyi yıkacaklar, sınıf tahakkümünün olmadığı ve bir sınıfın çoğunluğu sömürmediği bir toplum yaratacaklardı. Böylece onları yanlış bilinç durumu içinde tutmaya gerek kalmayacaktı. Adil ve eşitlikçi bir toplumda ideolojiye gerek yoktur, çünkü herkes kendisi ve toplumsal ilişkileri hakkında "doğru" bir bilince sahip olacaktır. Bu kuram siyah gençlerin sertliğini, sosyo-ekonomik "gerçekliğinin," başat ideolojinin bu gerçekliği kabul ettirme çabasından daha

güçlü olduğunun bir göstergesi olarak görecektir.

Ancak, yirminci yüzyıl içinde kapitalizmin içsel bir devrimle yıkılmayacağı ve Rusya'daki devrimin Avrupa'ya ve batı dünyasına yayılmayacağı ortaya çıktı. Ancak kapitalizm, üyelerinin çoğunluğunu hala ikincil konumda tutmaya ve azınlık çıkarları doğrultusunda sömürmeye devam ediyordu. Bu durumu açıklayabilmek için, Althusser (1971) gibi Marksist düşünürler daha gelişkin bir ideoloji kuramı geliştirdiler. Bu kuram ideolojiyi toplumun ekonomik temeliyle çok yakın bir neden-etki ilişkisinden özgürleştirdi ve onu, bir sınıfın diğerine kabul ettirdiği bir fikirler dizgesinden çok, tüm sınıfların katıldığı süregiden ve her yana yayılmış pratikler dizgesi olarak yeniden tanımladı. Tüm sınıfların bu pratiklere katılması, bu pratiklerin artık başat sınıfın çıkarlarına hizmet etmediği anlamına gelmemektedir, aksine bu hizmeti kesinlikle yerine getirirler: yeniden tanımlanan ideoloji, Marx'ın inandığından çok daha etkilidir, çünkü dışarıdan değil içeriden işlemektedir – tüm sınıfların düşünce ve yaşam biçimlerine derinden işlemiştir.

Bir örnek verirsek, yüksek topuklu ayakkabılar kadınlara dışarıdan zorla kabul ettirilen yönetici cinsiyet (erkek) fikirleri değildir; ancak kadınlar bunları giyerek ataerkil ideolojik pratiğe katılırlar. Bu ayakkabılar, kadın vücudunun erkeklere çekici gelen kısımlarını –kalçalar, bacaklar, göğüsler– ortaya çıkarmaktadırlar. Böylece kadın kendisini erkek bakışı için çekici bir nesne olarak inşa etme eylemine katılmaktadır ve kendisini erkek iktidarına teslim etmektedir (onay vermektedir). Ayrıca bu ayakkabıları giyerek fiziksel etkinliğini ve gücünü de sınırlamaktadır – bunlar kadınları aksatmakta ve tehlikeli bir şekilde yürümelerine yol açmaktadır; böylece bunları giymek kadınların ataerki içindeki ikincil konumlarını pekiştirmektedir. Yüksek topuklu ayakkabılar giyen bir kadın erilligi daha güçlü ve daha etkin, dişilligi daha zayıf ve daha edilgin gören ataerkil toplumsal cinsiyet anlamlarını etkin biçimde yeniden üretmekte ve yeniden yaymaktadır.

İdeolojik pratiklerin en yaygın ve en görünmez pratiklerinden birisi Althusser'in deyimiyle "çağırma" ya da "seslenme"dir. Bu kavram bizim için oldukça önemlidir, çünkü her iletişim eyleminde kullanılmaktadır. Her iletişim birisine seslenir ve seslendiği kişiyi toplumsal bir ilişki içine yerleştirir. Kendimizi seslenilen olarak gördüğümüzde ve iletişime yanıt verdiğimizde kendi toplumsal ve

dolayısıyla ideolojik inşamıza katılırız. Eğer sokakta birisinin, "Hey sen!" diye seslendiğini duyarsanız, ya seslenilen kişinin kendiniz olduğunu düşünerek dönüp bakarsınız ya da duymazlıktan gelirsiniz, çünkü "kimsenin ama hiç kimsenin" sizinle bu biçimde konuşmadığını bilirsiniz: böylece çağrıda içerimlenen ilişkiyi reddedersiniz. Tüm iletişimler bize bir biçimde çağrı yapar ya da seslenir: örneğin bir çift yüksek topuklu ayakkabı, kadını (ya da erkeği) çağırır ve bu çağrıya ayakkabıları severek ya da giyerek yanıt verenler kendilerini ataerkil bir özne olarak konumlandırırlar. Ayakkabıları giyerek kendisini seslenilen olarak gören kadın, kendisini gönüllü olarak toplumsal cinsiyet ilişkileri içine yerleştirir; kadının bu ayakkabıları giymesinden hoşlanan erkek de kendisini eşdeğer ancak farklı biçimde konumlandırır – ona, iktidara sahip biri olarak seslenilmektedir.

Benzer biçimde, eğer biz levha 9'daki reklamın bize seslenmesine izin verirsek, toplumsal olarak erkek orta-sınıf özne konumunu benimsemiş oluruz. Kadının saf ve temiz, erkeğin de yılan gibi kötü olduğu fikrini kabul etmek ve erkeğin baştan çıkaran, kadının da baştan çıkartılan olduğunu 'ortak duyu' olarak benimsemek ataerkil bir pratiktir. Bu pratikte kişinin oynadığı rolün göstergesi olarak ekzotik bir içkiyi kullanma, reklama belirgin bir burjuva eğimi vermektedir. İster kadın ister erkek olalım, reklam bizi yılan, alkol, baştan çıkarma ve dolayısıyla kendimiz konusunda eril anlam üretme biçimiyle özdeşleşmeye davet etmektedir: böylece reklamın seslendiği bir okur haline geliriz. Bu, belirtilmesi gereken önemli bir noktadır, çünkü seslenmenin bizi kendi gerçek toplumsal kategorimizden farklılaşabilen ideolojik bir kategoriye yerleştirebileceğini göstermektedir. Böylece kadınlar, kendileri ve toplumsal ilişkileriyle ilgili eril bir anlam üretmek için "erkek" olarak konumlandırılabilirler; yine siyahlar beyaz, işçiler orta sınıf olarak konumlandırılabilirler. İletişim toplumsal bir süreçtir ve dolayısıyla ideolojiktir: seslenme, ideolojik pratiğin anahtar bir ögesidir.

Althusser'in bir pratik olarak ideoloji kuramı, Marx'ın yanlış bilinç olarak ideoloji kuramının ileri bir aşamasıdır, ancak Althusser'in kuramı, azınlığın çoğunluk üzerindeki iktidarının baskıcı olmayan araçlarla sürdürülmesinde ideolojinin rolünü vurgular. Avrupalı ikinci kuşak Marksistlerden olan Antonio Gramsci bu

alana yeni bir terim kazandırmıştır: *hegemonya*. Bu kavram çerçevesinde ideolojiyi bir mücadele olarak düşünebiliriz. Kısaca, hegemonya, çoğunluğun kendisini ikincil konuma koyan sisteme rızasının sürekli biçimde kazanılmasını ve yeniden kazanılmasını içerir. Gramsci'nin Marx ve Althusser'den farklı olarak vurguladığı iki öge, direnç ve istikrarsızlıktır.

Hegemonya zorunludur ve sıkı biçimde işlemek zorundadır, çünkü ikincil sınıfların toplumsal deneyimleri, başat ideolojinin kendileri ve toplumsal ilişkileri için çizdiği resimle sürekli olarak çelişir. Diğer bir deyişle, başat ideoloji, ilerletmeye çalıştığı toplumsal düzene insanların rızasını kazanmak için üstesinden gelmek zorunda olduğu dirençlerle sürekli olarak karşılaşır. Bu dirençler kırılabilirler ancak asla tümüyle yokedilemezler. Bu yüzden, hegemonyanın zaferi ve kazandığı rıza kaçınılmaz biçimde istikrarsızdır; asla elde bir olarak görülemez ve bu yüzden sürekli olarak yeniden kazanılmak ve üstünde mücadele edilmek durumundadır.

