

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>

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ

KURAMSAL TEMELLER

Prof. Dr. Cengiz ANIK

DERİN
OKULU

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ

KURAMSAL TEMELLER

Prof. Dr. Cengiz ANIK

DERİN
YAYINLARI
İSTANBUL 2014

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

Kitabın Adı

İletişim Sosyolojisi Kuramsal Temeller

Yazar

Prof. Dr. Cengiz Anık

Yayın No 0121

ISBN 978-605-4993-31-4

Kapak Tasarımı

Yurdagül TUNCA

Yayıncı

DER Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım Paz. Ltd. Şti.

Molla Fenari Sokak, Der Han 28/A, 34410 Cağaloğlu - İSTANBUL.

Tel: (0212) 527 01 65 - 511 51 90 / Faks: (0212) 511 47 76

e-posta:der@der yayinevi.com.tr / info@der yayinevi.com.tr

www.deryayinevi.com.tr

Sertifika No: 12158

Şubelerimiz

Der Kitabevi Sahaflar Çarşısı No: 1 Beyazıt / İSTANBUL

Tel: (0212) 513 55 75

Derin Kitabevi Sahaflar Çarşısı No: 3 Beyazıt / İSTANBUL

Tel: (0212) 513 18 20

Basım / Cilt

Ada Ofset Matbaacılık Tekstil Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.

Litros Yolu 2. Mat. Sit. E Blok 1. Kat No: ZE2 / Topkapı - İSTANBUL

Sertifika No: 14460

Derin Yayınları© Der Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım Paz. Ltd. Şti.'nin tescilli bir markasıdır.

Copyright © Bu kitabın, tüm hakları Der Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım Paz. Ltd. Şti'ne aittir. Yayınevinin yazılı izni alınmadan tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, kopyalaması, çoğaltımı veya dağıtımı yapılamaz.

ÖNSÖZ

1990 yılını Kültür Bakanlığı "Bilgi Yılı" ilan etmişti. Kültür Bakanlığı, Türkiye kamuoyunun gündemine yeni yeni giren "Bilgi Toplumu" ya da "postmodernizm" tartışmalarına ilgi toplamak amacıyla, "Bilgi Toplumu Yazılı Eser Yarışması" düzenlemişti.

Elinizdeki kitabın "*Bilgi fabrikaları ve Müşteriler*" isimli ilk ve ham hali, bu yarışmada ödüle layık görülmüştü. Kitap, yeni ilaveler ve tümüyle yeniden kaleme alınarak 2003 ve 2005 yıllarında yayınlandı ama okurla gerektiği gibi buluşturamadık

O kitaptaki birkaç metin burada tekrar kaleme alındı. Ama kitabın asıl önemli ve özgün yanı, iletişim sosyolojisinin kendisini akademik bir disiplin olarak kurma şansı tanımaya katkı sağlayacak bir içerikle, kitabın yeniden kurgulanmasıdır.

Kitabın üç eki var. İlk ekteki, 1999'da yayınlanmış olan makalede, o yıllarda yaygın olarak kullanılan; alıcı, verici, hedef gibi kavramların, iletişim bilimi açısından anlamsız olduğu, onun yerine "taraf" kavramının kullanılması gerektiği iddia edilmişti. Kuşkusuz ki o yıllarda dikkat çekmedi. Ama yeni medyanın hepimizi kasıp kavurduğu şu günlerde, sanıyorum ki, 15 yıl önce yayınlanmış olan o makale daha fazla ilgi uyandıracaktır. Diğer iki ek ise, iletişim sosyolojisinin odak konuları ile ilgileri bulunması münasebetiyle okurların ilgisine sunulmuştur.

Son olarak, itiraf etmeliyim ki, saygıdeğer yayıncım olmasaydı, böyle bir kitap hazırlamak aklıma gelmeyecekti. Çünkü önümde sanki benim daha çok önemsemekte olduğum "*İletişim Bilimi Açısından Bilim ve Yöntem*" isimli bir kitap vardı ve onu tamamlamaya çalışıyordum.

Onu tamamladıktan sonra elimde hazır olan “*Devlet, Derin Devlet ve Sokak*” isimli bir diğer kitabımı yayına hazırlamaya çalışacaktım.

İletişim Bilimi ve Siyasal iletişim ile ilgili elimdeki çalışmaları yayına hazırladıktan sonra böyle bir kitaba başlamayı planlamıştım ama yayıncım bütün planlarımı değiştirdi ve elinizdeki kitabı öncelikle yayına hazırlamama neden oldu. İyi ki de öyle yaptı.

Söz verdiğim tarihte yetiştiremediğim için, yayıncıma teşekkürümü özrümle buluşturarak sunuyorum.

Ayrıca dikkatli bir gözle okuyup kıymetli katkılarda bulunan, değerli meslektaşım Ayşe Gül Soncu’ya, sevgili asistanım Gül Türk ve bu çalışmanın yayınlanmasında emeği geçen sevgili doktora tez öğrencim Simge Kurban Özselçuk’a teşekkür ediyorum.

Cengiz Anık
Ekim 2014

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	V
İÇİNDEKİLER	VII
GİRİŞ	1

I. BÖLÜM

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNİN KAYNAKLARI VE KAVRAMSAL ÇATISI	9
---	---

1. Literatürdeki Bazı Köşe Taşları	10
2. İletişim Sosyolojisinin Odak Konuları	19
a) İletişimin Toplumsal Mahiyeti	20
b) Yaşam Tarzı ve Kurallar Bütünü Olarak Kültür	26
c) Toplumsal Unsurların Communicative Değeri	28

II. BÖLÜM

TOPLUMSAL SİSTEM VE MEDYATİK İNŞA	47
---	----

1. Etkileşim Sistemi	47
2. Temsiliyet	49
3. Temsiliyet Mekanizması	51
4. Sembolik Etkileşimcilğe Göre Etkileşim	55

III. BÖLÜM

MITOLOJİK METİNLERİN MEDYATİK İŞLEVİ	67
--	----

1. Mitolojik Metinlerin İşlevleri	67
2. Bilgi Kaynağı Medya Kitap Arsivi - https://rantey.org	72

3. Meşruiyet Aracı Medya	79
4. Davranış Kalıpları Sunan Medya	89
4.1. Davranış Kalıpları Sunan Medyanın Kutsal Misyonu	90
4.1.1. Pastörizasyon	92
4.1.2. Sekülerizasyon.....	93
4.2. Davranış Kalıpları Sunan Mitolojik Metinler	98
5. Psikolojik Tatmin, Eğlence ve Boş Zamanları Değerlendirme Aracı Medya.....	101

IV. BÖLÜM

BİLGİNİN MET’ALAŞMASI 113

1. İlkel Topumlarda Medyatik İlişkilerin Mahiyeti	114
2. Bilgiye Dayalı Eşitsizliklerin Yarattığı Egemenlik İlişkileri.....	118
3. Modern Toplumun Teşekkülü ve Bugünkü Mass Medyanın Tebarüz Etmesi.....	121
4. Zihniyetin Yeniden Formatlanması	130
5. Modern Yaşamın Değer Ölçütü Olarak Met’a Fetişizmi	132
6. Bilgiyi Üreten ve Yayan Zihinsel Efendi Olarak Modern Mass Medya	141

V. BÖLÜM

MEDYATİK ÜRÜN TÜKETİCİSİ: KİTLE 159

1. Kitle ve Kitle Kavramının Anlam Alanı.....	159
2. Mass Medya Yayınları ve Hedef Kitlenin Teşekkülü	166

VI. BÖLÜM

ARAÇ BİREY İLİŞKİSİ VE CİHAZLA

DOLAYIMLANAN İLETİŞİM 177

1. Yüzyüze İletişimle Kitle İletişiminin Farkları 177
2. Kitle İletişiminin Yayın Süreci ve Yanlılık 180
3. Hedef kitlenin Mesajları Algılaması 181
4. İlgı Gösteren ve Katılan Taraflar Olarak Araç ve Kitle . 183

EKLER

EK-1: Anık Cengiz (1999) “*Varoluşculuk ve İletişim*” **İletişim** 99/1 Kış, İletişim Fakültesi Dergisi, 1999, s: 99-119 .. 195

EK-2: Anık Cengiz (2009) “*Bilginin Toplumsal İşlevlerine İlişkin Yaklaşımları Tasnif Denemesi*” **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Bahar-2009 Sayı 28, s:1-28.....218

EK-3: Anık C., ve Soncu (2010), “*Kültür, Medeniyet ve Modernizm Üzerine: Yaprak Dökümü Bağlamında Bir Değerlendirme*” **Global Media Jurnal** Cilt:1, Sayı:2 Güz:2010, s: 50-80255

GİRİŞ

İletişim konusunda kitap yazmak hem çok kolaydır hem de çok zordur. Adında iletişim bulunan yerli bazı kitaplara baktığınızda ya hemen hemen birbirinin kopyası olduğunu görürsünüz ya da dayanaksız, tutarsız, gerçek hayatla ilintisiz bir yığın laf kalabalığı ile yüz yüze kalırsınız. Akademik yayınlar bile bundan müstağni değildir. Sırtından bakınca 500 sayfalık kalın doktora tezleri vardır ama içine baktığınızda, tez, gazete küpürlerinin fotokopilerinden ibarettir. İletişim sosyolojisi ve siyasal iletişim, hakkında en fazla tez yazılan alanlardır ama neredeyse tezlerin üçte ikisinde, belirli bir paradigma ile belirli bir parametreyi açıklama çabası yoktur. Paradigmaları yarıştırma mahareti sergileyerek, belirli bir paradigmayı tercih edip, ondan mülhem bir model oluşturup, modelin; belirli bir parametre ya da fenomen veya case'i açıklamaya ne kadar muktedir olduğunu gözler önüne seren doktora tezi ise yok denecek kadar azdır.

Çok daha ironik bir örnek vereceğim: Türkiye'deki Bakanlıklardan birisinin adında haberleşme var. İngilizceye communications olarak çevirmişler. Neden news diye çevirmemişler diye sorsalar ve akademik bir açıklama isteseler, verebileceğim cevaptan emin değilim. Aynı Bakanlıkta Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu isimli bir kuruluş daha var. Web sayfasına bakarsanız, biz iletişim akademisyenlerinin çalışma alanlarıyla ilgili tek bir cümle bulamazsınız. Adı iletişim olan bu Kurum'un çalışma alanı genellikle bilgisayar ve internet. Kurum yetkilileri dese ki; "Sizin de fakültenizin adı communication. Her halde bizim için eleman yetiştiriyor olmalısınız, bize stajyer öğrenci gönderin". Kişisel çabaları ile öğrenmemiş iseler, göndereceğimiz öğrenciler muhtemelen, bilgisayar ekranındaki internet tarayıcısının ne işe yaradığını bilmiyor olacaktır. Adı "communication" olan sanıyorum sayıları 100'e yaklaşan fakülte var. Özellikle devlet üniversitelerindeki fakülteler, gazetecilik, halk-

la ilişkiler ve tanıtım, radyo televizyon ve sinema adı altında üç bölümde lisans eğitimi veriyor. Pek çoğu anabilim sıfatıyla tezsiz ve tezli yüksek lisans ile doktora programlarına sahip. Bu programlardaki; iletişim bilimlerine giriş, iletişim kuramları, medya kuramları, siyasal iletişim, iletişim sosyoloji, iletişimin ekonomi politigi, iletişim tarihi ve buna benzer derslerde hemen hemen aynı konular işlenmektedir ama öğrenci communication ile communications arasındaki farkı öğrenmiş olarak mezun olmaz ya da söz gelimi konuşan bir kişi özelindeki iletişim sürecinde araç ile kanal ayrımını öğrenmez ve hatta vehicule, media, instrument arasında nasıl ayırım yapacağını hocası bile ona anlatamaz. Çünkü “hoca”ların pek çoğu tez yazarken veya akademik metin üretirken, verebileceği mevcut derslere göre konu seçmiştir. Akademik çalışma konusunun aksiyomatik zemini nedir? Kavramsal çerçeve nasıl oluşturulmalıdır? Kuramsal alanı nedir? Sorunsalı nedir? Bu sorunsala ilişkin paradigmlar neler söylüyor? Paradigmların olgusal tekabuliyetine ilişkin bulgular nelerdir? Hipotez ile assumption nerede, nasıl işime yarar? gibi sorular, bu tarz “hoca”ları akademik çalışma yapmaya yönelten amiller değildir.

Tarlamız budur: Bu tarlaya ne eksen olur. Bu yüzden de; sıradan, harc-ı alem, basit, popüler, ajitatif ve dozu yerinde ideolojik veya tarafgir olması kaydıyla, iletişim alanında ne yazar-sanız okunur.

Öte yandan iletişim alanında kitap yazmak çok zordur. Zira adı üzerinde bile uzlaşamadık. Sosyal bilimciler communication diyor ve biz, ortaklaşım değil de Türkçeye iletişim diye çeviriyoruz ama teknoloji ekseninde çalışan akademisyen ve uzmanlar kendi çalışma alanlarında yaptıkları pek çok iş ve hatta bazı aygıtların işlevlerine communications adını veriyorlar. Türkçeye muhaberat olarak çevirebiliriz ama, bilgilerin alınıp verilmesi iş ve işlemlerini anlatmakla birlikte bu çeviri; ana toplanma ve dağıtma işlemi anlamındaki, bütün verilerin bir merkezde toplanması ve oradan dağıtılması işlemini de tanımlayan communications kavramını tam olarak karşılamayacaktır.

İletişim alanında çalışmaya başladığınızda, birey ve toplum ile ilgili ne kadar akademik disiplin varsa, hepsinin birikimi önünüze koskocaman bir dağ gibi dikilmektedir. Şu kadarıyla değilse bile bu kadarıyla ilgili muhakkak vukufiyet çıkmazına saplanıyorsunuz ve her şeyi bırakıp lisans düzeyinden itibaren ona vakıf olmaya çalışıyorsunuz. Yetmiyor. Bir de konunun teknolojik boyutu var ki, ona, uzmanları bile henüz yeterince vakıf değil.

Bu ve benzeri bazı ayrıntıları göz önüne getirdiğinizde, gerçekten de, iletişim alanında kitap yazmak çok zordur. Biraz da bu yüzden galiba, bizler, sürekli, birbirimizi taklit ediyoruz ve birbirimizin cehaletini durmaksızın yeniden üretiyoruz.

Bununla birlikte ben, elinizdeki bu kitabın, bu zafiyetlerin bazılarında bir miktar arındırılmış olduğunu düşünüyorum, ukalalık sayılmaz ise şayet. Sosyoloji, sosyal psikoloji, psikoloji, felsefe, iktisat tarihi ve sosyal tarih, sosyal antropoloji gibi disiplinlerle elbette iletişim sosyolojisinin örtüştüğü genişçe bir yüzölçümü var. İletişim sosyolojisi ile doğrudan ilgisi olmamakla birlikte; zihin felsefecilerinin, yapay zeka teorisyenlerinin, çok az da olsa dinler tarihinin verilerinden biz bu kitapta yararlandık.

Kısacası, iletişim sosyolojisi bir disiplin olarak kendisini kurmak istiyorsa, buna benzer akademik birikimden kendisine bir yapı harcı oluşturmaya mecburdur. Akademik disiplinin sütunları muhakkak ki, sadece kendisine ait kavramlardan oluşmalıdır. Kendisine ait kavramsal sütunları bulunmayan ve bu sütunlar üzerinde kuramsal bir çatı inşa edememiş bir alan asla akademik bir disiplin olamaz. Bununla birlikte, disipline olmak isteyen akademik bir alan, kavramsal sütunlarını örür iken, değişik disiplinlerin birikimleriyle oluşturmuş yapı harcını kullanmaya mecburdur.

Çoğu zaman belirli bir bilimsel disiplin kendi tutarlılık ve geçerlilik ilkeleri ve bilhassa kendisine özgü aksiyom gereği, kendi bilimsel ana dallarını ve onların da hiyerarşik olarak altında yar alması gereken bilim dallarını kurabilmektedir. İletişim ala-

nı da öncelikle, bilim ve teknoloji olarak net bir biçimde ayırt edilmiş durumdadır. Communication ve communications kavramları, iletişim alanının, bilim ve uygulama olarak yollarını tam olarak ayırmış olduğuna açık delildir.

Bununla birlikte, iletişim bilimi, önce kendisinin sonra da alt dallarının kurulmasına dair bilimsel alışkanlığa sanki çok fazla müsait görünmüyor. Galiba önce, tahkim edilmiş ve tek mil bir biçimde ana bilim dallarını kurduktan sonra, iletişim biliminin kapsam ve sınırlarını takdir etmek gerekmektedir. Zira, alt dallarını oluşturmada, iletişim biliminin işgal ettiği bilimsel alanı kestirebilmek pek mümkün görünmemektedir.

Elbette, hem iletişim biliminin hem de onun iletişim sosyolojisi, siyasal iletişim gibi ana bilim dallarının aksiyomları olmak zorundadır. Zira aksiyom, bilimsel alanları disipline etmek amacıyla ihtiyaç duyulan ve öteden beri geçerliliğini koruyan apaçıklık ilkesinin bir türevidir. Apaçıklık ilkesi gereği aksiyom, kanıtlanmaya gerek duyulmadan veya olgusal tekabuliyet testine tabi kılınmadan kabul edilen yargılardır ama aynı zamanda bilimsel birer buyruktur. Bu buyruk belirli bir bilimsel disiplinin kapsam ve sınırlarını belirler ki, her disiplin, aksiyom tarafından takdir edilen rotada işlesin. Bunu çok tutucu bir tavır olarak algılamamak gerekir. Zira aksiyom; matematik, geometri benzeri disiplinlerdeki postülalar gibi üzerindeki uzlaşma ortadan kalkmadığı sürece varlığını koruyan buyruklar değildir. Aksiyom, çok zor olabilir ama postüladan farklı olarak, olgusal tekabuliyetine ilişkin kuşku oluştuğu takdirde, derhal değiştirilebilir.

Okuduğunuz bu çalışmanın, iletişim sosyolojisinin disipline olmasına katkı sağlayacağına dair bir iddiası bulunmaktadır. Ama bu sadece bir iddiadır. Yani benzeri pek çok başka iddia ile, iletişim sosyolojisinin disipline olması yolunda mesafe kat edilebilecektir. Aynı amaçla *“Siyasal İletişimin Kuramsal Boyutlarına İlişkin Bir Tasnif Denemesi”* isimli bildiri ile siyasal iletişimin disipline olmasına yönelik olarak, tarafımızdan bir çaba sarf edilmiştir. Onun da pek çok eksiği vardır ama bu çalışmaları, yerli

ve yabancı benzerleriyle birlikte “piyon” çalışmalar olarak kabul etmek gerekmektedir. Zira tek bir tane veya on adet ya da yüz kadar çalışma sonucunda bir disiplin asla kurulamaz. Ama kurulmaya yönelik olarak oyunu başlatan piyonlar gibi, bu tarz çalışmalar, disiplinin disipline olma hareketini başlatma işlevini ifa etmektedirler. Ayrıca Logic kavramının alışılmış anlamı gereği, bu tarz çalışmalar o kadar çoğalmalıdır ki, derlenip toparlanmaya, bir araya getirilmeye ve birbirine eklemlenerek anlamlı bir bütün oluşturulmasını gerektirecek kadar ürünler birikmiş olsun. Bu birikim elde edildikten sonra, bilimsel bir alandan bahsetme şansımız olacaktır ve hatta sadece bu birikimi sağladıktan sonra, kendimizi epistemik bir kalenin koruması altına alabiliriz. Aksi takdirde böbürlenmemiz için haklı ve makul hiçbir gerekçemiz olamaz.

Son olarak önemli bir imkandan da bahsetmemiz gerekmektedir. Bu imkanı Şikago Okulu olarak bilinen sosyoloji ekolünün eserleri sunmaktadır.

İletişim bilimi ile iletişim biliminin alt dallarının aksiyomlarına ışık tutma potansiyeli taşıyan bu eserlerin iletişim bilimine katkısını şöyle özetlemek mümkündür:

İletişime ilişkin öncü çalışmalarıyla tanınan ve “iletişimin sosyal yaşamdaki rolünü belirgin kılarak, toplumsal kurama genel bir yaklaşım geliştiren”(Lazar, 2001:16) Şikago Okulu, toplumsal iletişim alanına birkaç açıdan netlik kazandırmaktadır (Lazar, 2001: 16): Birincisi Şikago Okulu, iletişimi haberleşmeden ibaret görme anlayışına son vermiş, onun bir tür kültürel tedavül süreci olduğu gerçeğine parmak basmış ve bunu ampirik tekniklerle göstermeye çalışmıştır. İkincisi, bu çerçeveye içine alınan iletişim için toplumbilim kuram ve uygulamaları, tam anlamıyla sağlam bir zemine dönüşmüştür. Üçüncüsü, okulun etkisiyle iletişim; iletinakli veya ileti alışverişi gibi kısır tanımlardan kurtulmuş ve içinde kültürün inşa edildiği simgesel bir süreç olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Nihayet bu yaklaşıma göre iletişim, toplumsal bütünü her alanına sirayet eden ve hatta toplumsal bütünü ka-

rakterize eden, toplumu simgesel olarak inşa eden, merkezi bir toplumsal unsur olma özelliği kazanmıştır.

Buna göre iletişim, toplumsal bütünün bir köşesinde devinen bireysel etkinliklerden ibaret değildir. Aksine, toplumsal unsurların etkileşimlerinin, uyum ve çatışmalarının birer alameti olarak kendini göstermektedir. Toplumsal unsurlar arasındaki ilişkiler; etkileşim ve iletişim aracılığı ile kurulmakta, toplumsal varlık bu sayede ortaya çıkmakta, toplumsal varlığı oluşturan unsurlar birbirlerini bu yolla inşa etmekte, toplumsal gelişim, değişim, dönüşümler bu sayede mümkün olmaktadır.

/

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM SOSYOLOJİSİNİN KAYNAKLARI VE KAVRAMSAL ÇATISI

İletişim sosyolojisinin mahiyetini tam olarak görebilmek için öncelikle medya sosyolojisi ile iletişim sosyolojisini birbirinden ayırtırmak gerekmektedir. 2004'te Eric Maigret tarafından kaleme alınmış ve aynı adla dilimize 2011'de çevrilmiş olan kitabın adı Sociologie de la Communication et des Medias'dır. Kitabın sorunsalı iki farklı alanı birbirinden ayırtırma üzerine kurgulanmış olmamakla birlikte, böyle bir niyeti zımni olarak içermektedir. İletişim Sosyolojisine Başlangıç (1997) ismiyle telif bir Türkçe kitap yayınlanmıştır ama alan ile ilgisi yoktur. Anadolu Üniversitesi (Yayın no: 2666), Açık Öğretim Fakültesi'ne ders kitabı olarak hazırlanan İletişim Sosyolojisi isimli kitapta Kitle İletişim Araçları ile ilgili genel konular işlenmekte, tarafımızdan gene ders kitabı olarak hazırlanan İletişim Tarihi ve Sosyolojisi isimli bölümde de gene benzer konular işlenmektedir.

İletişim ile medya kavramlarının arasındaki farklılıklar üzerinde bile tam olarak uzlaşmamışken, iletişim sosyolojisi ile medya sosyolojisinin alanlarını birbirinden ayırtırma iddiasında bulunmak bir miktar pervasızlık sayılabilir. Zira muteber yabancı literatür de dahil olmak üzere, bu tür bir ayırtırma; daha doğrusu bu tarz bir tasnifleme yaparak iki ayrı bilimsel alanın varlığından söz etmek, çok da alışılmış bir iddia değildir. Öte yandan bu tür bir ayırtırmaya da kanaatimize göre ihtiyaç vardır. Zira hem iletişim ile medya kavramlarının nitelenebilmeleri ve her ikisine de daha tatminkar bir tanım önermenin imkanı bu sayede yaratılacaktır hem de iki farklı disipliner alan biri diğzerinin gölgesinde kalmadan geliştirilebilecektir. Sonuçta, birbiri ile çok fazla kesişen ve örtüşen iki alanın birbirinden ayırtırılarak, kısmen özerk bir tempo ile geliştirilmesi, iletişim biliminin daha mamur bir biçimde tekamül etmesine de vesile olacaktır.

1. Literatürdeki Bazı Köşe Taşları

Lisans düzeyindeki yerli ve yabancı bazı ders kitaplarında iletişim disiplini ile ilgili kimi yaklaşımlara “sosyolojik” etiketi ile yer verildiği bilinmektedir. Örneğin Lazarsfeld ve İki Aşamalı Akış, Kullanımlar ve Doyumlar, Gündem Kurma, Suskunluk Sarmalı (Gökçe 1993: 103-106) gibi bazı yaklaşımlar bu kapsamda ele alınmaktadır. Riley ve Riley Modeli, “Kitle İletişiminin Sosyolojik Boyutu” başlığı ile (Quail-Windahl 1993:47) okurlara sunulmaktadır.

Gerçekten de Paul Felix Lazarsfeld İletişim Biliminin temellerini atan en önemli (Lazar 1992:19) sosyologlardan biridir. Onun kurduğu okul, izleyici ile ilgili nicel araştırmalarıyla, iletişim bilimine çığır açıcı bir katkı sağlamıştır (Balle 1984:15).

Esasen, “...toplumsal iletişimin çağdaş bir analizinin ilk defa ortaya konulduğu” bilimsel kaynak Charles Horton Cooley’in, Social Organization(1909) isimli eseridir (Lazar 1992:16). Cooley’e göre sanayi devrimine müteakibèn çok hızlı gelişim gösteren kitle iletişim araçları, toplumun geleneksel etkileşim tarzını alt üst etmiş ve gündelik yaşamın hemen her alanında gerçek bir devrim (a.y.17) yaratmıştır. Bu devrim; (1) anlatım, (2) sürekli kayıt (3) hız ve (4) yayılım olmak üzere dört sütun üzerinde inşa edilmiştir. Bunun sonucunda da toplumlar artık, alışageldikleri etkileşim biçimlerini muhafaza etme şansını kaybetmişlerdir.

Cooley, kitle iletişim araçlarının devreye girmesiyle, geleneksel etkileşim ve iletişim biçimlerinin son derece köklü değişiklikler geçirmiş olduğunu vurgulayan ilk sosyologtur. Bu vurgunun, aynı zamanda, iletişimin sosyolojik boyutları ile kitle iletişim araçlarının sosyolojik boyutlarının bilhassa 19.yy’da birbirinden bariz biçimde ayrılmış olduğuna dair de ilk tespit olduğu söylenebilir. Demek ki, iletişimin sosyolojik boyutları ile ilgilendiğimizde, insan varlığının gruplar halinde yaşadığı kabilevi yaşama kadar gerilere gitmek gerekecektir. Buna mukabil medya sosyolojisi ile ilgilendiğimizde, sanayi devrimine müteakibèn,

teknolojik patlamalara konu olan kitle iletişim araçlarının, özellikle 19.yy'dan itibaren yarattığı sosyolojik etkilere odaklanmamız gerekecektir. Sonuç olarak Cooley, mass medyanın iletişim ve etkileşim biçimlerinde, değişiklik yapmış olduğunu vurgulamakla, modern kitle iletişim araçlarının (mass medya) kitlesel etkiler yaratmasından önce, bilimsel inceleme konusu yapılması gereken iletişim ve etkileşim ortam ve araçlarının bulunduğu dikkatleri çekmiş bulunmaktadır.

Dolayısıyla, iletişim sosyolojisi, insan gruplarının var olduğu her ortamdaki etkileşim ve iletişim biçimlerine odaklanmakla mükellef iken, medya sosyolojisinin, kitle iletişim araçlarının çok etkili olduğu dönemlerde kendini bilhassa belli eden akademik bir disiplin olduğu söylenebilir. Nitekim iletişim bilimine ilişkin pek çok akademik çalışma, medyanın bireysel ve sosyolojik etkileri ile ilgilidir ve hatta bugün bile iletişim bilimini medya etkileri konusu karakterize etmektedir.

Günümüzde, dijital medya ya da yeni medya olarak adlandırılan iletişim araçlarının çok büyük bir hızla yaygınlaşmasından sonra “kitle iletişim araçları”na ilişkin akademik ilgi hemen hemen kaybolmaya yüz tutmuştur. İletişimin ne olduğu, insanlar arasında iletişim ve etkileşim tarzlarının nasıl teşekkül ettiği sorunsalı yeniden (yeniden zira 1940’lı yıllarda Palo Alto olarak bilinen okulun bu konuda çok ciddi akademik ürünleri bulunmaktadır) yoğun bir ilgi konusu haline gelmeye başlamıştır. Belki de, sadece bu nedenle bile olsa, medya sosyolojisi ile iletişim sosyolojisini birbirinden ayırmak gerekmektedir. Ancak masse medya’ya ilişkin ilgisizliğin, etki araştırmaları ile elde edilmiş akademik birikimi yok saymaya vesile olacağını düşünmek de büyük haksızlık olacaktır. Dolayısıyla iletişim bilimine ilişkin bu birikim, bugünün iletişim bilimi kadar, iletişim sosyolojisi gibi onun pek çok dalları veya alt birimleri açısından da son derece önemli bir akademik hazine anlamı taşımaktadır.

Medyanın etkilerine ilişkin kaynaklarda ilk dönem, sınırsız etki etiketi ile anılmaktadır. Davranışçı okulun telkinleri ile, öğ-

renme ve bilhassa etki-tepki kuramından ilham alınarak, hipodermik iğne ve sihirli mermi modelleri önerilmiştir. Modeller çok basit tasarlanmıştır. Kitle iletişim araçlarının sunumları kitleler üzerinde muhakkak bir etki bırakarak, belirli bir tepkinin ortaya çıkmasına vesile olmaktadır. Buna göre her birey, her bir etkiye belirli bir tepki verdiğiinden, mass medyanın kitleleri harekete geçirmesi mümkün olmaktadır. Mass medya kitlelerin nasıl bir tepki ortaya koymasını istiyorsa, o tepkiyi kitlelerin ortaya koymasını sağlayacak bir etkide bulunmaktadır. Bu nedenledir ki, medyanın, kitlelere yönelik muhakkak bir etkisi bulunmaktadır. Model “önemli bir teveccüh” görmüştür ve “geçerliliğini korumaktadır” (Lazar 2009: 105). Hipodermik iğne modeline göre medyatik üretimler, şırınga ile verilen ilaç gibi, mesajın dozuna göre, önceden programlanan bir etki yaratmaktadır. Sihirli mermi modeline göreyse bir toplumda hangi sosyolojik küme hedef alınırsa, mesajın etkisine sadece o küme maruz kalmakta ve böylece kümede beklenen etki yaratılmaktadır.

Bu yaklaşımlar, kitle iletişim araçlarına kutsal bir misyon yüklenmesini haklılaştırmıştır. Modernitenin iki kutsal hedefi olan sterilizasyon ve sekülerizasyon misyonunun ifa edilmesine yönelik olarak; iyi-kötü, doğru-yanlış davranış kalıplarını kişilere sunma ve sembolik şiddet aygıtları ile kitleleri belirli bir hizada tutma görevi, kitle iletişim araçlarına (Anık 2003:68) verilmiştir. Birbirine bağlamak anlamındaki latince religare kökünden türetilmiş olan religion (din), nüfuzunu yitirmiş olduğundan, onu ikame etmek üzere görevlendirilen mass medya, aynı zamanda, tüm dünya insanlarını birbirine bağlayarak, modernleşmenin tesisinde kritik bir rol oynayacaktır (Mattelart 2001:30). Dolayısıyla bu ilk dönemde mass medya; iletişim özgürlüğü, demokratik işlev (dördüncü güç), modernleştirme aygıtı gibi bazı kavramsal düzeneklerle kutsanmış, olumlu bir gözle ele alınmış ve iyimser beklentilere konu olmuştur. Ancak ikinci dünya savaşı öncesi ve esnasında, kitlelerin kirli siyasal emellere alet edilmekte iken, kirli emellere yönelik mass medyanı propaganda ve

meşrulaştırma aracı olarak kullanılması, mass medya ile onun misyonuna ilişkin iyimser beklentileri tüketmiştir.

Bir yandan “kitle toplumu” tasarımlarını haklı çıkarmıştır. Diğer yandan da medyanın, kurulu düzenin kendisini yeniden üretmeyi ve iktidar odaklarının çıkarlarını korumayı güvenceleyen koşulları “inşa” ve “muhafaza” etmeye yönelik işlevler yükümlendiği görüşlerini isabetli kılmıştır. Bu eleştiriler; mass medyanın etkisinin sınırsız olmadığına, toplumsal katmanlarda süzülme ve filtrelemelere konu olduğuna dair ampirik veriler sunulmasıyla ve kamuoyu önderi, eşik bekçiliği gibi kavramların önerilmesiyle hemen hemen aynı zaman aralığına tekabül etmiştir. Sonuçta mass medya sosyolojisi açısından anlamlı bir taksonomi önerilmiş ve akademik araştırmalar, 20.yy’lın ikinci çeyreğinden itibaren ana damar ve eleştirel olmak üzere iki rota üzerinde ilerlemeye devam etmiştir.