Temel hegemonyacı stratejilerden birisi "ortak duyunun" inşasıdır. Eğer yönetici sınıfın fikirleri (sınıf temelli değil de) *ortak* duyu olarak kabul edilebilirse, bu sınıfın ideolojik hedefleri gerçekleşir ve ideolojik işleyiş gizlenir. Örneğin, toplumumuzda suçluların cezalandırılmaları gereken zayıf ve günahkar bireyler olduğu düşüncesi bir "ortak duyudur." Bu tür bir ortak duyu, yasaları ihlal edenlerin ağırlıklı olarak dezavantajlı ya da güçsüz toplumsal gruplar içindeki erkekler olduğu gerçeğini gizlemektedir. Ortak duyu böylece, suçluluğun bireysel değil toplumsal nedenlerden kaynaklandığı biçimindeki olası anlam üretimini engellemiş olmaktadır. Toplumumuz bir yandan erkeklere erilliklerinin (genelde maddi ödüller ve toplumsal itibar ile ölçülen) başarılı bir performans göstermeye bağlı olduğunu öğretirken, diğer yandan bunların bir çoğunu da başarıya ulaşma araçlarından yoksun bırakmaktadır. Tesadüfen üst sınıflardan olan ve toplumsal açıdan başarılı bir performans göstermek için birçok alana sahip olan "yasalara-uyan yurttaşlar," suçluluğun, kendilerine birçok avantaj sağlayan sistemin bir ürünü olabileceğini ve sorunun çözümünün kendi ayrıcalıklarının bazılarını vazgeçmeyi gerektirebileceğini düşünme sorumluluğundan kurtulmaktadırlar. Suçluluğun adaletsiz bir toplumdaki çok günahkar bireyin bir ürünü olduğu yolun-

daki ortak duyu, burjuva ideolojisinin bir parçasıdır ve alt sınıflar (ve hatta cezayı hakettiklerini, adalet sisteminin adil olduğunu düşünen suçlular) tarafından kabul edildiği sürece, hegemonya işlemektedir. Onların ortak akla gösterdikleri rıza, anlık bile olsa hegemonyanın bir zaferidir.

İdeoloji kuramları, her tür iletişimin ve tüm anlamların toplumsal-siyasal bir boyutu olduğunu ve bunların toplumsal bağlamları dışında anlaşılamayacaklarını vurgular. Bu ideolojik işleyiş daima statükoyu kayırır, çünkü iktidarı elinde bulunduran sınıflar yalnızca malların değil aynı zamanda fikirlerin ve anlamların da üretimini ve dağıtımını kontrol ederler. Ekonomik sistem onların çıkarları doğrultusunda düzenlenmiştir ve bu sistemden türeyen ideolojik sistem de bu sınıfların çıkarlarını ilerletmeye, doğallaştırmaya ve gizlemeye çalışır. Farklılıkları ne olursa olsun tüm ideoloji kuramları, ideolojinin sınıf tahakkümünü sürdürmeye çalıştığı konusunda hemfikirdirler; farklılıklar bu tahakkümün sürdürülme biçiminde, etkililik derecesinde ve karşılaştığı dirençlerin kapsamında yatmaktadır.

Kısaca özetlemek gerekirse, Marx'ın yanlış bilinç olarak ideoloji kuramının toplumun ekonomik temeline çok yakından bağlı olduğunu ve işçi sınıfının maddi koşullarına aykırılığının kaçınılmaz olarak ekonomik düzeni ortadan kaldırmakla sonuçlanacağını varsaydığını söyleyebiliriz. Marx ideolojiyi, başat azınlığın fikirlerini tabi çoğunluğa zorla kabul ettirmesi olarak gördü. Bu çoğunluk yanlış bilinç içinde olduğunu er geç görecek ve kendisine zorla kabul ettirilen toplumsal düzeni değiştirecektir.

Ancak, Althusser'in bir pratik olarak ideoloji kuramı, ne yaşıntımızın her alanına erişmesi açısından ne de tarihsel olarak, ideolojiye hiçbir sınır tanımaz. Gücü, ikincil sınıfları kendi pratiklerine katma ve dolayısıyla bu sınıfların kendi toplumsal-siyasal çıkarlarına aykırı toplumsal kimlikler ya da öznellikler inşa etmelerine öncülük etme yeteneğinde yatar. Bu kuramın mantıksal sonucu, ideolojiden kaçınmanın mümkün olmadığıdır. Maddi toplumsal deneyimlerimiz bu ideolojiyle çelişse bile, bu deneyimlerimizi anlamlandırmada kullandığımız araçlar daima ideoloji yüklü olacaktır; bu yüzden, kendimizi, toplumsal ilişkilerimizi ve toplumsal deneyimlerimizi anlamlandırmada yapabileceğimiz tek şey, başat ideolojiyi uygulamaktır.

Gramsci'nin hegemonya kuramı, ya da mücadele olarak ideoloji, dirence çok daha büyük bir vurgu yapar. Her ne kadar ikincil sınıfların başat ideolojiye rıza gösterebilecekleri konusunda Althusser'le aynı görüşü paylaşıyorsa da, Gramsci'nin kuramı ikincil sınıfların maddi toplumsal koşullarının başat ideolojiyle çeliştiği ve bu yüzden başat ideolojiye direnç ürettiği konusunda ısrarlıdır. Onun tahakküm yapılarıyla ilgili açıklaması Althusser'inki kadar inandırıcıdır; ideolojinin üstesinden gelmek zorunda olduğu, ancak asla yok edemeyeceği dirençlere daha büyük vurgu yaptığı için de daha doyurucudur, çünkü toplumsal deneyimlerimizin içinde yer alan çelişkileri göz önüne alır. Toplumsal değişimi, Gramsci'nin kuramı olası, Marx'ın kuramı kaçınılmaz ve Althusser'in kuramı da olanaksız görür.

İdeolojik çözümleme

Levha 16 *Seventeen* dergisinden alınmıştır. Dergi, kapağıdaki yazılardan da anlaşılacağı gibi, "kızlığın bittiği ve kadınlığın başladığı" dönemi hedeflemektedir. Dergi, kızlık ve kadınlık arasındaki sınırı aşmada okurlarına yardımcı olmak için, genç kadınlara çekici ve gerçekçi görünen bir dizi dişillik anlamları aktarır, ancak son kertede iktidarı ellerinde bulunduranların, yani çıkarları bu derginin seslendiği okurlarınkine karşıt olan orta-sınıf erkeklerin çıkarlarına hizmet etmektedir.

Çözümlemeye en görünür olanla başlayalım, çünkü göstergebilim bize, en aşık ve sıradan olan yerde en büyük kültürel anlamın yattığını öğretir: Althusser ve Gramsci ortak duyunun yerine getirdiği ideolojik işlev konusunda bizi uyarır. Ortak duyu kavramı aslında sınıf temellidir, ancak sınıfsal kökenini yönetici sınıfın fikirleri içinde gizlemektedir. Bu sayfanın en aşık boyutu, görünüş ve evcillik üzerindeki vurgusu ve bu ikisi arasında kurduğu bağlantıdır. Sayfanın söylediği şey, kadınların göründükleri gibi oldukları ve görünümünün erkekler ve koca açısından önemli olduğudur. Böylece kadınlar başka bir toplumsal cinsiyetin, yöneten cinsiyetin gözleri aracılığıyla kendilerini görmeye (ve anlamlandırmaya) teşvik edilirler. Sayfanın orta sütunu gözümüzü, (ideal) aileyi temsil eden *The Waltons* isimli TV dizisinin bir fotoğrafından. ev yemekleri kitabına ve "June Cleaver sıcaklığına" doğru çeker –

NATURAL AWARE TRUTH REAL

N



Don't worry, be happy. The '90s attitude is back on clothes, music, food, and social awareness. Tilted starts retro for the '80s in their latest. Don't worry, be happy. The '90s attitude is back on clothes, music, food, and social awareness. Tilted starts retro for the '80s in their latest. Don't worry, be happy. The '90s attitude is back on clothes, music, food, and social awareness. Tilted starts retro for the '80s in their latest.