Bu ikirota, talihsiz bir sınıflandırma sonucunda, Türkiye’deki akademik camiaya ve eğitim kurumlarına; “değişimci - tutucu” ya da “öteki” etiketleriyle takdim ve telif edilmiştir. Talihsizliktir zira, bu konuda çalışan akademisyenler, kendilerini, ideolojik kaygılarla keyfi olarak yapılmış bu sınıflandırmadaki “cephe” ya da “taraf”lardan birisinde yer alma zorunda bırakılmıştır. Erol Mutlu’nun bir makalesinin dipnotunda bu sınıflandırma tarzının hicvedilmesi bile, bu “safılaştırma” ya da “tarafgirlik” kaygılarını bertaraf etmemiş, ciddi bir süre, iletişim ve medya alanıyla ilgili akademik ilgi ve çabaların kadük kalmasına engel olunamamıştır. Oysa ki Batı literatüründeki en önemli eserlerden birisi olan Klapper’in The Effects of Mass Communication (1963), bu konuda oldukça işe yarar ve eklektik bir yaklaşım önererek, mass medyanın “katalizör etkisi”ne dikkatleri çekmiştir Her iki rotada ilerleyen etki araştırmalarının kesiştiği momentler, bu kavramla gözler önüne serilmiştir. Diğer yandan da Mills’in (1974:416-456) kitle – kamu ayrıştırmadan sonra, Gabriel Tarde yenden ilgi konusu olmaya başlamış, kitle iletişim araçları aracılığı ile gündeme duyarlılık kazanan ve belirli bir muhakeme gücü ile gündem maddelerini belirleyip değerlendiren kamuların, diğer sos-

yolojik kümelerden ayrıldıkları genel kabul görmeye başlamıştır. Demek ki mass medya, kitle toplumunun var edilmesi ve popüler kitle kültürünün yaygınlaşmasına aracılık ettiği gibi, aynı zamanda da, belirli bir toplumsal kesimin kamusal duyarlılıklarını tahrik etmekte ve toplumsal sorunlara daha bilinçli yaklaşan bireylerin var olmasına katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak denilebilir ki, kitle iletişim araçları ile yeni medyanın sosyolojik etkileri bağlamı ile sınırlı da olsa (zira, iletişimci adı altında, kitle iletişim araçlarında çalışan profesyonel kadrolar ve image maker denilen meslek mensupları ile ilgili de bazı çalışmalar bulunmaktadır), medya sosyolojisi ile ilgili ciddi bir akademik birikim bulunmaktadır. Ancak, iletişim sosyolojisi ile ilgili olarak tatmin edici bir birikimin varlığından söz etmek mümkün değildir.

Medya sosyolojisi ile iletişim sosyolojisinin güzergahlarının ayrı olduğunu ima ettiğine inandığımız Cooley, bilindiği gibi, iletişim sosyolojisinin en mümbit kaynağı olan Şikago okulu mensubudur. Bu okulun esin kaynaklarından birisi de bilindiği gibi Georg Simmel’dir.

Şikago Okulu ile şu veya bu biçimde ondan nemalanan yaklaşımlar sayesinde, bugün, etkileşim (interaction) ile iletişim (communication) arasındaki farkı daha iyi anlayabiliyoruz. Denge ve attribution teoriler, iletişim sosyolojisinin bu bağlamdaki oldukça faydalı kuramsal kaynaklarıdır. H. Blumer(1969)’in Symbolic Interaction Perspective and Method isimli eseri, Berger-Luckmann’ın (2008) Türkçeye de çevrilen Gerçekliğin Sosyal İnşası ile Cohen’in (1985) Topluluğun Simgesel Kuruluşu isimli eserleri başucu kaynakları olarak zikredilmelidir. Ayrıca medyatik (sadece mass medya değil) mekanizmalar aracılığı ile toplumsal gerçekliklerin inşa edilmesi bağlamında Austin ve Searle ile özgün çalışma alanı itibariyle Chomsky’i bu alanın dayenleri olarak tespit etmek gerekmektedir.

İletişimin toplumsal bütün içindeki mahiyetini, niteliğini, konumunu ve bilhassa işlevlerini (yeni işlevselciler olarak bilinen

sosyal bilimcilerin katkılarıyla) gün ışığına çıkartmak için iletişim sosyolojisinin beslenebileceği bu ilk mümbit ana damarın yanı sıra ikinci ana damar, “kültür” üst başlığı altında toplanabilecek kaynaklardan teşekkül etmektedir.

Hiç kuşkusuz ki “kültür” üst başlığının ilk akla getirdiği, eleştirel akımın orijinal kaynaklarından ilki İngiliz Kültürel Çalışmalar ikincisi Frankfurt Okulu’dur. Bu iki okul bilindiği gibi toplumsal iletişimin dolayımlandığı (mediating) medyatik mekanizmalar aracılığı (bilhassa kurulu düzenin emrine amade geleneksel mass medya ve yeni medya) ile toplumsal sistemin organize edildiğini kabullenmektedir. Buna göre toplumu oluşturan unsurlar ve bilhassa bireysel faaliyetlerin önceden programlanması mümkün olmaktadır. Mevcut, muhtemel ve potansiyel tüm tarafgir ya da karşıt tepkiler bu sayede kurulu düzenin kendisini yeniden üretilip pekiştirmesi amacına hizmet etmektedir. Bu önerme, her iki okulun da aksiyomatik çıkış noktasıdır. Bu perspektif sayesinde ki, iki okul da, hem medya sosyolojisi hem de iletişim sosyolojisi alanına kuramsal kaynaklık etmektedir. Nitekim S. Hall ile R. Williams’ın eserleriyle birlikte, Adorno ile Horkheimer’in Aydınlanmanın Diyalektiği (1995-1996) kitabı ve özellikle bu kitabın bölümlerinden birisi olan Kültür Endüstrisi isimli makalenin yayınlanmasından itibaren, günümüze kadar bu konuya münhasır hatırı sayılır düzeyde telif, tercüme ve yabancı dilde eser üretilmiştir. G. Hall ve C. Birchall (2006) tarafından derlenmiş ve dilimize de çevrilmiş olan Yeni Kültürel Çalışmalar (2013) bu konu ile ilgili en yeni kayda değer kitaptır.

Kültür üst başlığı altındaki kültürel göstergeler adı ile maruf ikinci akım, iletişim sosyolojisinin hususi olarak ilgi alanı içinde yer almaktadır. En fazla öne çıkan iki isim K. E. Rosengren ve G. Gerbner’dir. Toplumsal değişim seyrini çeşitli kültürel göstergeler aracılığı ile incelemeye çalışan bu akım, sembol alışverişinden ibaret olan toplumsal etkileşim ve iletişim sürecinin toplumsal yaşamda var ettiği simgesel gerçeklikleri inceleme konusu edinmektedir. Bu gerçekliklerin parametreleri ise kültürel göstergelerdir. Diğerlerine göre daha yeni olan bu akım, kendi

sine özgü araştırma yöntem ve gözlemlene teknikleri ortaya koyması açısından da kayda değer görünmektedir. (Örnek bir Türkçe makale için BKZ: EK’teki, Anık-Soncu 2012). Yeni medya ile birlikte “trend” yaratacak kadar ilgi gören bir inceleme alanı özelliği taşımaktadır.

Kültür başlığı altındaki üçüncü çok önemli diğer bir okul Palo Alto okuludur. 1940’lı yıllardan itibaren R.L. Birdwhistell, E.T. Hall, E. Goffmann, P. Watzlawick, G. Bateson gibi çok farklı alanlarda uzmanlaşan bilim insanlarının oluşturduğu (Mattelart 1995: 54-55) bu okul, “iletişimin özü ve etkileşim süreçlerine” odaklanmış, iletişimin mantığını göstermeye çalışmış (a.y.) ve “sessiz dil” adını verdikleri bazı iletişim araçlarıyla ilgilenmişler, “iletişimsizlik Mümkün müdür?” aforizmasını sorunsallaştırarak, toplumsal bütünü oluşturan her unsurun iletişim bilimi açısından bir ‘case’ anlamı taşıyor olduğu gerçeğine dikkatleri çekmişlerdir.

E.T. Hall’ın (1969) The Hidden Dimension ve (1959) The Silent Language ile Birdwhistell’in (1970) Kinesics and Context Essays on Body Motion Communication isimli eserleri en fazla öne çıkan çalışmalardır. Fransızca’ya Un Logique de la Cummunication (1972) adıyla çevrilen Pragmatics of Human Communication (1967) isimli kitap önemli bir diğer kaynaktır (Bu kaynaktan mülhem Türkçe bir makale için EK’teki BKZ: Anık 1999) Antropoloji, psikoloji ve psikoterapi, sosyal psikoloji, sosyoloji, dilbilim ve hatta matematik gibi çok değişik disiplinlerin ahenkli bir harmonisi olmasına rağmen bu konu, ne yazık ki, 50 yılı aşkın bir süredir, iletişim bilimcilerden hak ettiği ilgiyi görmemiştir. Üstelik bu konu, “beden dili”, “diksiyon”, “etkili iletişim” gibi isimlendirmelerle, akademik hiçbir anlamı olmayan ticarileştirmelere ve istismarlara da maruz bırakılmıştır. Belki de bu yüzden, akademisyenlerin ilgisine ciddiyetle mazhar olmamıştır.

İletişim sosyolojisini bugün için besleme potansiyeline sahip Şikago Okulu ve Kültürel Çalışmalardan sonra akademik çalışmalara kaynaklık edeceği umut edilen eserlerin bulunduğu

üçüncü alan bilgi sosyolojisidir. Bilgi sosyolojisi söz konusu olduğunda kuşkusuz ki, en önemli isim Heidegger’dir. Onun temsil etmiş olduğu gelenek içinde tebarüz etmiş olan Gadamer ve hususen Mannheim’in Türkçe’ye çevrilmiş önemli eserleri bulunmaktadır. Ayrıca bu damardan belirli ölçüde esinlenmiş Foucault, Derrida ve Lyotard’ı da zikretmek gerekmektedir (Türkçe bir makale için EK’teki BKZ Anık 2009). Sonuç olarak özetleyecek olursak iletişim sosyolojisini bugün için besleyecek üç ana-damar bulunmaktadır:

I. Şikago Okulu ve Sembolik Etkileşimcilik

II. Kültürel Çalışmalar

A. Eleştirel Kültürel Çalışmalar

B. Liberal kültürel Çalışmalar

C. Alto Palo Okulu

III. Bilgi Sosyolojisi

Kuşkusuz ki bu üç ana damar kapsamında bulunan ve burada zikredilmeyen pek çok değerli eser vardır. İletişim sosyolojisi disiplininin kapsam ve sınırları içinde araştırma yapacak akademisyenleri tatmin edecek birikim kanaatimizce bulunmaktadır. Bunların yanı sıra birkaç çalışmadan daha söz edilebilir:

E. Balle’in (1984) *Medias et Societe* isimli eserinin girişinde medya incelemeleri ve iletişim bilimine yönelik değerlendirmeler yer almaktadır. I. Bölümde medyanın kurumsallaşması, II. Bölümde medyanın kamuları incelenmektedir. J. Lazar’ın (1991) *Sociologie de la Communication* ile J.Cazeneuve’nin (1965) *Sociologie de la Radio-Television’u*, medya sosyolojisi ile birlikte doğrudan iletişim sosyolojisi ile ilgilidir. Ayrıca Balle ve Padioleau (1973) tarafından İngilizce ve Fransızca yayınlanmış önemli temel metinlerin bulunduğu derleme de ilgilenenler için başvuru kitabı olacaktır. Türkçe’ye de çevrilmiş olan A.A. Moles’in (1971) *Socio-Dynamique de la Culture* isimli eseri de ana kaynaklardan birisidir. İngilizce iki derlemeye (Alexander-Seidman

(1990), Curran-Gurevitch-Wollacott (1977) araştırmacılar hem medya hem iletişim sosyolojisi ile ilgili temel metinlerden bazı- larını bulabileceklerdir.

İletişim sosyolojisi ile doğrudan ilgili kayda değer birkaç makale ise şunlardır: Carey'in (1988) aynı adla yayınlanan ki- taptaki Communication as Cultur isimli makale hem geleneksel hem yeni medya açısından önem arz etmektedir ama medya ile kitleyi “yeniden anlamak” için iletişim sosyolojisi açısından bil- hassa önemlidir. Bir diğeri (1995) Social Theory and The Media adı ile Thompson tarafından kaleme alınmıştır. Makalede; mo- dern topluma ilişkin kuram ve kuramcılar incelenmekte, bu teşekkül sürecinde iletişimin rolüne değinilmektedir. Kamusal alan ile toplumsal etkileşimdeki transformasyona bilhassa odaklanılmakta, medyanın gündelik hayatı nasıl şekillendirdi- ğine dikkatler çekilmeye çalışılmaktadır. Schudson'un (1991) The Sociology of News Production Revisited isimli makalesin- de hususen haber konusu işlenmekte ve haberler aracılığı ile toplumun zihinsel dünyasının nasıl şekillendirilmeye çalışıldı- ğı sorunsalı irdelenmektedir. Gitlin'in (1995 Media Sociology: the dominant Paradigm isimli makalesinde hem medya hem iletişim sosyolojisi açısından oldukça itibar edilen (dominant) “Lazarsfeld Geleneği” (Paradigma) beş adet assumption bağla- mında hesaba çekilmektedir. Mandelsohn(1963)'un Sociological Perspectives on the Study of Mass Communication isimli maka- lesinde üç sosyolojik perspektifin iletişim ve medya sosyolojisi- ne sağladığı katkılar incelenmektedir. Bu perspektiflerden ilki Cooley ile Mead'ın yaklaşımlarıyla ilgilidir. İkinci perspektifte, toplumsal sistem içinde genelde iletişimin ve özelde kitle iletişi- minin olumlu veya olumsuz muhakkak bir etki yarattığına dair görüşlere yer verilmektedir. Üçüncüsünde, bu etkinin bireysel inisiyatiflerden tümüyle arındırılarak anlaşılamayacağına ilişkin görüşler ele alınmaktadır.

Bunların dışında, adında sosyoloji olmayan ama konuya münhasır başka pek çok yayınlanmış makale ve kitap bulunmak- tır. Bütün bu kaynakların üzerinde durulması önerme; akade-

mik bir alanın disipline olabilmesi için ihtiyaç duyduğu şu aksiyomun, iletişim sosyolojisine mal edilmesine imkan vermektedir.

“Etkileşim ve iletişim süreçleri toplumsal varlığı teşekkül ettirmektedir ve aynı zamanda da toplumsal varlık, kendi bünyesindeki etkileşim ve iletişim süreçlerini belirli ölçüde şekillendirmektedir.

2. İletişim Sosyolojisinin Odak Konuları

Toplumsal varlığın etkileşim sistemi olduğu tespiti, bütün sosyal bilimciler tarafından genellikle kabul görmektedir. Toplum; kendisini oluşturan unsurların birbirlerini etkileme biçim, düzey ve şiddetine göre zuhur etmektedir. Bu etkileşim nedeniyledir ki toplum, kendisini oluşturan unsurların toplamından daha fazla bütünlük arz eden bir sistem olarak tasavvur edilmektedir. Yani, toplumu oluşturan kaç tane unsur varsa, toplum, onların toplamından ibaret asla değildir. Bu tanımdaki iki anahtar kavram *sistem* ve *etkileşim*dir.

Bu etkileşim sistemi asla matematiksel bir toplam değildir. Yani burada matematiksel bir tasavvurdan söz edemeyiz. Zira $2+2=4$ gibi bir denklem hiçbir toplumsal varlığa karşılık düşmemektedir. Bunu nedeni toplumun etkileşim sistemi olmasından kaynaklanmaktadır. Kaynayan su moleküllerindeki karmaşa gibi, bu etkileşim de, her zaman, kendi içinde belirli birtakım düzenlilikleri olan bir karmaşaya tekabül etmektedir. Bundan dolayıdır ki, hemen her sosyal bilimci için bu karmaşa çok çetin bir sorunsaldır. İletişim bilimciler için bu sorun daha da karmaşıktır. Yani, acaba toplumsal unsurlar arasındaki bu etkileşim, iletişimden mi ibarettir? Her birimiz, toplumu oluşturan unsurlardan bir tanesi isek, iletişim bizim için kaçınılmaz bir aktivite demektir. Eğer öyle ise, “iletişimsizlik” diye bir durum gerçekten de imkansız olurdu ama iletişimsizlik mümkündür. Anlatamamaktan yakındığımız, anlaşılamamaktan dert yandığımız ve hatta yanlış anlaşılmaktan dem vurduğumuz her durumda, iletişimsizlik söz konusudur. Demek ki, iletişimsizliğin mümkün olduğu durumlar var. Daha doğrusu her etkileşim bir iletişim değildir.

Demek ki iletişim bilimi açısından bu karmaşayı kavramak çok daha titiz bir bilimsel çaba gerektirmektedir. Çünkü etkileşim ve iletişim, birbiriyle o denli iç içe geçmiş bir süreçtir ki, bu içiçelik, onları tefrik edecek ölçütlerimizin pek çoğunu geçersiz hale getirmektedir. Her ikisi de medyatik mekanizmalar aracılığı ile aracılanmaktadır (mediating). Yani, medya kavramının devreye sokulması gerekmektedir. Bu, işimizi daha da zorlaştırmaktadır ama şükür ki, felsefi boyutlu değerlendirmelere öteden beri konu olmuş ve son onlu yıllarda, yapay zeka kaygısıyla da olsa, bilimsel çalışmaların ilgi alanına girmiş bir kavram bulunmaktadır: Temayül (intention) ve mütemayil (intentionality) kavramları.

Sonuç olarak; iletişim sosyolojisinin odaklanması gereken dört kavram; (1)etkileşim (interaction), (2)iletişim (communication), (3)medya (media) ve (4)mütemayil (intentionality) kavramlarıdır. İletişim sosyolojisi, epistemolojik çatısını bu dört sütun üzerine bina etmek zorundadır. Kuşkusuz ki önce bu dört sütunun zeminini kurmak ve sütunların etrafını örmekle işe başlamak icap etmektedir. Belli ki zemin; cemiyet, camia ve cemaatleri oluşturan unsurlar tarafından teşekkül ettirilmekte, sütunların etrafı ise bu unsurlar arasındaki ilişkilerle örülmektedir.

a) İletişimin Toplumsal Mahiyeti

Değişik kavramlara, tanımlara konu olmakla birlikte, toplumbilimciler, toplumun; bir görünen ve gözlemlenen, bir de görünmeyen ama bazı parametreleri aracılığı ile gözlemlenebilen “latent” bir yapısının bulunduğu ve toplumun bu iki ana parçadan oluşan bir sistem olduğu görüşünde hemfikirdir. Gerçekten de toplumun görünen ana parçasının temel unsurlarını; bireyler, gruplar, kurumlar ve çeşitli oluşum ve örgütlenmelerle, kuruluşlar teşkil etmektedir. Dört ana kategoride toparlanan, toplumun birinci parçasının bu alt unsurları; tanıklık edilebilen, gözlemlenebilen, elle tutulup gözle görülebilen somut öğelerdir. Bu öğelerin arasında, kalabalık gibi, bazı sosyal görünüşleri de saymak gerekebilir. Ama örneğin bir meydanda dolaşan insanla-

ra kalabalık diyebiliriz. Bu kalabalık, bir siyasi partinin mitingine katılmak veya belirli bir eylem sergilemek amacıyla toplanmışsa, onlara kalabalık diyemeyiz. Yığın, kitle gibi başka birtakım kavramlarla tanımlanan sosyal görünüşler de söz konusudur ama bu kavramları daha ziyade sınırlı sayıda toplumbilimci kullanmaktadır. Bunun yanı sıra, çok özel değerlendirme gerektiren kamu kavramı bulunmaktadır ama, şimdilik kamu kavramının adını zikretmekle yetinmek zorundayız.

Toplumu oluşturan ikinci temel unsur “zihniyet” diyebileceğimiz, çok karmaşık bir yapıdır. Bu yapının içinde birbirinin içine geçmiş ve hatta çoğu zaman biri diğerinden ibaret hale gelmiş; din, kültür, ahlak, değerler, çeşitli inanışlar ve inançlar, gelenekler, örf ve adetler, kurallar ve bizzat benimsetilen artefactlar olarak doktrin ve ideolojik formlar ile buna benzer soyut öğeler bulunmaktadır. Toplumun zihniyet yapısını doğrudan gözlemlemek mümkün değildir. Belirli bazı toplumsal alametler ve bilhassa bireysel davranışlar onların varlıklarına delil teşkil etmektedir. Sözelimi, siyah renk bazı toplumlarda ve hatta bazı durumlarda yas, bazı durumlarda ciddiyet alametidir. Bacak bacak üstüne atmak bazen küstahlık bazen ve bazı toplumsal algılara göre özgüven olarak anlaşılmaktadır. Hatta bir kentin kenar mahallelerinde, “bir ekmek verebilir misiniz” sözü, riya kokan ciddiyetsiz nezaket sayılırken, “şşşt, şu ekmeği ver” demek, merkezi semtlerde kabalık ve saygısızlık olarak görülebilir.

Kısacası, bu uç örneklerde de görülebileceği gibi, toplumsal yaşam alanında sınırsız etkileşim tarzları bulunmaktadır ve toplumun soyut ve somut unsurları, birlikte, son derece karmaşık bir görünümle kendilerini belli etmektedirler. Hiç kuşkusuz ki toplumun soyut ve somut iki ana unsuruna, coğrafya ve iklimi de eklemek gerekmektedir. Zira bu iki faktörün bireysel ve toplumsal yaşam üzerinde mutlaka belirli bir takım etkileri bulunmaktadır.

Sonuç olarak tüm bu toplumsal unsurlar; cemiyet, cemia ve cemaat adı altında nitelenebilecek, birbirinden farklı üç sosyal oluşum meydana getirmektedir. Bu sosyal oluşumların

etkileşim ve iletişimlerini inşa eden ise her zaman belirli bir medyatik mekanizmadır. Medyatik mekanizma; bu oluşumları inşa ettiği, onların kapsamalarını belirlediği, biçim ve içeriklerini takdir ettiği gibi, bu oluşumların birbirlerine göre sınırlarını da tayin ve tespit etmektedir.

Bir sistem olarak tasavvur edilen toplum, sistem kavramının tanımı gereği, birtakım parçalardan oluşan bir bütün demektir. Ancak bu bütünlük, kendi içinde, kararsız denge denilen bir düzen, ahenk içermektedir. Her zaman yeniden bozulabilir ve yeniden oluşabilir ama mutlaka bir denge söz konusudur. Bu denge, her toplumda belirli bir düzenliliğin, ahengin, harmoninin varlığını göstermektedir. Dengenin kararsız olmasının nedeni, toplumu oluşturan unsurlar arasında, sürekli, karmaşık bir etkileşimin bulunmasından kaynaklanmaktadır. Zira interaction(etkileşim)’daki action; hem bir eylem hem bir etki ve hem de hareketliliği tanımlamaktadır. Toplumsal alan bu nedenle sürekli, dinamik bir süreç arz etmektedir. Dolayısıyla bu aşamada, ivedilikle çıkarabileceğimiz sonuç şudur:

Toplum, sahip olduğu soyut zihniyet tarafından belirlenen, şekillendirilen, yönlendirilen bir sistemden ibaret değildir. Aynı şekilde toplum, en başta bireyler olmak üzere kendisini teşkil eden toplumsal unsurların ‘action’larından ibaret de değildir. Bunların her ikisinin sürekli olarak varoluşlarına sahne olan bir alandır.

Etkileşim süreci zorunlu olarak medyatik bir mekanizma ile işlemektedir. Onun çoğulu olan ‘medya’, gündelik dilde bilinen medyum kavramı ile hemen hemen aynı anlamı taşımaktadır. Medyatik mekanizma, ‘vehicule’ gibi, sıradan bir taşıma aracı değildir. Instrumentality anlamındaki, belirli bir sonuca aracılık eden “ara amaç” gibi bir anlama da sahip değildir. İnisiyatiflerin emanet edildiği, kendi içinde süreç içeren bir taşıma aracıdır. Bu yüzden de, yani medya ile dolayımlanmış olması nedeniyle, etkileşim, sadece insan varlıklarına özgü bir ilişki (relation) biçimidir. Medyatik mekanizma, göstergesel bir sistemdir. Göstergesel sistemi oluşturan unsurlar; yazı, söz, beden dili olabileceği gibi,

esasen onlardan daha fazla ikonlar, semboller, kavramlar ve ‘ortam’lardır. Bu unsurlar, “anlam” dediğimiz; sadece birey varlıkları tarafından üretilen yorumlamalar, değerlendirmeler, işlemlerle işletilen bir süreç halinde, medyatik mekanizmayı beslemektedir.

Demek ki medyatik mekanizma, toplumu oluşturan bireylerin “anlamlandırma” becerisi sayesinde işlemekte ve tüm toplumsal unsurlar arasındaki etkileşim, bu işlemle gerçekleştirilmektedir. Bu işlem sonucunda her durum (case), yeniden ve yeniden anlamlandırmalara konu olduğu için, toplumsal sistem kararsız denge halini korumakta ve dinamizmini devam ettirmektedir. Bu dinamizm, en başta bireyler olmak üzere, toplumsal unsurların birbirlerini inşa etmelerini mümkün kılmaktadır. Bu inşa süreci sayesinde oluşan cemiyet, camia ve cemaatler; aynı zamanda, kendi kendilerinin biçim ve içeriklerini inşa ettikleri gibi, kendi dışlarındaki oluşumlarla aralarındaki sınırları da bu sayede belirlemektedirler.

Cemaat; birincil ilişkilerin hakim olduğu, mecbur olmasalar da insanların birbirlerine karşı kendilerini yükümlü ve sorumlu hissettikleri, ‘alturizm’in en belirgin biçimde kendini gösterdiği oluşumlardır. Camialar ise belirli ölçüde ve belirli bir amaç veya ilke, iş, işlev v.s. gereği bir araya gelmiş (meslek, yerleşim, işyeri, çalışma alanı v.s.) ve aralarında bazen ihtiyari, bazen de zorunlu olarak sıkı ilişkilerin sürdürüldüğü sosyal oluşumlardır. Cemiyet, bu iki sosyal oluşumun var ettiği sosyal toplama tekabül etmektedir. Cemiyet; onu diğer cemiyetlerden ayıran ve diğer cemiyetlerle arasındaki sınırları belirleyen ve dolayısıyla bir başka cemiyete göre kendini ayrıcalıklı kılan kendine özgü bir zihniyete; dil, din, tarih, kültür, gelenek, kurumlar ve benzer özelliklere sahiptir. Tüm bu özellikler, aynı zamanda, her cemiyette işlemekte olan medyatik mekanizma tarafından somutlanan, hatta tecessüm eden, gözlem konusu yapılabilen parametrelerdir. Cemiyetin medyatik mekanizmasına hiyerarşik olarak tabi olmak koşuluyla, her camia ve cemaatin kendisine özgü medyatik mekanizmaları bulunmaktadır. Böylece, belirli bir cemiyet içinde, cemaat ve camiaların biçim ve içerikleri sürekli değişmekte ve aynı zamanda,

cemaat ve camialar da cemiyetlerin biçim ve içeriklerini sürekli yenilemekte, kimi zaman olumsuz yönde olsa bile camia ve cemaatler cemiyetleri değişime zorlamaktadır.

Demek ki her toplumda bir ilişki ağı bulunmaktadır ve bu ilişki ağı, medyatik mekanizmanın işletim programı özelliği taşımaktadır. İlişki (relation) kavramı yabancı dillerde en az, altı kavrama denk düşen ve Türkçedeki münasebet kavramı ile daha iyi anlatılabilecek bir sosyal ağı - şebekeyi anlatmaktadır. Münasebet; intisap etmeyi, müntesip veya mensup olmayı, münasip görülmeyi ve tensip bulunmayı kapsamaktadır. Birbirine çok yakın anlam alanlarına sahip bu kavramlar arasında gündelik dilde dikkat çekmeyen anlam farklılıkları, akademik bağlamda çok önemlidir. Sözgelimi İNTİSAP etmek istemek, iletişim fakültesinde yardımcı doçent doktor kadrosu almaksa; tercihen iletişim alanında olmak üzere bir doktora tezi yazıp, mevzuatın öngördüğü formaliteleri izleyip ve sınavları başardıktan, yetkili makam ve kurullar atamayı tamamladıktan, yrd.doç.dr kadrosuna sahip olduktan sonra belirli bir fakültenin öğretim üyesi camiasının MENSUP'u olmak mümkündür. Aynı örnekten hareketle örneğin bu sonuç, belirli bir jürinin adayı yrd.doç.dr kadrosuna MÜNASİP görmesi ve yetkili makam-kurulların da bunu TENSİP buyurması ile elde edilebilir. Aksi takdirde her yrd. doç.dr'luğa İNTİSAP etmek isteyen, belirli bir jüri tarafından MÜNASİP görülmedikçe, yetkili makam-kurullarca TENSİP buyurulmadıkça, hiç bir koşulda öğretim üyesi camiası MENSUP'u olma şansına sahip olamayacaktır.

Hemen her ilişkide de en az bu dört kavramla dile getirilen bir seyir söz konusudur. Bununla birlikte her münasebet, en az altı kategoride nitelenebilecek biçim ve içerik taşımaktadır. Münasebetin kategorileri şunlardır: (1) contacts =bağ, (2) connection= bağlantı, (3) depend=bağımlılık, (4) linkage =irtibat, (5) commitment = bağlılık, (6) attache = ilinti. Bu kategorilerin de anlam alanlarındaki önemsiz gibi görünen farklılıklar akademik açıdan önemlidir. Zira bu kategoriler, bir münasebetin cemaat içinde üyelerinin ilişkisi mi, her ikisinin dış

şında bir münasebet mi? Olduğunu belirlememize imkan veren ölçütler sunmaktadır. Sözgelimi cemaat (kendi ailenizi düşünün) içindeki münasebetleri ‘connection’ ile anlatamayız. Aile üyeleriyle ilişkilerimiz, şu veya bu biçimde, contacts veya commitment tarzı münasebetlerdir. Zira aile içinde ilişkiler hem sıkı fıkı ve samimidir, hemen herkes birbirlerinin en özel hallerini bilirler hem de commitment’dir, aile üyeleri mecbur olmasalar da kendilerini birbirlerine karşı yükümlü ve sorumlu hissederek. Bir öğretim üyesi belirli bir camianın mensubudur. Camia içinde az veya belirli sayıda kişi ile özel olarak görüşür, dostlukları vardır, birbirleri için bazı fedakarlıklarda bulunmaktan imtina etmezler, boş vakitlerini de birlikte değerlendirmeyi tercih ederler ve grup haline gelerek bir cemaat oluşturabilirler. Hafta sonları balık tutma partilerinden ibaret bir cemaatleşme bile söz konusu olabilir. Aynı zamanda her öğretim üyesi tüzel bir kişilik olan işyeri ile depend ilişkileri vardır. Birbirleri ile ilgili formel ya da informal sorumlulukları bulunmaktadır. Mesai saatleri içinde öğretim üyeliği manevi şahsiyetine uygun davranmak zorundadırlar, bir tüzel kişilikle ilintisi bulunması münasebetiyle, tüzel kişiliğin sağladığı avantajlardan yararlanmaya her bir öğretim üyesinin hakları olduğu gibi her bir öğretim üyesi aynı zamanda, tüzel kişiliğin kendilerine yönelik dayatmalarına (commitment) rıza göstermek zorundadır. Dolayısıyla alanı ile ilgili olsa da olmasa da; pek çok öğretim üyesi, mensubiyeti gereği, çeşitli irtibatlar (linkage) yürütme (dernek üyeliği, jüri ya da komisyon üyeliği, sempozyum, ders, konferans v.s.) ayrıcalığına sahiptir.

Buraya kadar yazılanlarla ilgili sosyoloji literatürü bize, tatmin edici açıklamalar sunmaktadır. İletişim sosyolojisine yararlı olacağını düşündüğümüz birikim, toplumbilim literatüründen süzülüp damıtılarak burada kullanıma sunulmaktadır. Ancak bundan sonraki aşamada, genelde iletişim biliminin ve özelde iletişim sosyolojisinin kendine özgü kılması gereken birikimle yola devam etmek zorundayız. Yani buraya kadar yazılanlar, toplumsal etkileşime ilişkin ise, etkileşimden farklı bir ilişki sürecine tekabül ettiğini iddia ettiğimiz iletişim süreci, bu etkileşim

ağının ne kadarına denk düşmektedir? Bu konuda start anlamı taşıyacağını umut ettiğimiz bir açıklama sunmamız gerekiyor ve biz, bu amaçla intentionality kavramından yararlanabileceğimizi varsayıyoruz.

Intentionality, esasen, skolastik dönemin bir kavramıdır. Kabaca, her yeni doğan insan varlığının fıtraten, tanrıya inanmaya yatkın dünyaya geldiğini anlatmak için kullanılmış. Öyle olmasaydı şayet, insan zihni, gerçek dünyada olmayan “şey”leri tahayyül etme becerisi gösteremezdi. Hatta gerçek dünyada olan bir “şey”i, gerçeğinden olabildiğince farklı bir hakikat olarak tasavvur edebilmesi de bu becerinin ürünüdür. İslami eskatolojide de benzer bir tema yer almaktadır. Hatta İslamiyette bütün yaratılmışlar, en başında, tanrıya inanacaklarına söz vermişlerdir. Nitekim yaratıcı, yarattıklarındaki bu eğilim harekete geçsin diye, onlara bazı donanımlar bahşetmiş ve onların yaşam alanına pek çok “alamet” bırakmıştır.