Home cooking

Don't worry, be happy

The '90s attitude is back on clothes, music, food, and social awareness. Tilted starts retro for the '80s in their latest. Don't worry, be happy. The '90s attitude is back on clothes, music, food, and social awareness. Tilted starts retro for the '80s in their latest.



The age of aquatics

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

John Doe

The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse. The sham thing, plain, sport, and sea horse.

"The role of the artist is to represent the truth, not the lie. The role of the artist is to represent the truth, not the lie. The role of the artist is to represent the truth, not the lie. The role of the artist is to represent the truth, not the lie."



Seventeen, January 1990

June Cleaver, geleneksel benekli kumaş ve beyaz fırfırlı önlük giymiş bir genç kızdır, ancak dağınık saçları ve kalçasını açığa çıkaran kıvrımları, cinsel düşkünlüğünün bir ipucudur. Sözcükler önlüğü fotoğrafın anahtar göstergesi haline getirir: "Artık önlük yalnızca yemek yaparken giyilmemektedir. Bu önlükler yumuşak ve cilvelidir, genç kızlara oldukça yakışmaktadır. Utangaç, tereddütlü virgüller genç kadınların kararsızlığını ve tereddütünü yeniden üretmekte ve okura bir genç kız olarak seslenmektedir. Çocuk önlüğü ve yetişkin önlüğü aynı giysidir, ancak çocuk önlüğü çocuklar ve yetişkin önlüğü de yetişkinler içindir: böylece kız ve kadın kategorilerini birarada tutmaktadır. İşlevi kadının temiz görünmesini sağlamaktır. (Erkek çocukların kirlenmesine izin verilir, çünkü kirlenme eril bir etkinliktir ve erkekler için görünüş çok önemli değildir. Erillik erkeklerin nasıl görüldüğüyle değil ne yaptığıyla tanımlanmaktadır. Böylece kir erkeklerin ürettiği ve kadınların temizlediği bir şeydir). Çocuk önlüğü kızları oyunun kirinden korur; yetişkin önlüğü kadını yaptığı işin kirinden korur, ancak her ikisi de kadının temiz görünmesini sağlar, böylece kızların oyunu kolaylıkla kadınların işine süzölmektedir. Kız "doğal" olarak kadın haline gelir. Kadın, en üst fotoğraftaki aileyi doyurmak için gerekli olan aşırı miktardaki yiyeceği üretmiştir. Erkek bu yiyeceği sanki kendisininmiş gibi dağıtacaktır ve böylece kadının emeği görünmeyecektir: kadının işi, erkeğin aileyi yönetmesini olanaklı kılmaktadır. En alt fotoğraftaki "işvelilik", kadının yaşamı boyunca besleyeceği ve hizmet edeceği erkeği yakalamak için oradadır.

Sol sütundaki üç genç kadın kendilerini görünüşleriyle tanımlamaktadırlar. Her biri kendisini fotoğraf makinesine sunmakta, rollerinin fotoğraf çekirmek olduğunu bilmektedirler; hiçbir şey *yapmamaktadırlar*, yalnızca orada görünmektedirler. Ve bu, edginliğin, çocuksuluğun, boyun eğişin görünümüdür. Yüz özellikleri gözlere ve ağızlara indirgenmiştir: en alttaki fotoğraf diğer tüm özellikleri açığa çıkaracak şekilde aydınlıktır ve üç modelin makyajları ile yüz ifadeleri aynı şeyi yapmaktadır. Tıpkı kocaman gözler ve zarif ağızlarla çizilmiş bebek, köpek yavrusu, kedi yavrusu, buzağı ya da yavru kuş resimlerinin çaresizliği nitelemesi gibi, fotoğrafta gözleri ve ağızı vurgulamak da özneyi "çocuksulaştırmanın" bir yoludur. Makyaj ve fotoğrafik uzlaşımlar kadının yüzündeki çocuksu anlamı yeniden üretirler. Bedensel duruşlar da aynı

şeyi yapmaktadır, çünkü bunlar Goffman'ın (1979) reklamlardaki toplumsal cinsiyet sunumlarıyla ilgili olarak yaptığı ayrıntılı çözümlemede ortaya koyduğu gibi, bedeni uysal bir cisime indirgemektedir. Bu duruşlar güçlü bir erkeğe boyun eğme konumundan seslenmektedirler.

Ortakdaki fotoğraf özellikle çocuksulaştırılmıştır. "Mutlu Yüz" işareti çocuksu bir çizimdir ve diğer fotoğraflar gibi yüzü gözlere ve ağıza indirgemektedir ve model diğerleri arasında en genç görünümlü, en erkek tavrı olanıdır. Diğer ikisi, çocuksuluk üzerine inşa edilen daha olgun bir cinselliğin göstergelerine sahiptirler, böylece ortakdaki modelin spor giysileri, üstteki modelin boyanmış saydam kumaşlı gömleğinde "yetişkin" modasına dönüşmektedir. Alttaki modelin çocuksu biçimde dağınık saçları ise bu modele dağınık bir görünüm vermektedir. Bu, orta sütundaki kız oyununun kadın işiyle birleşmesini yeniden üretmektedir. Buradaki ima, modanın (ya da görünüşün) kadın işi olduğu şeklindedir –kadınlar tıpkı yemek pişirerek erkeğin bedenini besledikleri gibi, çekici görünerek erkeğin göz zevkini de beslemektedirler.

Sağ sütun daha kannaşık ve çelişkilidir. İdeolojik işlevlerinden birisi, DOĞAL – FARKINDA – DOĞRULUK – GERÇEK sözcüklerinin anlamlarını, diğer sütunlarda işlenen dişillik anlamlarına aktarmaktır. Çevre ve kirlilikle ilgilenme "doğanın" "gerçek doğrusunun" "farkında" olmadır (ya da "gerçekliğin doğru doğası" veya "doğal gerçek doğru" – önemli olan kavramların gramer düzeni değil ilişkileridir). Sayfadaki belirtilmeyen ve bastırılan endişe, bazı okurların makyaj ve modayı yapay bulmaları ve hatta doğru, gerçek kadın bedenini kirlettiğini düşünmeleridir. Okurun bu konudaki potansiyel ilgisi, çevreye duyulan ilgiyle *yer değiştirmektedir*. ("Yer değiştirme", ideoloji kuramlarının Freudcu rüya kuramından ödünç aldıkları bir terimdir: bir konu ya da endişe psikolojik ya da ideolojik olarak bastındığında, bu konuya duyulan ilgi yalnızca meşru ve toplumsal açıdan kabul edilebilir bir konuyla yer değiştirilerek ifade edilebilir.) Çevreye duyulan ilgi takdir edilecek bir şeydir ve bu tür bir etkili yer değiştirmeyi mümkün kılan, çevre konusunun toplumsal kabul edilebilirliğidir. Makyaj ve kirlilik arasındaki yer değiştirilmiş bu ilişki, "yeni saydam pudralarla asla makyajlı görünüm, çünkü bunlar görünmezdirler ve bu yüzden de yüzün doğasını kirlilemezler – bunlar çevresel açıdan mü-

kemmeldir," mesajını vermektedir.

İdeolojik çözümlemede kullanılan bir başka terim *dabil etme*-dir. (birleştirme, içine katma (ç.n.)) Bu terim, başat sınıfların, ikinci sınıflardan gelen direnç öğelerini statükoyu sürdürmede kullanmaları sürecine gönderme yapmaktadır. Bunlar, dirençleri başat ideoloji içine dahil ederler ve böylece karşıtlıklarından yoksun bırakılırlar. "Endişelenme, hippie ol. Giyecek, müzik, yiyecek ve toplumsal bilinçte 60'ların tutumu geri geldi" cümleleri dahil etmeye verilebilecek iyi bir örnektir. ABD'nin güneyindeki ırkçılığa karşı özgürlük yürüyüşlerinden, Vietnam Savaşı'na karşı dünya ölçeğinde gerçekleştirilen protestolara ve Avrupalı ve ABD'yi kasıp kavuran hükümet karşıtı öğrenci gösterilerine kadar 1960'ların toplumsal hareketleri, moda, müzik tarzına ve güvenli, temiz bir çevre bilincine indirgenmiştir. Örneğin burada, 60'ların toplumsal bilincinin Kent State University'deki silahsız göstericilere polisin ateş açmasıyla ve dört öğrenciyi öldürmesiyle sonuçlandığı konusunda hiçbir ima yoktur. O dönemin siyasal karşıtlığı tehlikesiz hale getirilerek başat ideolojiyle birleştirilmiştir.

Rock and roll müziğinin de hayranları açısından muhalif anlamları vardır, ancak bu müzik de tehlikesiz hale getirilerek, toplumsal açıdan kabul edilebilir çevreci ve kirlilik-karşıtı hareketlerin ilgi alanlarıyla birleştirilmiştir. Birleştirme, bu toplumsal hareketleri doğaya duyulan ilgiye bağlayarak, kirliliğe kapitalizmin neden olduğu gerçeğini gizlemekte ya da maskeleymektedir – bu, 60'ların hippilerinin bilincinde oldukları, ancak *Seventeen* sayfasında anlamlı biçimde mevcut olmayan bir şeydir (*maskeleyme* ve *anlamlı yokluklar* ideolojik çözümlemenin önemli iki diğer terimidir). Grateful Dead isimli müzik topluluğu da dahil edilmiştir. Eski hayranları ve yeni hayranlarının büyük bir çoğunluğu açısından, bu grup alternatif yaşam biçimini, muhalif değerleri ve anti-kapitalist anlamları temsil eden muhalif bir müzik topluluğudur. Ancak bu sayfaya göre, gönderme yaptığı ve dahil ettiği 60'ların kültürünün ve Grateful Dead'in aksine, sorun kapitalizmde değildir: gerçekte, kapitalizm sorun olmaktan çok, ima edilen çözümdür, çünkü bir kızın görünümünü kadına dönüştürmesi için gereksinim duyduğu malzemeleri üreten kapitalizmdir. Ve kocası ile çocukları için evi çekip çevirmede gereksinim duyduğu şeyleri de kapitalizm üretir. Kapitalizm böylece kadının "gerçekten olması gereken" haline gel-

mesini olanaklı kılar. Çevreciliği kapitalizme karşı bir protestoya sevketme yerine doğaya duyulan ilgi altında gizleme, bu sayfadaki başka bir ideolojik pratiktir.

Yine bir diğer terim metalaştırmadır. Kapitalizm her şeyden öte meta üreten bir sistemdir, dolayısıyla üretilen metaların doğal görünmesini sağlamak, çoğu ideolojik pratiğin kalbinde yer alır. Arzularımızı, bu arzuları gidermek amacıyla üretilen metalar aracılığıyla anlamayı öğreniriz; sorunlarımızı, bu sorunları çözmek için üretilen metalar aracılığıyla düşünürüz. Böylece, genç kızlıktan kadınlığa geçişteki sorunlar, metalar –önlük, yemek kitabı, saç stili, giyecekler, makyaj– aracılığıyla çerçevelenmekte ve çözülmektedirler. Yapay toplumumuzu doğayla ilişkilendirme ve böylece doğal görünmesini sağlamak, sorunu metalaştırmaktadır – mücevherler üzerine doğal inciler, istiridye kabukları, deniz atları serpiştiririz; (meta sanat biçimi olan) reklamcılık, "Kirlilik Çözümleri" isimli televizyon reklamlarıyla çevreciliğe hizmet eder. *The Waltons* (Waltonlar)dan alınan fotoğraf aileyi metalarıyla tanımlar – aile bütünlüğünü gösteren ve hepsinin aynı anda oturmasına izin veren geniş, pahalı masa; büyük, rahat ev; iyi görünüşlü elbiseler; masadaki çiçekler, tabaklar ve gümüş çatal kaşık takımı. Orta sınıf zenginliği, kapitalizmdeki aile anlayışının önemli bir ögesi haline gelmektedir. Bu, *tüketen* bir ailedir; metalaşmış bir ailedir. (Fotoğrafı orijinal bağlamından çekip almak, bu dizinin Büyük Kriz dönemini anlattığı ve ana temalarından birinin yoksullukla başetmek olduğu gerçeğini gizlemektedir. Fotoğraf Waltonlar'ın siyasal açıdan karşıt okumalarını engellemekte ve aileyi sorunsuz meta kapitalizmi içine dahil etmektedir.)

Elbette derginin geri kalan bölümü reklamlarla, moda ve makyaj yazılarıyla, öneri sütunlarıyla ve kurmacalarla doludur. Tüm bunlar metaları tanıtmakta ve dolayısıyla bu metaları üreten ve dağıtanların ekonomik çıkarlarına hizmet etmektedirler. Kadınların bedenleri ve yaşamları sorun alanı olarak inşa edilmekte ve bu sorunlara çözüm sağlayacak metalar bulunduğu belirtilmektedir: bu sayfa derginin temsili bir örneğidir. Ve elbette dergi hepsinin içinde en önemli metadır. Genç okurların çıkarlarına yönelik duyarlılığının temelinde bu çıkarların uygun metalarla –elbette buna dergi de dahildir– karşılanabileceği düşüncesidir. Böylece genç okurlar derginin çıkarlarını kendi çıkarlarıymış gibi inşa et-

meye yönlendirilirler. Bu, ideolojinin, işçilere burjuva bilincini benimsettiği yönündeki Marx'ın savına ya da kadınların televizyon izlemede kendi beğenilerini hor görmek için eril değerleri benimzedikleri biçimindeki Morley'in bulgusuna benzemektedir.

Barthes'ın sözcükleriyle dişillik ve aile işbölümü *mitleri*, tıpkı diğer mitler gibi tarihi ve toplumu doğaya dönüştürürler. Böylece mitler, Waltonlar ve günümüz ailesi arasında, günümüz okuru ile 60'lardaki ebeveynlerinin kuşağı arasında, yemek kitabı üzerindeki anne ile kızı arasında ve sayfadaki kızlarla kadınlar arasında hiçbir farklılığa izin vermezler. Ne de bu sayfanın üreticilerinin ve okurlarının çıkarları arasında bir farklılığa izin verilir. Bu tür farklılıklar tarihsel ve toplumsal olarak üretilmektedirler ve mitlerin anlamları doğallaştırmasıyla maskelenmektedirler. Böylece mit, kızların "doğal" olarak kadın olduklarını ve kadınların da "doğal" olarak ev kadını haline geldiklerini söyler ve ne tür bir kadın haline geldikleri ve kimin çıkarlarına hizmet edildiği gibi sorular anlamlı biçimde dile getirilmemektedir. Doğallaştırma varolan düzenin evrensel ve dolayısıyla (tıpkı doğa gibi) değiştirilemez görünmesini sağlamaktadır; sorun, sistemin nasıl değiştirileceği değil, bu sisteme (doğru metaların yardımıyla) nasıl eklemelenileceği ve sonuçta sistemin nasıl sürdürüleceğidir.