Intentionality kavramını bugünkü anlamda çerçeveleyen Brentano’dur. O’na göre intentionalty, en özlü ifadeyle, bireylerin bir “şey”e yönelirken ne yaptıklarının farkında olduğunu, bilinçli bir tercihte bulunduklarını anlatmaktadır. Esasında bu görüş Aristo’nun klasik ontolojisinden beri şu veya bu biçimde dile getirilmiştir. Husserl’den sonra bu sorunsala en fazla ciddiye eğilen Searle(1983)’dir. İletişim bilimi için hususen önem kazanmasını sağlayan diğer bir başucu kaynak ‘Intentions in Communication’(1990) isimli derleme eserdir. Ayrıca Lyons’un (1995) kitabını da burada muhakkak anmak gerekmektedir.

b) Yaşam Tarzı ve Kurallar Bütünü Olarak Kültür

Kültür denildiğinde bilindiği gibi, yerleşik toplumlar akla gelmektedir. Gerçekten de, insan topluluklarının yerleşik hayata geçip, yabani olarak doğada yetişen buğdayı kendi elleri ve inisiyatifleri ile üretmeye başladıklarında, avcılık ve toplayıcılık çabalarından farklı bir emekle temin ettikleri bu ürüne kültür adını vermişlerdir. O gün bugün, yerleşik kentli veya medeni

toplumlar, kültürlü toplumlar olarak bilinmiştir. Çünkü, adı üstünde kültür bitkisi, doğanın sunduğu yabani bitkinin evcilleştirilmesi ya da insanileştirilmesi yahut da ehlileştirilmesi anlamına gelmektedir. Doğaya karşı insan varlığının elde ettiği bu galibiyet, sadece, doğadaki bitki ve hayvanların insana yararlı hale getirilmesi ve insanı tehdit etmesinin ortadan kaldırılmasından ibaret değildir. Doğanın ve doğal olan her şeyin insana faydalı olması ve insan varlığını tehdit etmesinin ortadan kaldırılmasına matuf bir medeniyet mefkuresini anlatmaktadır. Bu galibiyeti benimsemek ve ona inanmak bizim özgüvenimizi takviye etmektedir. Nitekim teknoloji, bilim ve başka pek çok insani artefactlara yüklediğimiz misyonlar gibi, modern dönemlerde kitle iletişim araçlarına da özgüven telkin edici, bu tarz misyonlar yüklememiz anlaşılabilir bir durumdur.

Ancak, iletişim sosyolojisi açısından bakıldığında, kültür; ekin ekip büyütme ve hasat etme metaforu ile sınırlı bir anlam alanından ibaret değildir. Birer iletişim kaynağı olarak kültürel kodifikasyonlar, ilk insan toplulukları kadar eskidir. Somut birer kültürel form olan mitolojik metinlerle, totem ve tabular, insan varlığı kadar eski kültürel artefact'lardır. Daha da önemlisi yazı ve hatta belki de, bugünkü anlamda gramere ve hitabet ilkelelerine göre uygun konuşma becerilerinin sergilenmesinden çok daha önceleri, birer medyatik mekanizma olarak toplulukları kuran-inşa eden ve başka topluluklara göre onun farklılıklarını gösteren, özgünlüğüne delil teşkil eden kültürel parametreler; mitolojik metinler ile totem ve tabulardır. Nitekim, medyatik mekanizma olarak bu kaynaklar, daha fazla ilgi ve inceleme konusu olmayı hak etmektedirler.

Sosyologlar, kültürü üç ögenin oluşturduğu konusunda hemfikirdir. Bu ögeler; (1) tüm yazılı, yazısız kurallardan oluşan normlar, hak ve görevleri belirleyen ilkeler ve bireyin nasıl davranması gerektiğini vaaz eden tüm yaptırımlar, (2) gelenek, görenek, örf, adet, teamül gibi bireye davranış kalıpları dayatan toplumsal birikim ve (3) toplumsal unsur ve bilhassa kişiler arasındaki etkileşimler ve iletişimlerdir. İlk insan toplumlarıyla birlikte mitolojik

metinler, totem ve tabular, bu üç ögenin ifa ettiği toplumsal işlevleri yükümlenmişlerdir. Dolayısıyla, medyatik mekanizma olarak adlandırdığımız araçların (yazı, söz, ikon, simge, kavram, ortam, yorum gibi), ilk ve naif örneklerini bunlar oluşturmaktadır.

Demek ki, bireysel yaşam tarzları ile kuralları vaaz eden kültürel formları odak konusu seçen iletişim sosyolojisinin ilgi alanının sınırları, modern masse medyadan ibaret değildir. Geleneksel toplumu kuran ve işleten kültürel formlarla birlikte, yabancı toplumu var eden – inşa eden ve sınırlarını belirleyen kültürel formlar olarak; mitolojik metinler, totem ve tabular da iletişim sosyolojisinin ilgi alanı içinde yer almaktadır. Zira bugünün insanını, toplumunu anlayabilmek için, antropoloji ve arkeoloji ne denli önemli bir boşluk dolduruyor ise, kanaatimizce, bugünün etkileşim ve iletişimlerini anlayabilmek için de, geçmişe ait iletişim materyallerini anlamak, alanımıza ait bazı çukurların doldurulabilmesi için önem arz etmektedir. Şükür ki, sosyal bilimlere ilişkin kayda değer hangi eseri elimize alsak, bu konuda bizim işimize yarayacak bilgiler bulabiliyoruz. Dolayısıyla, iletişim sosyolojisinin odak konusu olan kültürel çalışmalar, en zengin ve en mümbit kuramsal kaynaklara sahip olması açısından, araştırmacıların oldukça cazip buldukları ve bulmaya devam edecekleri akademik bir alandır.

c) Toplumsal Unsurların Communicative Değeri

“İletişimsizlik mümkün müdür?” aforizması, toplumsal unsurların iletişim açısından ne anlam taşıdığının belirlenmesinde, en azından, Alto Palo okulunun görüşlerinin tartışıldığı zamanlardan beri işe yaramaktadır. Gerçekten de bireylerin içinde yaşadıkları sosyal ve doğal çevrenin tümünün birer iletişim kaynağı olduğu söylenebilir. Güneşin hem ısıttığı hem de yaktığına, rüzgarın hem serinlettiği hem de üşüttüğüne dair belirli bir enformasyon elde edemediğimizde ya da konforlu bir ofis ve büyük bir çalışma masasını, yüksek bir makamın işareti olarak okuyamadığımızda veya bir cenaze merasiminde soğuk şakalar yapmamızın nefretle karşılanacağını hissedemediğimizde ne

hayatietimizi ne de ilişkilerimizi doğru dürüst sürdürmeyi başabiliriz. Demek ki çevremizdeki her şey ve herkes bizim için bir ileti kaynağıdır.

Bununla birlikte şu sorunun da cevabının verilmesi istenmektedir. “Ormanda yıkılan bir ağaçtan hiç kimse haberdar değilse, ormandaki ağacın bir iletişim değerinin bulunduğundan kim söz edebilir?” Tüm bu tartışmalar bizi etkileşim ile iletişim kavramları arasında bir ayırım yapmaya zorlamaktadır. Ancak her iki kavramı net bir çerçeve içine almadan bu ayırımı yapamayız.

Bütün canlı varlıkları kapsayan ve zihinsel süreci de çoğu zaman içermeyen *davranış* kavramını kullanmayı tercih etmeyen ve onun yerine *action* kavramını öneren Talcott Parsons’(1968) dan sonra action; özellikle Amerikan sosyolojisinin en önemli toplumsal analiz araçlarından birisi olmuştur. Zira action; hem bir etkiyi, hem bir eylemi hem de hareketliliği, canlılığı, dinamizmi anlatmaktadır. Bu demek oluyor ki, bir toplumu oluşturan unsurların her biri diğerlerine karşı mutlaka bir eylem ortaya koymakta, bir takım etkilerde bulunmakta, belirli bir hareketlilik sergilemekte ve esasen toplumsal dinamizmin ve mobilizasyonun enerjisini bu ‘action’lar oluşturmaktadır.

Buradan yola çıkarak toplumu, etkileşim sistemi tabiri ile betimleyebiliyoruz ama bu etkileşimlerin hepsine acaba, aynı zamanda, iletişim diyebilir miyiz?

Bizi etkileyen güneşi ve rüzgarı, onun bizi etkilediği gibi, biz onu etkileyemiyoruz. Bize gösterdiği işyeri berbat olsa bile, çalıştığımız firmanın muhteşem yönetim binası ile gurur duyuyoruz. Çok şık giyimli birisinin sahtekar olabileceğine ihtimal vermiyoruz ve buna benzer algılarımızı organize eden pek çok şablonlar nedeniyle kimi zaman, hayal kırıklıkları yaşıyoruz. Oysa iletişim, ortaklaşma anlamına gelmektedir. Yani ileti kaynaklarıyla aramızda belirli ölçüde uyuşma ve uzlaşma gerçekleştiği takdirde, bir iletişim süreci söz konusudur. Aksi takdirde, ne tür ve tarzda olursa olsun yürütülen ve yürütülmekte olan ilişkinin, iletişim süreci ile hiçbir ilgisi olmayacaktır.

Uyulaşma burada; iletişim tarzlarını takdir eden belirli bir normatif veriye, iletişim taraflarının uyma zorunluluğunu anlatmaktadır. Uzlaşma ise; belirli bir koşula bağılı olmaksızın, iletişim taraflarının ortaklaşmayı kendi rızaları ile gerçekleştirmeleri anlamına gelmektedir. Yani iletişimin var olabilmesi için uyulaşma ve uzlaşma sonucunun tezahür etmesi ve bu tezahürün taraflar arasında bir ortaklaşma – anlaşma (anlama ve anlaşılma) tesis etmesi gerekmektedir. Demek ki uyulaşma ve uzlaşmaların tesis edildiğı toplumsal ilişkilerin tümüne iletişim diyebiliriz. Uyulaşma ve uzlaşma henüz tesis edilmemiş ise bu aşamadaki ilişkilerin, etkileşim düzeyinde kaldığını söyleyebiliriz.

Ulaştığımız bu noktadan biraz daha öteye ilerleyebilmek için uyulaşma ve uzlaşmaları hazırlayan zihinsel ön-evreyi görmemiz gerekiyor. Bu hazırlık evresini anlayabilirsek, uyulaşma ve uzlaşma olabilecek durumlarla, olmayacak durumları niteleyebileceğimiz bir ölçüt elde etmiş olacağız.

Öncelikli olarak bu evrenin adını hemen koyalım: ‘Meta-communicative’ evre. Bu evrede ne olup bittiğini anlamamız için, zihin felsefecileri bize yardımcı olacak ve bilhassa ‘yapay zeka’ üzerine çalışan günümüz uygulamacıları ile akademisyenleri de bize katkı sağlayacaklar. Intentionality kavramını da bu amaçla analiz aygıtı olarak kullanacağız.

Intentionality, insan zihninin nasıl işlediğini anlatmak için kullanılmaktadır. Buna göre inançlar, düşünceler, arzular, umutlar, beklentiler, amaçlar ve buna benzer zihinsel her durum, mutlaka bir ‘şey’e yönelik olarak teşekkül etmektedir. Antik Yunan ve bilhassa Aristo, Müslüman filozoflar ve bilhassa Farabi ve İbn-i Sina ile Skolastik Ortaçağ felsefelerinde, çeşitli başlıklarla - etiketlerle dile getirilen tartışmalara göre, dış dünyada var olan gerçek nesnelerden farklı olarak insan zihninde de kategoriler teşekkül etmekte ve insan zihni dış dünyayı bu kategorilere göre işlemektedir. İnsan bir kategoridir ama doktora öğrencisi Zeynep ya da Ahmet bir dış dünya gerçekliğidir. Ağaç genel bir kategoridir ama bestelere konu olan “o ağacın altı” tek bir gerçekliğe konu olan bir varlıktır.

İnsan zihninde hemen her dış dünya gerçekliğine ilişkin kategoriler var olmakla birlikte, zihindeki bu kategorilerin işlevselliği dış dünyadaki herhangi bir gerçekliğe bağlı olmaktadır. Özgün anlatımıyla; şu anda bildiğimiz her şey ya “bir şey hakkında”dır (knowledge about) ya da “belirli bir şeye doğru-
dan doğruya ilişkin”(knowledge of)dir. Örneğin Ahmet sosyoloji ile ilgili konulara daha yatkın bir doktora öğrencisidir. Zeynep ise daha ziyade psikolojiye eğilimlidir. Dolayısıyla insan zihnindeki her durum, dış dünyada var olan bir gerçeklikle kendini belli etmektedir ve bu belirlilik kazanma, belirli bir temayül olarak kendini ele vermektedir. Ancak burada bilhassa dikkat edilmesi gereken, bu temayülün, muhakkak, somut bir varlığa ilişkin olmayabileceğidir. Örneğin aç bir kişi beslenmek amacıyla yiyeceklerle karşı aşırı bir arzu duyabilir. Bu durumda zihinsel temayül, dış bir gerçeklik olan besinlerle ilgilidir. Ama insan varlığı, ihtiyacı olmadığı halde de besin tüketiyor olabilir. Hatta bazen, nefis bir yemek kokusuna maruz kalmasa da, merakını tatmin etmek için bir şeyler yemeye eğilim duyabilir. Ya da tersine çok aç olduğu halde beslenmeyi ret edebilir. Kısacası insan zihni, dış dünyada somut bir karşılığı olmasa da, var olmayan bir gerçek var ederek, farazi olarak varsaydığı bu gerçekliğe temayül gösterebilir. Nitekim, aşk örneğinde olduğu gibi, çoğu zaman somut bir gerçeklik olarak var olana değil, bu gerçekliğin zihinsel olarak farklı bir biçim ve içeriğe dönüştürülmüş haline de aşık olunabilir ve hatta dış dünyada gerçek olan kişiyi, zihinsel dünyadaki gerçeğine uygun hale getirmek için çeşitli çabalar bile harcanabilir. Daha da önemlisi her kişi, farklı bir durumda, farklı bir kişilik olarak kendini var edebilir ve tüm bu şizofrenik yetenekleri sayesinde; yani hem kendisini farklı bir gerçeklik hem çevresindeki her şeyi hem de zihninde var ettiklerini farklı farklı gerçeklikler olarak var edebiliyor olması ve en önemlisi de bunların hepsini zihinsel bir birlik – bütünleştirme ile var edebiliyor olması; diğer tüm canlı varlıklardan farklı bir varlık olma mertebesini elde etmesine vesile olmaktadır.

İnsanın, olmayanı var etme veya dış dünyada tam olarak somut bir karşılığı bulunmasa bile zihninde bir gerçeklik tahayyül edebilmesi ve hatta hayaline temayül gösterebilmesi, onun, insan varlığı olduğuna delil teşkil etmektedir. Hatta bu yetenek sayesinde ki, insan varlığı mağaradan çıkıp, muhteşem yapılar inşa edebilmiş, daha önce hiç olmayan teknolojik aletler, aygıtlar, cihazlar icat edebilmiştir.

Kısacası zihinsel gerçeklikler ve fiziksel gerçeklikler ayrımı, insan varlığının intentionality adını verdiğimiz ve artık onun “zihinsel bir işlemci” olduğunu varsayacağımız, donanımının, yeteneğinin bir sonucudur ve bu işlemcinin işletilme becerisine göre, insan varlıkları gerçeğinden daha mükemmel ve hatta gerçekte olmasa bile mükemmel tahayyüller – tasavvurlar – taslaklar üretebilmektedir. Nitekim medyatik bir mekanizma olan göstergeler sistemi başta olmak üzere, bütün kültürel formlar ile diğer somut ve sosyal gerçeklikler, bu şekilde üretilmiş artefactlardır.

Demek ki iletişim ve etkileşim, organik ve ontolojik bir süreç olmakla birlikte, medyatik mekanizmalar, mekanik ve epistemolojik bir gerçeklik olarak var edilmektedirler. Şimdilik çok anlamlı; yani iletişimi telefon konuşmasına indirgenmiş bir model olarak tasarladığımızda çok anlamlı olmayan bu tespit; yüz yüze konuşma gibi bir iletişim eylemi söz konusu olduğunda işe yarayacaktır. Zira bilhassa kanal ile araç ayrımına belirlilik kazandırmamıza vesile olacaktır. Ama biz bu sorunsalı şimdilik ihmal ederek, intentionality kavramına bir miktar daha açıklık kazandırmaya çalışalım.