Kadınların (gençken cilveli olma ve yaşlıyken analık duygusunu tatma) hazları ve bunları gerçekleştirmede kullanılan ürünler, kadınların ikincil konumunu garanti altına alan ataerkil kapitalist sistem tarafından üretilmektedir. Kadınlar bu metalaşmış hazların ve deneyimlerin gerçek olduklarını kabul ettikleri sürece kendi çıkarlarına karşı olan bir ideolojiyi etkin biçimde ilerletmektedirler: yani hegemonyaya katılmaktadırlar. Kadın kendisini bu sayfanın "seslendiği" kişi olarak görmekle ataerkil ideolojiyi deneyimlemektedir; kendisi ve geleceği ile ilgili temsilleri ortak duyu olarak kabul ederek, kendisinin ve kendisi gibi olanların sisteme olan rızalarının kazanılmasına yardımcı olmaktadır. Oysa bu sistemden uzun dönemde yalnızca orta-sınıf erkekler yararlanmaktadırlar.

Dirençler

Seventeen dergisindeki bu sayfa hegemonyanın işleyişinin iyi

bir örneğidir, ancak hegemonya sıkı biçimde işlemek zorundadır çünkü genç kadınların gündelik deneyimleri hegemonyayla sık sık çelişmektedir. Hegemonya, kendilerini ikincil konuma iten sisteme rızalarının kazanılma aracıdır, ancak zaferleri asla mutlak ya da istikrarlı değildir: gündelik yaşamın çelişkili deneyimleri yüzünden mücadele asla sona ermez ve başat ideolojinin kazandığı her zeminin sürekli biçimde savunulması ve etkin biçimde elde tutulması gerekmektedir.

Marx ve Althusser'in ideoloji kuramları başat ideolojinin işleyişinin ne kadar yaygın ve sinsi olduğunu gösternede oldukça kullanışlıdır, ancak onların bu yöndeki vurguları başat ideolojinin karşılaştığı dirençlerle giriştiği mücadelelerin boyutunu görmezden gelmelerine ya da hafife almalarına yol açmaktadır. Her iki kuram da ideolojik iktidarın neredeyse karşı konulamaz olduğunu varsayma eğilimindedirler. Bu nedenle ideolojik çözümleme metinlerin tutarlılığı, metindeki tüm öğelerin biraraya gelerek aynı öyküyü, yani beyaz ataerkil kapitalizmi anlatma biçimleri üzerinde odaklanır. Ancak, hegemonya kuramı tahakküm güçleri üzerindeki bu odaklanmayı genişletir ve bizi metinlerin ideolojik tutarlılıklarındaki çelişkilere bakmaya teşvik eder. Bu güçlerin dirençleri daima birleştirmeye çabalayacağını kabul etmekle beraber, bu taktiğin nihai etkililiğinden şüphe eder ve bazı dirençlerin kırılmadan kalacağını savunur. Bu çelişkiler ve direnç anları metinlerin hegemonyacı çözümlemesiyle belirlenebilir, ancak bunların gerçekte varolup olmadığını anlamanın tek yolu etnografik araştırmadır.

"Makyajsız görünüş," genç kadınların dirençlerini ideolojik yüz boyama pratiğine eklemleme taktiğidir. Birçok kişi makyaj yapmanın sisteme satılmak olduğunu düşünür ve makyaj yaparak kendilerini satarlar, kendilerinin olmayan bir toplumsal kimliği benimserler. Hem kapitalizme hem de ataerkiye direnç gösteren bu görüş açısının izleri *Seventeen* sayfasında bulunmaktadır ve metnin karşı okumalarını ilerletmek için durmaktadır.

Benzer biçimde, sol üst fotoğraftaki model yırtık kot giymektedir. Yırtık kot başat ideolojiye direncin bir göstergesi olabilir – normalden uzun bir süre kullanıldıkları için yeni bir kotun satın alınması geciktirilmektedir ve bu da metalaşmaya karşı küçük ancak anlamlı bir dirençtir. Bunlar ayrıca, "saygıdeğer kızların (örneğin, eşit derecede saygıdeğer erkekler tarafından evlenilebilir

görülenlerin) temiz, düzgün ve iyi giyimli olması gerektiği fikrine de karşıttır. En azından bu sayfanın geriye kalan kısmında ağırlıklı olarak tercih edilen anlamlara karşıtlığın ipuçlarını verirler.

Başka bir kitapta (Fiske, 1989a) kot giymenin ideolojik pratikleriyle ilgili etnografik bir çalışmayı aktardım. Sonuçta ortaya çıkan, bunları giymenin üç temel anlam öbeğini ya da dizisini yaydığı şeklindedir. İlki, kotların sıkı çalışma ve dinlenme, etkinlik ve emeğe verilen önemle ilişkilendirilmesidir. İkincisi, Amerika'nın Batısı etrafında kümelenen ilişkiler dizgesidir –özgürlük, doğallık, sağlamlık, gayri resmîlik, kendine yeterlik, gelenek gibi. Ve son olarak kotun Amerikalılık ve toplumsal oydaşma anlamları söz konusudur. ABD'nin uluslararası modaya biricik katkısı kotlardır. Bunlar oydaşmacıdırlar, çünkü her iki toplumsal cinsiyet tarafından, tüm sınıflar, ırklar ve her yaştaki insan tarafından giyilebilmektedirler –tüm toplumsal kategorileri aşarlar ve Amerika'da herkesin özgür, eşit olduğu mitini taşırlar. Bu yüzden, toplumsal cinsiyetleri ve yaşları (elbette ırkları ve sınıfları) açısından diğerleri kadar özgür ve eşit olmadıklarını düşünenler için, kotları yırtmak başat ideolojiye direnç göstermenin bir göstergesi olabilir. Endüstri elbette buna yanıt verir ve yırtık (ya da solmuş) kotlar üreterek bu tür dirençleri birleştirmeye çalışır, ancak bu tür giysiler hala farklıdırlar ve farklılıkları kotları giyenlerce bilinmektedir: bazı dirençleri birleştirmek mümkün değildir.

Dergi sayfasının orta solundaki kız, "her iki cinsiyete uygun" bir kot giymektedir – bu kız sayfadaki kadınların en gencidir ve dolayısıyla ergenlik çağı öncesine, yani toplumsal cinsiyet farkının en az belirgin olduğu döneme en yakın olanıdır. Ancak o, ergenlik çağını yaşayan bir genç kadındır ve dolayısıyla onun cinsiyet farklılıklarını reddetmesi, sayfada iletirmeye çalışılan ideolojik açıdan sınırlandırılmış dişillik anlamlarına direnç göstermenin bir işaretidir.

Eğer bu sayfa popüler olacaksa ve niyet edilen okurlarına doğru biçimde seslenebilecekse, başat ideolojinin sesinin içerdiği gibi bu okurların muhalif toplumsal konumlarının bazı göstergelerini de içermek zorundadır. Bu tür çelişkiler olmazsa, hedef alınan okurlar kendilerine seslenildiğinin farkına varamayabilirler; böylece sayfadaki çağrıyı reddedecekler ve iletişim gerçekleşmeyecektir. Tıpkı ikincil sınıfların toplumsal deneyimlerinin başat ideoloji

tarafından kendilerine sunulan anlamlarla çelişmesi gibi, bu sayfa-
nın da kendisiyle çelişmesi gerekir. Hegemonya kuramı, genç ka-
dınların ataerkil kapitalizme rızalarını kazanmaya çalışan bu sayfa-
daki ideolojik işleyişin yalnızca bir ideolojik pratik değil aynı
zamanda bir ideolojik mücadele olduğunu savunmaktadır. Ve s-
tesinden gelinmesi gereken dirençlerin asla yok edilemeyeceğini
belirtmektedir. İkincil sınıfların başat sisteme rızalarını asla kesin
biçimde kazanmak mümkün değildir; ilerinde daima direnç ge-
leri barındırırlar. Hegemonya kuramı, genç kadınlıkla ilgili başat
anlamlara meydan okumak ve hatta mümkünse değiştirmek için
daha az geleneksel ve daha isyankar anlamlara izin verir. Bu yüz-
den, tümüyle başat ideolojiye odaklanan kuramlardan daha iyim-
ser ve daha ilericidir.