Buraya kadar vülgarize edilmeye çalışılan kuramsal birikime göre herhangi bir ilişki ve ilişkinin olası sonuçlarından önce, ihtiyari ve kimi zaman da bilinçsizce olmamak kaydıyla, gayri ihtiyari bir biçimde zihinsel işlemler gerçekleştirilmektedir. “Zihinsel Ön Evre” dediğimiz bu aşamada gerçekleştirilen işlemlere “meta-communicative” evre adını verdik. Bu evreye, intentionality kavramı etrafında yürütülen tartışmalarla açıklık kazandırılmaya çalışılmaktadır.

Arzu, inanç, fikir, umut, hatırlama, hayal, amaç-hedef-taslak, her ne ad altında olursa olsun, insan zihninde şu an için teşekkül eden ‘her şey’ muhakkak, ‘bir şey’le ilişkilidir ve ‘o şey’e mütemayil (intentionality)dir. ‘O şey’in gerçek dünyada genellikle bir benzeri veya karşılığı olmakla birlikte, olma zorunluluğu yoktur. ‘O şey’e dış bir gerçeklik esin kaynağı olmuş olabilir veya somut bir faktörün etkisi bulunabilir ama temayül(intention)ün ille de belirli bir dış dünya gerçekliğine müteakıl olma koşulu yoktur. Nitekim, gözlem konusu yapılabilen dış dünya alametleri olduğu iddia edilse bile, ontolojik evrende somut karşılığı olmayan inançların varlığını inkar etmek mümkün değildir.

Temayül gösterilen ‘her şey’ esasen iki parçadan oluşmaktadır. Bu parçaların birisi zihindeki, diğeri zihnin dışındaki varlıklardır. Bu iki parçanın bir araya getirilmesi, her var olanın her seferinde yeniden var edilmesi imkanını yaratmaktadır. Sürekli var edebilme becerisi, insani yaratıların temel enerji kaynağını teşkil etmektedir. Buna göre temayül, yani iki parçayı bir araya getirerek yeni bir bütün yaratıp onunla ilişkili olma; meyletme isteği ile meyledilme isteğinin buluşturulmasından ibarettir. Zira, insan zihnindeki bu yaratı, iki ayrı işlemcinin üretimi değildir. Bu şu demektir. İlgilendiğimiz karşı cinsten birisini düşünürken, sözgelimi, bir yandan da televizyondaki dizide sevgilisini aldatan birisinin hikayesini izliyorsak ya da bir ihanet anısı zihnimizi sürekli meşgul ediyorsa veya böyle bir korkuyu, tedirginliği, acı çekme ihtimalini her zaman zihnimizde taşıyorsak, ilgilendiğimiz gerçek kişi bizim üzerimizde o anda etkili olma imkanına da özellikle sahip değilse, ilgilendiğimiz kişinin zihnimizdeki karşılığı o an için olumlu bir imge olarak teşekkül etmeyebilir.

Bu etkileşim, dış dünya gerçekliği ile zihinsel gerçeklik arasında bir uçurum oluşturabilir. Bu uçurum gerçek kişi ile uygun bir iletişim yürütülmediği sürece derinleşebilir. Bunun nedeni, zihnimizde iki ayrı işlemcinin olmaması ve iki ayrı verinin iki farklı işlemci tarafından işlenmemesi ve bir işlemcinin iki farklı veriyi birleştirmesi, bütünleştirmesi, buluşturmasından kaynaklanmaktadır. Zira zihinsel işlemci üç ayrı zihinsel işlevi gerçekleştirir. Bu

aygıtlardan birincisi; hayallerimiz, daha önce kayıt altına alınmış anılarımız, beklentilerimiz, değerlerimiz, arzularımız, umutlarımız, plan – proje – taslak – hedef - amaçlarımız ve buna benzer birikimlerimizdir. İkinci aygıt; zihnimizde var olan kategorilerimiz, şablonlarımız, şemalarımız, kalıplarımız, yargılarımız veya değerlendirmelerimiz, yorumlamalarımızdır. Üçüncü aygıt bu iki aygıtlarla birlikte işleyen kabul veya ret, yaklaşma veya uzaklaşma, sempati veya antipati, takdir veya tel'in-tekziplerimizdir.

Örneğin, İstanbul'u düşündüğümüzde feci bir trafik karmaşası içinde isek ya da aklımızda kalan feci bir trafik ise, İstanbul ile ilgili o anki temayülümüz onun yaşanması zor bir kent olduğuna dairdir. Kız kulesi manzarasına nazır içtiğimiz çayın tadı hala taze ise ya da bu hazzı o an tadıyor isek, İstanbul bizim için nadide bir kenttir. Kısacası bir şey yapmak; bir etki, eylem, hareketlilik sergilemek istediğimizde, bizde mutlaka bir temayül teşekkül etmektedir. “Bir şey istiyorum” dediğimizde, muhakkak ne istediğimizi biliyoruz demektir. Bununla birlikte her isteğin mutlaka ‘bir şey’e yönelik olduğunun önceden takdir edildiğini söylemek ya da her canlının isteklerini önceden tasarladığını iddia etmek mümkün değildir. Zira temayül bilinçli bir haldir. Kuşkusuz ki bazen kuluçkada bekleyen potansiyelimizin uygun koşullar zuhur ettiğinde, birdenbire kendini açığa vurduğu durumlara tanıklık edebiliriz. Ama, bunlar da belirli bir bilinçlilik halinin neticeleridir. Nitekim, yağmur yağmıyor olsa da, yağmurun yağma ihtimalini bilebiliriz ya da o an için yağmurun yağma ihtimali olmasa da yağmurun yağmasını isteyebiliriz. Zira temayül, olmasını istediğimizi icra - ifa etmek, keşfetmek olduğu kadar, olmasını istediğimizi icat etmek ile de ilgilidir. Buradaki önemli nokta şudur: Temayül henüz bir eylem, etki veya hareket değildir. Bir eyleme, etkiye, harekete hazır olma halidir. Bu yüzden temayül edilen bir eylemin, etkinin veya hareketin icra - ifa veya keşif edilmediğini de görebiliriz. Ama temayülün muhtemel eylem, etki ve hareketi tasarladığı, planladığı, hazırladığı, ona çeki düzen verdiği, onu düzenlediği kesindir. Dolayısıyla, rahatlıkla söylenebilir ki, içgüdüsel ve bazı duygusal davranışların dışın-

da kalan tüm insan davranışları muhakkak belirli bir temayül ile ilişkilidir. Her zaman belirli bir temayüle ilişkin olmasa da onunla ilişkili olmak zorundadır.

Buraya kadar anlatılanların iletişim bilimi açısından en önemli olan sonucu şudur: Temayül işlemi ile öncelikle bütün istekler belirli biçimde sistematize edilmektedir. Belirli bir sıralamaya sokulmakta, hiyerarşi oluşturulmaktadır. Hangi şey, ne kadar öncelikle istenecektir? Bir şey istenecekse, nereye kadar, ne zaman, nerede, nasıl, ne şekilde istenecektir? Dolayısıyla isteklerimizle ilgili olarak belirli bir sistematik ve hiyerarşi yoksa, temayülden söz edemeyiz. Bu işlem ile ikinci olarak, temayül “dile getirilmekte”dir. Dil olmasaydı, temayülün varlığından asla haberdar olamazdık. Dolayısıyla temayülün kendini belli etmesi, dil aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Yani, temayülün teşekkülünün insan varlığının biyolojik ve psikolojik doğasında mündemiç; dilin ise insani bir yapı, sonradan oluşturulan simgesel bir düzenek olduğunun gözden ırak tutulmaması önemlidir. Dil böylece temayülün varlığına delil teşkil etmektedir ama kendisi değildir. Zihin ifa ettiği tüm işlevlerine bir isim vermekte, onu kavramsallaştırmakta, tanımlamakta, betimlemekte, açıklamaktadır. Zihin, adını koyduğu ‘şey’i tanımakta, anlamakta ya da ‘o şey’i adlandırarak “tanıdık” ve “bildik” hale getirmektedir.

Bizim, Foucault ve başka birkaç teorisyenden de ilham alarak “Temsiliyet Mekanizması” (2006) olarak adlandırdığımız ve Fodor (2008)’un Düşünce Dili tabiriyle kitabını yazdığı, Meta - Communicative Evre; yani “Temayülün Dile Gelme” işlemi, aynı zamanda, Fodor’a göre yaşamsal bir beceridir. Çünkü bu işlem zihinsel yapı taşı olarak işlev görmektedir. Örneğin, yürümek için kullandığımız ayaklarımızın, aynı zamanda, üzerimize gelen bir otomobilin altında ezilmemek için koşup bizi kurtaracak bir organımız olduğunu, bu sayede biliriz.

Burada anlatılanlar herhangi bir birey zihni ile sınırlı açıklamaları kapsamaktadır. İletişim sosyolojisi açısından anlamın üretildiği yegane unsur olması hasebiyle bu açıklamalar kuşkusuz

ki önemlidir. Ancak, Meta – Communicative Evre, bireysel zihin açısından geçerli olduğu kadar, toplumsal zihniyet açısından da geçerlidir. Bireysel zihnin işlemesine ilişkin bu açıklamalar, çok da önemli olmayan bazı ayrıntılar ilave edilerek, toplumsal zihniyete teşmil edilebilir. Nitekim action değil de; olgu, yapı, sistem, hatta kollektif bilinç gibi kavramlarla, betimlemelerle anlatılmak istenenler ile, intentionality ile anlatılanlar arasında can alıcı farklılıklar mevcut değildir. Sözelimi, bireysel zihindeki kategoriler, şablonlar, şemalar, yargıların işlevini, toplumsal zihniyet düzleminde totem ve tabular, gelenek ve görenekler ve onların çerçevesinde var olan sürekli değişip dönüşen çok çeşitli kültürel kodifikasyonlar üstlenmektedir. Bireysel zihin ile toplumsal zihniyetin her ikisini de kapsayan ‘artefact’ ise, en önemli unsur sözlü ve sözsüz dil olan, medyatik mekanizmadır.

BÖLÜM ÖZETİ

İletişim sosyolojisinin özerk bir disiplin olarak kendisini kurması, kuşkusuz ki, belirli bir aksiyomatik zemin üzerinde, kendine özgü kavram, kuram ve kurumlar var etmesine bağlıdır. Bu nedenledir ki öncelikle, medya sosyolojisi olarak anılması ve algılanmasının önü kesilmelidir.

Kitle iletişim araçlarının etkilerine ilişkin mevcut akademik birikim, iletişim sosyolojisi için, emre amade kaynak özelliği taşımaktadır ama, son yıllarda yeniden keşfedilen George Simmel ile çığır açıcı sosyologlardan biri olan Talcott Parsons ve çok önemli bir sosyolojik gelenek yaratmış olan Şikago Okulu, özellikle Cooley ve Sembolik Etkileşimcilik, İletişim Sosyolojisi'nin kuramsal zeminini teşkil eden son derece mümbit akademik kaynaklardır. Alto Palo Okulu ise adı konulmamış olsa da, iletişim sosyolojisi için hazine değerinde akademik miras bırakmıştır. Öte yandan “Kültürel Çalışmalar” olarak bilinen alan; lisans üstü eğitim programları gibi mevcut bazı kurumları, kendine özgü yayınları ve hatta hususen geliştirilmiş bazı paradigmaları ile, iletişim sosyolojisinin omurgasını oluşturmaktadır. Kısacası şu an için iletişim sosyolojisini besleyen üç ana damar bulunmaktadır: 1. Şikago Okulu ve Sembolik Etkileşimcilik, 2. Kültürel Çalışmalar; (a) eleştirel, (b) liberal (c) Alto Palo Okulu ve 3. Bilgi sosyolojisi.

Bu üç ana damar iletişim sosyolojisinin odak konularını da şimdilik takdir etmiş bulunmaktadır. Öncelikle; iletişim, etkileşim, medya ve temayül kavramları İletişim sosyolojisinin epistemolojik zeminini oluşturmaktadır. İletişimin toplumsal mahiyetini anlayabilmek için toplumu oluşturan unsurlar ve bu unsurlar arasındaki “ilişki”lere odaklanmak gerekmektedir. Kültür konusuyla ilgili olarak, iletişim sosyolojisine bazı ayrıcalıklar tanınmalıdır ve tasavvur edilmiş bir medeniyet algısının alameti olmaktan ibaret bir kültür betimlemesinden vazgeçilmelidir. Birkaç insanın birlikte yaşamaya başladığı ve kendileri için bazı totemler, tabular belirledikleri, mitolojik metinler üret-

tikleri andan itibaren belirli kültürel kodifikasyonların kendini gösterdiği fark edilmelidir. Doğal hayatın icap ve hatta etkilerinden bağımsız olarak var edilen epistemolojik bu ‘yapım’ların her birinin, medyatik mekanizma olarak devreye sokulup, topluluk etkileşim ve iletişiminin bu şekilde nasıl sistematize edildiği, topluluk için tasarlanan temayüllerin, topluluğun bütünleştirilmesi, sevk ve idaresi için “işlemci” olarak nasıl kullanıldığı anlaşılmalı çalışılmalıdır.

Her bir toplumsal unsurun muhakkak bir iletişim değeri bulunmaktadır. Simmel ve Parsons bu konuda bize yeterince ufuk bahşetmektedir. Diğer yandan, etkileşim ve iletişimin iki farklı toplumsal ilişki biçimi olduğuna dair kuramsal perspektifi, bize, zihin felsefecileri sunmaktadır. Intentionality kavramı bu bağlamda, son derece işlevsel bir analiz aygıtı olarak kullanılabilmektedir. Ancak iletişim sosyolojisinin bu odak konusu ile ilgili akademik birikimin, yabancı literatürde bile, son derece yetersiz olduğu, ülkemizde ise hemen hiç ilgi görmediği, ne yazık ki itiraf edilmelidir.

BU BÖLÜMDE CEVABI SUNULAN SORULAR

1. İletişim Sosyolojisi ile Medya Sosyolojisini neden ayırtmak gerekmektedir?
2. Toplumsal iletişimin çağdaş bir analizinin ortaya konulduğu ilk eser ve toplumbilimci kimdir ve nasıl bir görüş ileri sürmüştür?
3. Kitle iletişim araçlarının ilk dönem etkilerine ilişkin kısa bilgi veriniz?
4. Mass medyaya yüklenen modern kutsal misyonu belirtiniz?
5. İletişim Sosyolojisini besleyen ana damarları yazınız ?
6. İletişim Sosyolojisinin Odaklanması gereken dört kavramı yazınız ve onlarla ilgili bilgi veriniz?
7. İletişimin toplumsal mahiyetini gözlemleyebilmek için öncelikle ele alınması gereken toplumsal unsurlar nelerdir?
8. Toplum neden bir etkileşim sistemi olarak tanımlanmaktadır?
9. Medyatik mekanizmayı tanımlayınız?
10. Cemaat, camia ve cemiyet nasıl anlaşılmalıdır?
11. Münasebet kavramını açıklayınız, münasebet (ilişki) biçimleri hakkında bilgi veriniz
12. Kültür neden ilk insan toplulukları kadar eski kabul edilmelidir?
13. İletişimsizlik neden mümkün olabilir?
14. Action kavramı toplumun neden dinamizm kaynağıdır?
15. Intentionality kavramının felsefe kökenleri hakkında bilgi veriniz?
16. Intentionality, zihinsel işlemci olarak nasıl işlemektedir, betimleyiniz?
17. Meta-communitive evre ne demektir, anlatınız?

KAYNAKÇA

- Alexander Jeffrey C., ve Steven Seidman, (ed.) **Culture and Society Contemporary**, Debates, Cambridge University Press
- Anık Cengiz (2009) *"Bilginin Toplumsal İşlevlerine İlişkin Yaklaşımları Tasnif Denemesi"* **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Bahar-2009 Sayı 28, s:1-28
- Anık Cengiz (1999) *"Varoluşçuluk ve İletişim"* **İletişim** 99/1 Kış, İletişim Fakültesi Dergisi, 1999, s: 99-119
- Anık Cengiz (2006), *"İletişim Sosyolojisi için Bir Kavram Önerisi: Temsiliyet Mekanizması"* **Kamu'da Sosyal Politika**, Cilt:1, Sayı: 1, 2006, s:73-80
- Anık C., ve Soncu (2010), *"Kültür, Medeniyet ve Modernizm Üzerine: Yaprak Dökümü Bağlamında Bir Değerlendirme"* **Global Media Jurnal** Cilt:1, Sayı:2 Güz:2010, s: 50-80
- Balle Francis, Jean G. Padioleau, (1973), **Sociologie de L'information**, Libraire Larousse
- Balle Francis (1984) **Medias et Societe**, Troisieme edition, Paris: Edition Montchrestein
- Barret Oliver Boyd- Chris Newbold (ed.) (1995), **Approacher to Media. A Reader**, London: Arnold
- Berger Peter L., ve Thomas Luckmann (2008) **Gerçekliğin sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi**, (çev.) Hüsamettin Aslan, İstanbul paradigma
- Birdwhistell (1970) **Kinesics and Context Essays on body Motion Communication** Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Blumer Herbert (1969), **Symbolic Interactionism Perspective and Method**, University of California Press

- Carey James W., (1988), **Communication as Culture Essays on Media and Society**, New York Routledge
- Cohen P, J. Morgan ve M. E. Pollack (ed.) (1990), **Intentions in Communication**, Bradford Books, MIT Press
- Curran James, Michael Gurevitch (ed.) (1991), **Mass Media and Society**, London Edward Arnold
- Curran James, Michael Gurevitch, Janet Woollacott, (1977), **Mass Communication and Society**, Edward Arnold
- Cazeneuve Jean, (1965), **Sociologie de la Radio – Television**, Paris, PUF
- Crowley David, David Mitchell (ed.) (1995), **Communication Theory Today**, Polity Press
- Dexter Lewis Anthony, Davit Manning White (ed.) (1963) **People, Society, and Mass Communication**, London: The Free Press of Glencoe
- Hall, E. T. (1969) **The Hidden Dimension New York**: Doubleday,
- Hall E.T. (1959) **The Silent Language**, New York
- Hekman Susan (1999) **Bilgi Sosyolojisi ve Hermenetik, Manheim, Gadamer, Foucault ve Derrida**, (çev.) Hüsametten Aslan-Bekir balkız) İstanbul Paradigma
- Gitlin Todd, (1995), *“Media Sociology: the Dominant Paradigm”* Oliver Boyd Barret - Chris Newbold (ed.) (1995), **Approacher to Media. A Reader**, London: Edward Arnold
- Fleur De Melvin L., Sandra Ball-Rokeach (1977) **Theories of Mass Communication**, Third Edition, New York: Longman Inc.
- Fodor, Jerry A. (2008) **The Language of Thought Revisited**, Clarendon Press: Oxford

- Klapper Joseph T., (1963) **The Effects of Mass Communication**, Third Printing, The Free Press of Glencoe
- Lazar Judith (2009) **İletişim Bilimi** (Çev.) Cengiz Anık, 2. Basım Ankara. Vadi y.
- Lazar, Judith (1991) **Sociologie de la Communication**, Paris, Almand Colin
- Lyons William (1995), **Approaches to Intentionality**, Oxford University Press.
- Mendelsohn Harold, (1963) *"Sociological Perspectives on the Study of Mass Communication"* Lewis Anthony Dexter, Davit Manning White (ed.) **People, Society, and Mass Communication** London: The Free Press of Glencoe
- Mattelart Michelle ve Armand, (1995) **İletişim kuramları Tarihi**, Çev. Merih zıllıoğlu, İstanbul: İletişim
- Mattelart Armand (1996) **İletişimin Dünyasallaşması** Çev. Halime Yücel, İstanbul: İletişim
- Mills Wright (1974) **İktidar Seçkinleri** (çev.) Ünsal Oskay, İstanbul bilgi
- Moles Abraham A. (1971) **Socio-Dynamique de la Culture**, Paris, La Haye Mouton-C
- Parsons Talcott (1968) **The Structure of Social Action**, Volume I ve Volume II, London: The Free Press
- Schudson Michael, (1991), *"The Sociology of News Production Revisited"*, James Curran, Michael Gurevitch (ed.) (1991), **Mass Media and Society**, London: Edward Arnold
- Searle John R., (1983), **Intentionality an Essay in the Philosophy of Mind**, Campridge University Press.

Thompson John B., (1995) *“Social Theory and the Media”*, David Crowley, David Mitchell (ed.) (1995), **Communication Theory Today**, Polity Press

Tüfekçioğlu, Hayati, (1997) **İletişim Soyolojisine Başlangıç**, İstanbul: Der y.,

Yumlu Konca (1990), **Kitle İletişim Araştırmaları**, İzmir

Watzlawick Paul, J.Helmick Beavin, Don D. Jackson (1972) **Une Logique de la Communication**, Points

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL SİSTEM VE MEDYATİK İNŞA

Toplumbilim, hiçbir bireyin tek başına olamadığı, olamayacağı" gerçeğinden hareket etmektedir. "...kişi ve grubun karşılıklı etki - tepki yoluyla anlaşabileceği" iddiası ise toplumbilimin en merkezi varsayımdır. Demek ki toplumbilim, "iki veya daha çok kimsenin ya da grubun, birbirlerinin beklemelerini ve davranışlarını iki yanlı ve karşılıklı olarak etkilediklerin"den (**Lundberg – Schrag – Larsen, 1970 : 5**) hareket etmekte, grupları ve toplumları incelemek amacıyla yola çıkarak "sokaktaki bireyler arasında geçen karşılaşmalardan küresel süreçlere" (**Giddens, 2000: 2**) kadar yayılan bir alanı kendisine inceleme konusu olarak tayin etmektedir.

1. Etkileşim Sistemi

Talcott Parsons (**1951**)'a göre, bu güzergahta disipline olan toplumbilim, toplumu; alt parçaların etkileşim ve işlevselliğinin sonucu bir bütün olarak tasarlamaktadır. *The Social Systems* isimli klasik eserinde Parsons, toplumun kültürel ve kişilik olmak üzere iki ana alt sistemden meydana geldiğini iddia etmektedir. Ona göre kişilik sistemi kültürel sisteme, *statü* ve *rol*'lerle eklemlenmekte - ilintilenmektedir (attached). Kuşkusuz ki bu eklemlenme çok farklı biçim ve içerikte olduğu gibi aynı zamsanda bu ilintilenmişlik, karşılıklı beklmeleri de takdir ve tayin etmektedir. Statü ve rollerdeki belirlilik, toplumsal denge ve istikrara yöneliktir. Bu aynı zamanda toplumsal denge ve istikrarın her an dengesizlik ve istikrarsızlığa ve elbette yeniden denge ve istikrara kavuşmaya meyyal olduğu anlamına da gelmektedir.

1937 ve 1949'dan sonra “yeni giriş” ile 1968'de yayınlanan *The Structure of Social Action*'da Parsons (1968: 44), bir action (eylem, etki, hareket)'ın bileşenlerini şöyle ahlatmaktadır: Bir action'un ortaya çıkması için ilk olarak bir eylemci (actor) olmalıdır. İkinci olarak eylemcinin ulaşmak istediği (oriented) bir hedef ya da sahip olmayı amaçladığı bir sonuç (end) bulunmalıdır. Üçüncüsü, eylemcinin denetiminde bulunah vasıtalar (means) ile denetleyemediği koşulların (conditions) bulunduğu ortamdaki bir durum söz konusu olmalıdır. Dördüncü olarak eylemcinin bütün aktivitelerini etkileyen, şekillendiren; hangi vasıta ile ne tür bir amaca yöneleceğini vaaz eden normlar ve değerler bulunmaktadır.

Buna göre Parsons toplumu; kültürel, sosyal ve kişilik sistemleriyle, davranışsal durumlardan müteşekkil bir etkileşim sistemi olarak tasavvur etmiş görünmektedir. Bu görünümde, bireysel aktivitelerin tümüyle toplumsal yaptırımlarla belirlendiği ve hatta toplumsal statü ve rollerden ibaret olduğu kanaati vaaz ediliyor gibidir. Böyle bir kastı inkar etmek mümkün olmamakla birlikte, Parsons'ın actor eylemlerini açıkça, “ilk hareket” olarak tasarlaması; bireysel varlığın toplumsal dinamizm açısından yegane kaynak olduğunun, onun tarafından tespit edildiği sonucuna bizi ulaştırmaktadır. Dolayısıyla Parsons'un toplum tasavvurunda, birey ve bireysel oluşumların eylemleri ile toplumsal yaptırımlar arasındaki etkileşim, toplumsal varlığın bir etkileşim sistemi olarak tebarüz etmesine kaynaklık etmektedir.

Bu tasavvura uygun üç postüla ileri süren Robert **Merton** (1967: 79-86), ilk olarak, toplumsal sistemin tüm parçalarının yeterli derecede “iç tutarlılık ve harmoni” içerdiğine, ikinci olarak toplumsal bütünü oluşturan parçaların işlevselliğine ve son olarak da sözü edilen tutarlılık - harmoni ve işlevselliğin toplumsal bütün için olmazsa olmaz (indispensability) unsurlar olduğuna dikkat çekmektedir.

Siyasal sosyoloji açısından topluma yaklaşan ve toplumdaki uyumlu parametrelerin yanı sıra çatışmalı parametreleri

de görmeye çalışan **Duverger**'e göre (1982: 12) “bir yana bireyleri”, “diğer yana da onların toplamı olan toplumu koyarak” toplumsal varlığı incelemek sosyal araştırmanın yönünü saptırmaktadır. Zira toplum, bireylerin toplamı değil bir “etkileşim sistemidir.” Ona göre (1982: 321-322) “toplum, topluluk, grup ve gruplaşmalar bir etkileşim sistemi oluşturmaktadır. Bu sistemi, unsurların birbirleriyle olan bağılıklarının ve dağılımlarının tümünden oluşan bir bütün olarak çözümlemek gerekmektedir. **Duverger** bunun a) bütünü oluşturan öğelerin birbirlerine bağlı olduklarını, b) düzenli bir uyum içinde örgütlendiklerini, c) öğelerin tümünden oluşan bütünün, öğelerin toplamına indirgenemeyeceğini, d) bu bütünün dışarıdan ve kendi iç öğelerinden gelen etkilere, bir bütün halinde tepki gösterdiğini kabul etmek gerektiğini önermektedir.

Gurvich, “Her toplum”un “her zaman için topyekün bütün içinde birbirlerini sınırlandıran, birbirleriyle mücadele eden, dengeleşen, bileşen, bütünleşen ve kendi aralarında belirli bir hiyerarşi oluşturan bir gruplaşmalar mikrokozmosu durumunda olduğunu belirtmektedir (**Cangızbay**: 1985 148), Ona göre “toplumsal yapı bitmeyen bir süreçtir: kesiksiz bir yapılaşma (destruction) ve yeniden yapılaşma (reconstruction) hareketi içinde görünür” (**Gurvich**, 1985: 143). Çünkü toplumsal yapı edim halindeki toplumun bir görünümüdür ve bir yapıt olan bu toplum edimsiz varolamaz; yani burada yer an yeniden başlayan bir birleştirme ve yön verme çabası söz konusu olmaktadır (**Gurvich**, 1985 :123). Dolayısıyla sürekli yıkılan ve sürekli yeniden kurulan “kararsız bir denge”(**Gurvich**, 1985 :140) hali olarak görülen topluma bu canlılığı ve dinginliği kazandıran, toplumun unsurları arasındaki etkileşimdir.

2. Temsiliyet

Esasen etkileşim, birçok canlı arasında var olan bir harçtır. Hatta bilindiği gibi birçok hayvan topluluğunun üyeleri arasında oldukça kusursuz işbölümü, statü ve hiyerarşi bulunmakta ve

aralarında buna uygun etkileşim biçimi oluşmaktadır. Ama onlar insan topluluklarından farklıdır. Çünkü insan toplulukları arasındaki etkileşim, iletişim süreci ile birlikte işletilmektedir ve iletişim sürecinin, insana özgü olduğunun söylenmesini mümkün kılan, sadece insan zihninin temsil yeteneğine sahip olmasıdır.

Temsiliyet mekanizması, hem etkileşimi hem de iletişimi insanlara özgü kılmaktadır. Bu mekanizma aynı zamanda bireylerin olduğu kadar toplumların da kendine özgü bir nitelik arz etmesine vesile olmaktadır.

Kitabının “Temsil Etmek” başlıklı bölümünde **Faucoult** (1966: 60-91) temsiliyeti, “kendi’sinin kahramanı” dediği Don Quichotte’un romansı kişiliğinde şöyle anlatmaktadır:

“Don Quichotte deli dolu bir karakter değildir. O daha ziyade benzerliğin bütün işaretleri önünde duraksayan hassas bir seyyahdır”.

Servantes’in bu ilginç kahramanını kullanan Foucault, belirli bir tarihsel kesitteki temsiliyet anlayışlarını karşılaştırarak, “Ortaçağ - Rönesans, Klasik ve modern epistemeler” arasındaki farklılaşmaları göstermektedir. Burada temsiliyet, belirli dönemlerin düşünme biçimlerini, bilgi üretme - tüketme tarzlarını karakterize etmektedir. Foucault’nun, diğer bazı eserlerinde (Hapishanenin Doğuşu, Kliniğin Doğuşu, Cinselliğin Tarihi v.s.) gösterdiği gibi, Temsiliyet mekanizması, toplumsal yapıları - kurumları ve bireysel davranışları tayin ve tespit etmektedir.

Sosyal antropolijinin verilerine göre, insanın gelişimi soyut bilgi üretimi sayesinde olmuştur (**Childe**, 1985:17). İlk insan imgeleme yeteneği (**Bronowski**, 1987:6) ve dilsel simgecilikle ölümsüzlük, sihir, ruh gibi soyutlamalar yapabildiği, kabile üyelerini bir arada tutma ve toplumsal mekanizmayı sağlıklı işletmeye yönelik fikir(ideoloji) ve buna uygun toplumsal ritler üretebildiği için diğer canlı varlıklardan ayrı bir “tür” olma özelliği (**Childe** 1985: 16) taşımaktadır. İlkel insan bu türden bir temsiliyetle, bugünkü bilimin ürettiğine benzer bilgiler üretmiştir (**Strauss**, 1984:29-45).

Kısacası, insanlık tarihi boyunca bilgi adına ne üretilmişse bunun, bireysel ve toplumsal* temsiliyet mekanizmasının bir ürünü olduğu rahatlıkla söylenebilir.

3. Temsiliyet Mekanizması

Temsiliyet mekanizması oldukça yalın işleyen bir süreçten ibarettir. Hepimiz, bize çok çeşitli iletiler sunan doğal ve sosyal bir çevre içinde yaşıyoruz. Çevremizdeki her şeyin (özne, nesne, simge, kavram v.s. çevresel varlık) bize ne anlatmak (bize ulaştırmaya çalıştığı iletiyi) istediğini anlamaya ve anlıyor gibi olduğumuz (çünkü onun anlatmak istediği iletiyi eksiksiz alma şansımız yok) bu iletilere zihnimizde bir ad yakıştırarak, onu kavramaya çalışıyoruz. Bunu yaparken de algıladığımız varlığın (özne, nesne, simge, kavram v.s), daha doğrusu bizim görüş-seziş-algılayış alanımıza iletisini sokmayı başaran her şeyin (varlığın), daha önceki zihinsel kayıtlarımızda yerinin olup olmadığını, bu kayıtlarda, hangi izlenimlerimize denk düştüğünü soruşturuyoruz.

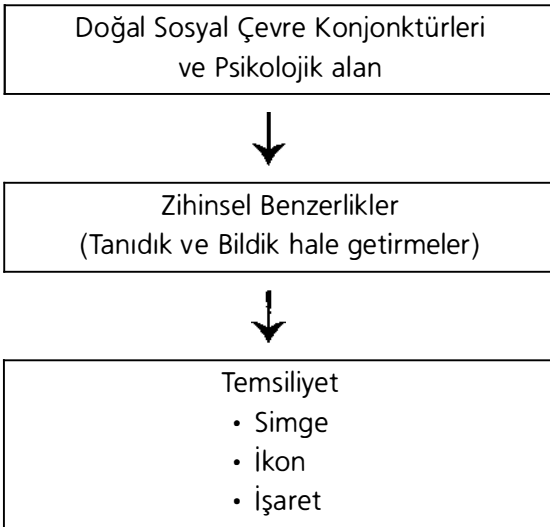
Bu soruşturmayı, her defasında farklı bir sosyal doğal çevre ve farklı bir psikolojik alanda yapacağımız için, asla daha önceki izlenimlerimize tam olarak denk düşen bir yakıştırma ile soruşturma son bulmayacaktır. Bu yüzden bize şu an ileti sunan varlık bir önceki kayıtlarımıza göre, tarafımızdan izlenmiş varlık olsa bile, biz, onun iletisini, şu andaki sosyal - doğal çevremizin konjonktürleri ve şu andaki psikolojik alanımız ile denk düşürmeye çalıştığımız için, önceki kayıtların aslı değil, benzeri olan bir anlamlandırma yapabilmemiz mümkündür. Şayet şu an bize bir ileti sunan varlığın zihinsel kayıtlarımızda hiç bir izi bulunmuyorsa, onun, kayıtlarımızdaki, en fazla benzeyenini bulup, onu da benzeri ile anlamlandırmaya çalışıyoruz.