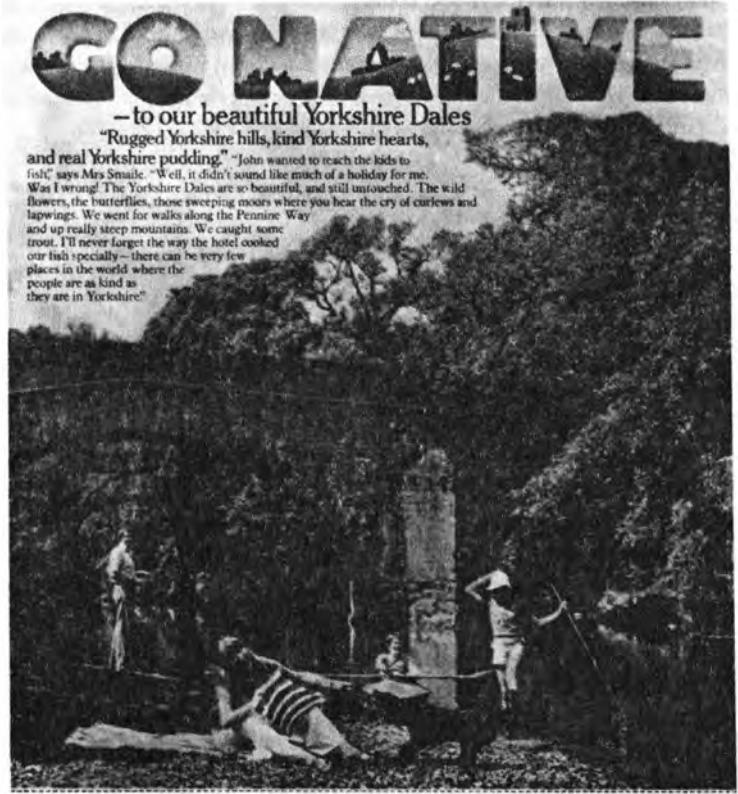
Daha ileri çalışmalar için neriler

1. Levha 17'deki reklamın göstergebilimsel bir çözümlemesini ya-
pınız. İkinci anlamlandırma düzeyine özel çaba gösteriniz: bu düzeyin be-
lirli bir ideoloji içinde nasıl anlamlı hale getirilebileceğini gösteriniz. Aile,
erillik, dişillik, toplumsal cinsiyet rolleri, doğa ve kent, boş zaman ve iş,
tüketim ve üretim ile sınıf tahakkümü ideolojisini tartışmalısınız.

Bu, başat kod çerçevesinde yeğlenen bir okuma üretmelidir. şimdi
müzakereli bir okuma yapınız: genelde doğayı ve özelde de Yorkshire
Vadisini seven birine uygun, ancak doğayı fotoğraftaki kentli aile gibi kul-
lanınayan bir okuma. Başka müzakereli okumalar yapınız. Müzakereli bir
okumanın başat ideolojiyi kabul ettiğini ve bu ideoloji içinde işlediğini
unutmayınız. Müzakereli okuma belli konular, inançlar ve insan grupları
için daha ayrıcalıklı konular inşa etmektedir.

Bu reklama köktenci biçimde karşıt bir okuma üretecek ya da rekla-
mı anlamsız hale getirecek bir ideolojiyi ana hatlarıyla ortaya koyunuz.

İdeolojik pratiği keşfetmede veya daha görünür kılmada gstergebi-
limsel çözümlemenin rolünü tartışınız. Belli okumaların yeğlenmesi ve
bunun da ideolojik bir sistem içinde işlediğinin bilinmesi, başat ideolo-
jinin sürekli beyin yıkamasına karşı bir savunma sağlayabilir mi? Bu tür bir
beyin yıkamayı olanaksız hale getirebilir mi? Ya da bize sadece yeğlenen
okumayı benimseme veya reddetme seçeneği mi sunmaktadır. Gösterge-
bilimsel çözümlemenin siyasal ya da ahlaki bir boyutu var mıdır?



Levha 17 "Doğaya dön"

Diğer okumalar: Dyer (1982), 6. bölüm; Hartley (1982), 3. ve 9. bölüm; Williamson (1978), s. 40-5, 122-37; Morley (1980), s. 16-21, 134; Barthes (1977), s. 32-51.

2. Levha 1a ve b, 11a ve 11b ile 18'e geri dönünüz. 1a ve 11a'daki fotoğraflar basında yer aldı; Levha 18'deki fotoğraf ise yer almadı. Niçin

olabilir? Bu levhaları elinizdeki veriler olarak kabul edip "ideoloji ve medyada polisin temsili" konusunu tartışınız. Barthes'ın, "ideoloji retoriği" olarak ikinci düzey anlamlandırma kuramını kullanmalı, gazetecilerin ve haber değerlerinin "profesyonel ideolojileri" ile bir bütün olarak

kültürün "başat ideolojisini" karşılaştırmalıdır. Yüksek tirajlı İngiliz basını için, Levha 18'in yer alabileceği bir sayfa düzenleyiniz ve başlık atınız. Kararlarınızın gerekçelerini anlatınız ve bu tercihlerin sizin ideoloji anlayışınıza nasıl uygun düştüğünü gösteriniz. Sözcüklerle görsel imgelerin etkileşimini anladığınızı da g ştermelisiniz.



Levha 18: Polis ve kız

(Eve Arnold'ın, *British Journal of Photography Annual*'da yayımlanan fotoğrafı, 1973).

SONUÇ

Ve nihayet sona geldik. Şimdi iletişim çalışmalarıyla ilgili yaklaşıma nasıl başladığımızı açıklığa kavuşturmak için Giriş bölümüne dönmek tam zamanıdır. Süreç okulu, ortak-duyusal iletişim modeli ile birçok çekiciliğe sahiptir. Daha işlevsel görünür; iletişim becerilerimizi geliştirmemiz için bizi cesaretlendirebilir ve böylece kendimizi etrafımızdaki dünyaya daha etkili biçimde kabul ettirmemizi olanaklı kılar. İletişimi bir belirleyici, iletişimi geliştirmeyi de toplumsal denetimi artırmanın bir yolu olarak görür. İletişimin etkilerini ortaya koymak için izleyici araştırmaları üzerinde yoğunlaşır. Bu, kısaca söylemek gerekirse, reklam yöneticisinin bakış açısıdır.

Saussure ve Peirce'ın çalışmalarından yola çıkılarak geliştirilen göstergebilim ise iletilerin aktarımı ile değil, anlamların üretimi ve değişimi ile ilgilenir. Buradaki vurgu sürecin aşamaları üzerinde değil, metin üzerinde ve metinle onu üreten/alımlayan kültür arasındaki etkileşimler üzerindedir: değerleri inşa etme ve sürdürmede iletişimin oynadığı rol ile bu değerlerin iletişimi anlamlı kılmada oynadığı rol üzerinde odaklanılır. Saussure ve Peirce'ın göstergenin nasıl aktarıldığı ile değil de göstergenin doğası ile ilgilenmeleri, bakış açısındaki değişimin işaretidir. Bu okul, iletişimde bozulma diye bir kavrama sahip değildir, etkililik ve doğrulukla ilgilenmez. İletişim mutlaka gerçekleşir: benim ürettiğim anlamın sizinkinden farklı olması iletişimin başarısızlığı olarak görülmez. Bu, ikimizin arasındaki toplumsal ve kültürel farklılıkların bir göstergesidir. Ve anlamlardaki farklılaşma başlı başına kötü bir şey de değildir: gerçekte bu, kültürel

ve altkültürel zenginliğin bir sonucu olarak görülebilir. Eğer biz anlamlardaki farklılaşmayı en aza indirmek istiyorsak, bu okula göre, bunu iletişim sürecindeki verimliliği artırarak başarmaya çalışmamalıyız. Yapılması gereken, toplumsal farklılıkları en aza indirmektir. Diğer bir deyişle, iletişimin belirleyenleri sürecin içinde değil, toplumun ve etrafımızdaki dünyanın içinde yatmaktadır.

Yani, kültürel ve toplumsal farklılıklar, süreç okulunun iletişimde bozulma olarak gördüğü şeyi kaçınılmaz olarak üretmek zorundadır. Konuyla doğrudan ilgili bir örnek vermek gerekirse, endüstriyel örgütlerdeki anlaşmazlıklar genelde iletişimdeki bir bozulmanın sonucu olarak görülürler. Bu, süreç okulunun getirdiği bir açıklamadır. Bir göstergebilimci iletişimde bozulma gibi bir şey olmadığını söyleyecektir: işçiler yöneticilerin söylediklerinden farklı bir şey söylüyorlarsa, bu sosyo-kültürel farklılığın bir görünümüdür: bu, firma ve toplum içindeki toplumsal ilişkiler hakkındaki bir iletidir ve bu yüzden yalnızca iletişim sürecindeki verimliliğin artırılması ile düzeltilemez.

Başka bir güncel örnek televizyondaki şiddettir. Süreç okulu mensupları televizyondaki şiddetle alıcıda görülen şiddet arasında doğrudan bir çizgisel bağlantı görürler. Göstergebilimciler ise, eğer bir okur şiddete yönelmişse, şiddetin nedeni olarak televizyon iletişimlerine olduğu kadar, okurun sosyo-kültürel deneyimlerine de bakılması gerektiğini savunur. Ve, televizyondaki şiddet miktarının azaltılmasının tek başına toplumdaki şiddeti azaltmayacağını öne sürer.

İletişim araştırmalarında doğru ve yanlış yollar olduğunu önerme niyetinde değilim. Ancak; daha çok ya da daha az verimli yollar bulunduğunu belirtmek zorundayım. Benim düşünceme göre, göstergebilim okulu iletişimdeki daha önemli sorulara yanıt arar ve bizim gündelik yaşantımızda karşılaştığımız sayısız sorunu anlamamıza yardımcı olmada daha kullanışlıdır. Yine de, bu okulun tüm yanıtları verdiğini kesinlikle düşünmüyorum. Süreç okulunun daha görgül çalışmaları göstergebilimcilerin değinmedikleri tehlikeli gedikleri doldurmada çok yararlı olmaktadır. Her bir okulun mensuplarının diğerlerinin çalışmalarını görmezlikten gelmesi üzüntü vericidir: (Gerbner ve Morley gibi) bazı araştırmacıların, yaptıkları güncel çalışmalarla her iki okulun biraraya getirilebileceğini göstermelerinden memnunluk duyuyorum. Umarım bu kitap da bu amacın gerçekleşmesine bir katkı yapacaktır.

KAYNAKÇA

- Abercrombie, M., *The Anatomy of Judgement*, London: Hutchinson, 1960.
- Althusser, L., "Ideology and ideological state apparatuses," *Lenin and Philosophy and Other Essays*, içinde, New York: Monthly Review Press, 1971.
- Argyle, M., "Non-verbal communication in human social interaction," der., R. Hinde, *Non-Verbal Communication*, Cambridge: Cambridge University Press, 1972.
- Baggaley, J. ve S. Duck, *The Dynamics of Television*, Farnborough, Hants: Saxon House, 1976.
- Barr, C., "Comparing styles: England v. West Germany," der., E. Buscombe, *Football on Television*, London: British Film Institute, 1975.
- Barthes, R., *Elements of Semiology*, London: Cape, 1968.
- Barthes, R., *Mythologies*, London: Paladin, 1973.
- Barthes, R., *Image-Music-Text*, London: Fontana, 1977.
- Barthes, R., "The photographic message," (1961) *Image-Music-Text*, London: Fontana, 1977.
- Barthes, R., "The rhetoric of the message," (1964) *Image-Music-Text*, London: Fontana, 1977.
- Barthes, R., "The third meaning," (1970) *Image-Music-Text*, London: Fontana, 1977.
- Benjamin, W., "The work of art in the age of mechanical reproduction," der., J. Curran, M. Gurevitch ve J. Woollacott, *Mass Communication and Society*, London: Arnold, 1977.
- Bernstein, B., *Class, Codes, and Control*, cilt 1, London: Paladin, 1973.
- Bernstein, B., "Elaborated and restricted codes: their social origins and some consequences," der., A. G. Smith, *Communication and Culture*, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.

- Blumler, J. ve E. Katz, der., *The Uses of Mass Communications*, Beverly Hills, California: Sage, 1974.
- Brockreide, E., "Dimensions of the concept of rhetoric," der., K. Sereno ve C. D. Mortenson, *Foundations of Communication Theory*, New York: Harper & Row, 1970.
- Buscombe, E., der., *Football on Television*, London: British Film Institute, 1975.
- Cherry, C., *On Human Communication*, 2. bs., Cambridge, Mass.: MIT Press, 1966.
- Cohen, S. ve J. Young, der., *The Manufacture of News*, London: Constable, 1973.
- Corner, J. ve J. Hawthorn, der., *Communication Studies*, London: Arnold, 1980.
- Culler, J., *Saussure*, London: Fontana, 1976.
- Curran, J., M. Gurevitch ve J. Woollacott, der., *Mass Communication and Society*, London: Arnold, 1977.
- Dominick, J. ve G. Rauch, "The image of women in network TV commercials," *Journal of Broadcasting* 16, 1972, ss. 259-265.
- Dyer, G., *Advertising as Communication*, London: Methuen, 1982.
- Eco, U., "Towards a semiotic inquiry into the TV message," (1965), *Working Papers in Cultural Studies*, içinde, University of Birmingham, no:3, 1972, s. 103-21; Ayrica, der., Comer, J. ve J. Hawthorn, *Communication Studies*, London: Arnold, 1980.
- Evans, H., *Pictures on a Page*, London: Heinemann, 1978.
- Fiske, J., *Television Culture*, London: Methuen, 1987.
- Fiske, J., *Understanding Popular Culture*, Boston: Unwin Hyman, 1989a.
- Fiske, J., *Reading the Popular*, Boston: Unwin Hyman, 1989b.
- Fiske, J., "Roland Barthes and the hidden curriculum," *Journal of Educational Television*, cilt 3, 1979, s. 84-86.
- Fiske, J. ve J. Hartley, *Reading Television*, London: Methuen, 1978.
- Fiske, J., R. Hodge ve G. Turner, *Myths of Oz: Readings in Australian Popular Culture*, Sydney: Allen and Unwin; Boston: Unwin Hyman, 1987.
- de Fleur, M., "Occupational roles as portrayed on television," *Public Opinion Quarterly* 28, 1964, s. 57-74.
- Galtung, J. ve M. Ruge, "Structuring and selecting the news," der., S. Cohen ve J. Young, *The Manufacture of News*, London: Constable, 1973.
- Gerbner, G., "Toward a general model of communication," *Audio Visual Communication Review* IV:3, 1956, s. 171-99.
- Gerbner, G. "Cultural indicators: the case of violence in television drama,"

- Annals of the American Association of Political and Social Science* 338, 1970, s. 69-81.
- Gerbner, G., "Cultural indicators: the third voice," der., G. Gerbner, L. Gross ve T. Melody, *Communication Technology and Social Policy*, New York: Wiley-Interscience, 1973.
- Gerbner, G., "Teacher image in mass culture: symbolic functions of the 'hidden curriculum'," der., G. Gerbner, L. Gross ve T. Melody, *Communication Technology and Social Policy*, New York: Wiley-Interscience, 1973.
- Gerbner, G. ve L. Gross, "Living with television: the violence profile," *Journal of Communication* 26:2, 1976, s. 173-99.
- Gerbner, G., L. Gross ve T. Melody, der., *Communication Technology and Social Policy*, New York: Wiley-Interscience, 1973.
- Glasgow Media Group, *Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul, 1976.
- Glasgow Media Group, *More Bad News*, London: Routledge & Kegan Paul, 1980.
- Goffman, E., *Gender Advertisements*, London: Macmillan, 1979.
- Guiraud, P., *Semiology*, London: Routledge & Kegan Paul, 1975.
- Gusfield, J. ve M. Schwartz, "The meanings of occupational prestige," *American Sociological Review*, 1963, s. 270.
- Hall, S. "Encoding and decoding in the television message," (1973a) der., S. Hall, D. Hobson, A. Lowe ve P. Willis, *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson, 1980.
- Hall, S. "The determinations of news photographs," (1973b) der., S. Cohen ve J. Young, *The Manufacture of News*, London: Constable, 1973.
- Hall, S., I. Connell ve L. Curti, "The 'unity' of current affairs television," *Working Papers in Cultural Studies*, University of Birmingham, no:9, 1976, s. 51-94.
- Hall, S., D. Hobson, A. Lowe ve P. Willis, der., *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson, 1980.
- Hartley, J., *Understanding News*, London: Methuen, 1982.
- Hawkes, T., *Structuralism and Semiotics*, London: Methuen, 1977.
- Head, S., "Content analysis of television drama programs," *Quarterly of Film, Radio and Television* 9:2, 1954, s. 175-94.
- Hinde, R., der., *Non-Verbal Communication*, Cambridge: Cambridge University Press, 1972.
- Hobson, D., Crossroads: *The Drama of a Soap Opera*, London: Methuen, 1982.
- Hodge, R. ve D. Tripp, *Children and Television*, Cambridge: Polity Press, 1986.

- Jakobson, R., "Closing statements: linguistics and poetics," der., T. Sebeok, *Style and Language*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1960; Ayrca, R. de George ve F. de George, der., *The Structuralists from Marx to Lévi-Strauss*, New York: Doubleday, Anchor Books, 1972.
- Jakobson, R. ve M. Halle, *The Fundamentals of Language*, The Hague: Mouton, 1956.
- Katz, E., M. Gurevitch ve E. Hass, "On the uses of the mass media for important things," *American Sociological Review* 38, 1973, s. 164-81.
- Kottak, P., *Researching American Culture*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 1982.
- Lakoff, G. ve M. Johnson, *Metaphors We Live By*, Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- Laswell, H., "The structure and function of communication in society," der., L. Bryson, *The Communication of Ideas*, New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948; Aynca, W. Schramm, der., *Mass Communications*, Illinois: University of Illinois Press, 1960.
- Leach, E., *Lévi-Strauss*, London: Fontana, 1974.
- Leach, E., *Culture and Communication*, London: Cambridge University Press, 1976.
- Leach, E., "Antropological aspects of language: animal categories and verbal abuse," der., E. Lennenberg, *New Directions in the Study of Language*, Cambridge, Mass.: MIT Press, 1964, s. 23-63.
- Leech, G. N., *A Linguistic Guide to English Poetry*, London: Longman, 1969.
- Lévi-Strauss, C., *The Raw and the Cooked*, London: Cape, 1969.
- McKeown, N., *Case Studies and Projects in Communication*, London: Methuen, 1982.
- McLuhan, M., *Understanding Media*, London: Routledge & Kegan Paul, 1964.
- McLuhan, M. *The Mechanical Bride*, London: Routledge & Kegan Paul, 1967.
- McQuail, D., der., *Sociology of Mass Communications*, Harmondsworth: Penguin, 1972.
- McQuail, D., *Communication*, London: Longman, 1975.
- McQuail, D., J. Blumler ve R. Brown, "The television audience: a revised perspective," der., D. McQuail, *Sociology of Mass Communications*, Harmondsworth: Penguin, 1972.
- Monaco, J., *How to Read a Film*, New York: Oxford University Press, 1977.
- Morley, D., *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute, 1980.

- Morley, D. *Family Television*, London: Comedia/Methuen, 1986.
- Newcomb, T., "An approach to the study of communication acts," *Psychological Review* 60, 1953.
- Ogden, C. ve I. Richards, *The Meaning of Meaning*, 2. bs., London: Routledge & Kegan Paul, 1949.
- Osgood, C., *The Measurement of Meaning*, Illinois: University of Illinois Press, 1967.
- Paisley, W., "Studying style as a deviation from encoding norms," der., G. Gerbner v.d., *The Analysis of Communication Content*, New York: Wiley, 1969.
- Parkin, F., *Class Inequality and Political Order*, London: Paladin, 1972.
- Peirce, C. S., *Collected Papers*, Cambridge, Mass.; Harvard University Press, 1958.
- Radway, J., *Reading the Romance: Feminism and the Representation of Women in Popular Culture*, Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
- de Saussure, F., *Course in General Linguistics*, London: Fontana, 1974.
- Sebeok, T., der., *A Perfuson of Signs*, Bloomington: Indiana University Press, 1977.
- Sebeok, T., der., *Sight, Sound and Sense*, Bloomington: Indiana University Press, 1978.
- Seggar, J. ve P. Wheeler, "The world of work on television: ethnic and sex representation in TV drama," *Journal of Broadcasting* 17, 1973, s. 201-214.
- Shannon, C. ve W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Illinois: University of Illinois Press, 1949.
- Smith, A. G., der., *Communication and Culture*, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.
- Smyte, D., "Three years of New York television," *National Association of Educational Broadcasters Monitoring Study*, no:6, Urbana, Illinois, 1953.
- Walker, M., *Daily Sketches: A Cartoon History of British Twentieth Century Politics*, London: Paladin, 1978.
- Weaver, W., "Recent contributions to the mathematical theory of communication," Ek, C. Shannon ve W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Illinois: University of Illinois Press, 1949a.
- Weaver, W., "The mathematics of communication," *Scientific American* 181, 1949b, ss. 11-15; Aynca, A. G. Smith, der., *Communication and Culture*, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1966.
- Welch, R., A. Huston-Stein, J. Wright ve R. Plehal, "Subtle sex role cues in children's commercials," *Journal of Communication* 29:3, 1979, ss. 202-209.

- Westley, B. ve M. MacLean, "A conceptual model for communication research," *Journalism Quarterly* 34, 1957, s. 31-38.
- Williams, R., *Marxism and Literature*, Oxford: Oxford University Press, 1977.
- Williamson, J., *Decoding Advertisements*, London: Marion Boyars, 1978.
- Woollacott, J., *Messages and Meanings*, Milton Keynes: The Open University Press, 1977.
- Wright, C. R. *Mass Communications: A Sociological Approach*, 2. bs., New York: Random House, 1975.
- Zeman, J., "Peirce's theory of signs," der., T. Sebeok, *A Perfusion of Signs*, Bloomington: Indiana University Press, 1977.

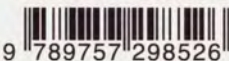


John Fiske

İletişim Çalışmalarına Giriş

İletişim Nedir?
İletişim ürünlerini
nasıl çözümlemeli?
İletişim çalışmalarında
hangi yaklaşım
daha işlevseldir?
İdeoloji medya aracılığıyla
nasıl işliyor?
Anlamlandırma çerçevelerimiz
nasıl belirleniyor?
Haber fotoğrafları
ya da popüler
televizyon programları
gibi görünürde çok basit
iletişim biçimlerinin
gizli kültürel
anlamlarını nasıl
keşfedebiliriz? İşte
İletişim Çalışmalarına Giriş,
bu ve benzeri sorulara
verilebilecek yanıtları
aramaya yönelik
bir çabanın ürünüdür.

ISBN 975-7298-52-2



9

789757 298526



Bilim ve Sanat