Böylece bize ileti sunan varlık tanıdık (connaitre) ve bildik(savoir) olsa da, tanıdık ve bildik olmasa da, onun mutlaka zihnimizde bir benzerini üretiyor ve ürettiğimiz benzerlerini dağarcığımıza hapsettiğimiz gibi, onu da dağarcığımızda tutsak alıp, ona olan yabancılığımızı ve yadlığımızı, bir süreliğine tüketiyor, onu tanıdık ve bildik bir şeye dönüştürüyoruz. Bu süreç

sonucunda, o şeyle aramızda güven –ya da güvensizlik- bağları oluşturuyoruz ve bu bağlarımızı, süreç tekrar edilinceye kadar sabitliyoruz. Bu işlem, birkaç işaret, simge ya da sözcük ile meramını anlatabilen bebekten, milyonlarca sözcükle (birkaç dille) düşünen ve konuşan düşün adamlarına kadar geniş bir yelpazede, aynı biçimde işlemektedir. Mekanizmanın işleme süreci aynı olmakla birlikte süreç, daha yalın veya daha yoğun olabilmektedir.

Sözü edilen bu süreçle, bireysel düzeyde gerçekleştirilen bir temsiliyet işlemi betimlenmektedir. Bu işlem genele şamil olduğu, yani bir toplumun uzlaşımalsal işlemi olarak gerçekleştirilmiş olduğu zaman, toplumsal temsiliyet halini almaktadır. Kuşkusuz ki toplumsal temsiliyet mekanizması, bireysel temsiliyet mekanizmaları gibi daha kısa süreli hafıza kayıtlarından ibaret olmadığı; daha sürekli, daha kalıcı, daha konservatif ve daha şamil olduğu, daha yavaş işlediği için; bireysel temsiliyet mekanizmaları üzerinde etkili, kuşatıcı ve belirleyici bir rolü olmaktadır. Bireyi toplumsal müntesibe dönüştürme kapasitesine de toplum, bu sayede erişebilmektedir.

Demek ki, temsiliyet mekanizması şöyle bir şema içermektedir:



Şemaya göre temsiliyet mekanizmasını tetikleyen doğal ve sosyal çevredeki konjonktürlerdir. Sosyal ve doğal çevrenin konjonktürel olması önemlidir. Zira doğal ve sosyal çevredeki varlıkların ileti sunar halde olmasını sağlayan konjonktürlerdir. Bu bağlamdaki konjonktür, yanardağ patlamasından bir ülkenin milli marşının çalınıyor olmasına kadar oldukça geniş bir anlam alanını işgal etmektedir. Konjonktür birey açısından her zaman, belirli bir psikolojik alan (Psikolojik alan için BKZ: **Krech ve Crutchfield**, 1970: 34) içinde formlaşmaktadır. Dolayısıyla bu, her bir psikolojik alanın farklı konjonktürel form içerdiği sonucuna bizi götürmektedir. Bu form, bireyin zihinsel benzerlikler kurma kapasitesini işletmektedir. Zihinsel kaydı bulunsa da bulunmasa da konjonktürel formun her seferinde benzeri üretilmektedir. Bu üretim tanıdık ve bildik hale getirme işlemidir. Bu işlem tamamlandıktan sonra, nihai aşamada, benzeri üretilerek tanıdık ve bildik hale getirilen ürüne bir anlam yüklenmekte ve bu anlamı taşıması için o ürün; ya bir simgeye ya bir ikona ya da bir işarete bindirilmektedir.

Kuşkusuz ki mamul hale gelmiş ürünün bindirildiği bu taşıyıcının taşıma kapasitesi, taşıması gereken anlamsal yükü taşıyacak nitelikte değildir (yani, örümceğin ağa kodlandığı gibi kodlanamaz. Ya da bilgisayar belleği gibi kayıt yapamaz). Temsiliyet mekanizması başka türlü (yüklenen yükü yüklenebilecek niteliğe sahip olması) işlememektedir. Bu bir eksiklik ya da kusur değildir. Aksine mekanizmanın diğer canlı-cansız sistemlere göre ayrıcalığını göstermektedir. Zira başka türlü olsaydı, yani yükünü eksiksiz taşısaydı, yeniden üretim imkanı söz konusu olmazdı. Bu da gelişme, ilerleme, değişme gibi kavramlara uzak olmamızı gerektirirdi. Zira biz insan varlıkları, her bir temsiliyeti, taşıyıcının taşıdığı yüke tümüyle sadakat göstermeksizin, her seferinde yeniden anlamlandırabiliriz. Uyum ve evrim yeteneğimizi bu işleme becerisine borçluyuz.

Artık bu noktada temsiliyet mekanizmasının esnek bir tanımını sunabiliriz: En basit ifadeyle temsiliyet mekanizması *“her şeyin bir şey aracılığı ile tanımlanabilmesi ve taşınabilmesidir”*.

Her şey terimi sosyal – doğal çevredeki tüm somut varlıkları kapsadığı gibi, karşılığı büyük ölçüde üreticisinde mündemiç, soyut varlıkları da kapsamaktadır. Bir şey terimini ise biz; (gösterge-bilimcilerden ödünç alarak) ikon, simge, işaret kavramlarıyla açmıyoruz. Esasında bu üç kavramın tanımlamaya çalıştığı işlev, ayrıştırılabilir ya da aşamalandırılabilir değildir. Sınıflandırma kaygısı sadece anlama kolaylığı sağlamak içindir.

Temsiliyet mekanizmasının işlevi sonucunda ortaya çıkan ürünü taşıyan göstergelerden birisi olan ikon, denk düştüğü varlıkla benzerliği göstermektedir (**Lazar**, 2001:78). Portre en somut örnektir. Bununla birlikte totem gibi kimi ikonlar kutsanmışlardır ve oldukça derine işlemiş toplumsal nüfuza sahiptirler. Simge, temsiliyet mekanizmasının en fazla kullandığı bir göstergedir. Denk düştüğü varlık ile kendi arasındaki bir ilişkiyi içermektedir (a.y.). Özellikle soyut üretimleri somutlamak amacıyla kullanılır ve büyük ölçüde sosyo-kültürel karakterli bir göstergedir. Terazinin adaleti ya da H2O'nun suyu simgelemesi birer örnektir. Simgeye örnek her şeyden önce dildir. İşaret, karşılık düştüğü varlıkla özdeş bağ kuran bir göstergedir. Örneğin ateşle duman arasındaki ilişki böyledir (a.y.). Yağmurla bulut arasındaki bağ da bir başka örnektir. Kuşkusuz ki işaretlerin de bir çoğu sosyo kültürelidir. Özellikle el kol işaretleri, bazı jest ve mimikler, tümüyle böyledir.

Buraya kadar anlatılanlardan, temsiliyet mekanizmasının işlemesi için konjonktürel etkinin zorunlu olduğunu iddia ettiğimiz düşünülecek olursa, haklı olarak, “tabula rasa” tezine sığdığımız eleştirisi bize yöneltilecektir. Modelin bir ölçüde böyle bir kastı bulunmaktadır. Bununla birlikte ne bireyin genetiği ıskalanmakta ne de tahayyül (hiçbir şeyden bir şey üretme) yetisi yok sayılmaktadır.

Her şeyden önce bireyin temsiliyet mekanizmasının işleme stili, genetik şifresine göredir. Bu nedenle her bireyin temsiliyet mekanizması kendine özgüdür. Her birininki diğerininkinden farklıdır. Bu yüzden toplumun oluşabilmesi için uzlaşım sal sim-

gelere ihtiyaç duyulmaktadır. Hatta toplumun ve toplulukların diğer toplum ve topluluklarla aralarındaki sınırlar, uzlaşımalsimgeler sayesinde çizilebilmektedir (**Cohen**, 1985). Öte yandan Eflatun’un yetkin biçimde formüle ettiği “ideal form” ya da “idealar alemi” kuramı, bize, somut karşılığı olmasa da insanların soyut üretimler ortaya koyabildiğini öngörmektedir. Nitekim sevinç, tasa, korku, ruh, sempati gibi sınırsız sayıda soyut sözcük kullanırız. Bizi önemli ölçüde toplumsal ve daha önemlisi belirli bir topluma özgü kılan bu tür simgeler, ikonlar ve işaretlerdir.

Soyutlama ya da tahayyül yetisine müstenit işleyen temsiliyet mekanizmasıyla, bize özgü olan toplumsal karakterimiz açığa çıkmaktadır. Bu nedenle toplum, somut karşılıkları olmayan bir etkileşim sistemine dönüşebilmekte ve kendi unsurlarından daha fazla bir bütün olabilmektedir. Çünkü soyut sözcükler her zaman doğrudan doğruya, doğal - sosyal çevreyle etkileşime delil teşkil etmeseler bile, mutlaka bir partnerle etkileşime, daha doğrusu uzlaşımaya işaret etmektedirler. İnsan, toplum ya da toplulukların etkileşim sistemi olduğunun gösterilebilmesi de bu yolla mümkün olabilmektedir.

4. Sembolik Etkileşimciliğe Göre Etkileşim

Sembolik etkileşimci kuramın temel tezi, attribution theory olarak bilinen yaklaşım ya da yaklaşımların da omurgasını oluşturan; ‘her insanın, başkasına göre bir kanaat veya tavır’ edindiği varsayımına dayanmaktadır. Buna göre insanlar, kendilerini bir biçimde ilgilendiren ya da etkileşime girme ihtimali gözüken dışsal varlıklara (özne, nesne, sembol, kavram v.s.) ilişkin olarak bazı yüklemelerde ya da atıflarda bulunmakta ve o şey (dışsal varlık) hakkında bu atıflarla tutarlı kanaatler üretmektedirler. O şeye karşı (çoğu zaman sübjektif olarak) davranışları tayin eden büyük ölçüde (bilişsel uyumsuzluğa düşmedikçe) bu kanaatlerdir. Tutumların da parametreleri olan matuf kanaatler, onların etkileşim ağını önemli ölçüde belirlemektedir.

Buraya kadar söylenenlerden, ‘matuf kanaatlerin, etkileşimin bağımsız değişkenleri olduğu izlenimi edinilmektedir. Oysa, aksine kuram, etkileşimi bağımsız değişken olarak görmekte, daha doğrusu bunu bir süreç olarak formüle etmektedir. Demek ki dışsal varlıklara ilişkin sübjektif yüklemeler, başlangıçta onların kanaatlerini etkilemektedir. Ancak simgesel olarak bu yolla başlayan etkileşim, insanların kanaatlerini değiştirmekte, dönüştürmektedir. Bu süreç sayesinde insanlar toplumsallaşabilmekte, sosyal uyum ve işleyiş bu şekilde mümkün olabilmektedir.

Son tahlilde söylenebilecek bu sonuçların kamîl bir formülasyonunu Mead’ın ve Cooley’in yapmış olduğunu söyleyebiliriz.

Kendine özgü bir çizgisi olan Amerikan Sosyolojisinin iki mensubu olan Cooley ve Mead’i, kuşkusuz ki, kendi toprağında görmek gerekir. İç grup, dış gurup ayrımı ya da “biz” ve “başkaları” ayrımına dikkatleri çeken William G. Sumner, insan bilimlerinin farklılığına ısrarla vurgu yapan ve (Aristo’dan ilhamla) sadece insan varlığının amaçlarına yönelik olduğu, bu sayede de diğer tüm canlıların çevreye uyuma mahkum olduğu halde, sadece insan varlığının çevreyi kendisine uydurabildiğini, buna yönelik bir zihniyet üretebildiğini gösteren Laster F. Ward, ikna yoluyla denetimin mümkün olabildiğine değinen ve sembolik şiddetin toplumsal gücüne parmak basan Edward A. Ross, insanların başkalarıyla yarışma içinde olduklarını, başkalarına göre kendilerini konumlandıklarını, bu nedenle başarıdan ziyade saygınlığın önemsendiğini ve insanların gösterişe bu yüzden yöneldiğini analiz ederek, özellikle ekonomik ilişkilerdeki toplumsallığı gün yüzüne çıkaran Thorstein Webben ve diğer bazı sosyologları serimlemeden, Cooley ile Mead’ı yerli yerine oturtmak pek mümkün değildir. Ancak bütün bu incelemeler başlı başına bir çalışma gerektirdiğinden, sadece isimler zikredilmekte, Cooley ve Mead’e şöyle bir değinilmektedir.

George Herbert Mead’e göre, başka kişilerle etkileşim - iletişim ağı içindeki konumlanışlığı gözlemlenebildiği ölçüde, bireysel kişiliği açığa çıkarmak mümkündür. W. James’den ilham-

la Mead, bireysel kişiliği iki ayrı benlik'e bölmektedir. Bunlardan birisi özne ben (I), diğeri nesne ben (me)'dir. Özne ben; bireyin, başkalarının tavır ve davranışlarına karşı ve onlara ilişkin olarak oluşturduğu tutum ve tavırların bütünüdür. Nesne ben ise, başkalarının kendisi hakkındaki düşüncelerine ilişkin tahminlerde bulunarak, başkalarının kendisini nasıl görüyor olduğuna ilişkin bu tahminlerle oluşan, başkalarınca edilginleştirilmiş kanaat ve düşüncelerin bütünüdür. Her iki benlik de toplumsal bütünün içinde teşekkül etmektedir. Bunu birey, toplumsal bütün içindeki etkileşim ve iletişim ile deneyimlemektedir. (**Coser**, 1990: 323). Sözelimi çocuk bir oyun oynarken ne yapması gerektiğini, önce oyunun kurallarını başkalarından öğrenerek, yapabileceklerini tayin etmekte, sonra da oyun arkadaşlarının ona ne tür bir rol yüklemiş olduğunu sezinlemeye çabalamakta ve özellikle bu sonuncu beklentileri dikkate alarak, yani, herkesin ondan beklediği rolü en iyi oynamaya çalışarak, başkalarının ilgi, saygı, takdir ve sevgisini kazanmaya çalışmaktadır. Başkalarının gözüyle kendisini görmeyi deneyerek, "onlara göre ben neyim? Onlar beni nasıl görüyor? Nasıl görünürsem onlar beni daha çekici ve takdire şayan bulur?" Sorularını kendisine sorarak, genelleştirdiği başkalarına (generalized other) göre kendini konumlandırıp, "başkalarının görüş alanına girme" kapasitesini geliştirmekte ve bu yolla toplumsallaşmaktadır (**Lazar**, 2001: 18).

Kendini başkalarının gözüyle görebilme başarısını birey çağrışım yeteneğine borçludur. Çağrışımsal olarak başkalarının görüş alanını simgeleştirebilmekte ve onun gözüyle görmeyi simgesel olarak başarabilmektedir. Bu simgesel sistemin en başında dil gelmektedir. Bununla birlikte, toplumsal olan nesne ben aracılığı ile toplum bireyi inşa ederken, birey, özne beni sayesinde çevresini de inşa edebilme potansiyelini korumaktadır (**Coser** 1990, 323).

Toplumsal ilişkileri benzer bir açıdan görmeyi deneyen Charles Horton Cooley, bireysel benliğin, başka insanlarla iletişim sonucunda oluşan diyalektik bir süreç olduğunu söylemektedir. 'Ben duygusunun, 'sen' düşüncesinin varlığına muhtaç ol-

duğunu belirten Cooley, birincil gruplardaki “biz” bilincinin duygusal bağlarla inşa edilmiş olduğuna dikkat çekmekte, “ben” duygusunun “biz bilincine feda edilebildiğine değinerek, toplulukların komünal karakterine vurgu yapmaktadır.

Diğer bazı sosyologlar ve özellikle William James’le, John Dewey gibi düşünürlerin çok büyük payı olsa da Cooley ve Mead, sembolik etkileşimci akımın teorisyenleri olarak kabul görmektedir. Nitekim günümüze en yakın sembolik etkileşimcilerden birisi olan Herbert **Blumer** (1969: 4). Sembolik etkileşimci akımı derleyip toparlayarak yeniden betimlemeye ve onun doğasını sergilemeye çalışırken, bütün varlıkların (özne, nesne, simge, kavram v.s.) ‘anlam’larıyla karşılandığını vurgulamaktadır. Bu anlam, varlığın kendisinin kendisine yakıştırdığı “karşılık”lar değil, daha ziyade, etkileşim – iletişim sonucunda varılan toplumsal mutabakatla elde edilmektedir. Ona göre akım, sözü edilen anlamların sabitlenmişliğini savunmamakta, aksine bir süreç içerdiğine dikkat çekmektedir. Etkileşim - iletişim süreci içinde bağ kurulan varlıklara ilişkin yorumlamalar, sürekli gözden geçirilmekte, yeniden biçimlendirilmekte, her defasında anlamlar yeniden üretilmektedir (**Blumer**, 1969:5).

Blumer (1969:34), toplumsal etkileşimi bu tür bir “süreç” olarak tasarlayanın asıl öneminin methodolojik olduğuna da parmak basmaktadır. Toplumsal süreç, toplumsal ilişki ağını sürekli ürettiği, yeni anlamlarla her defasında bu süreç yeniden kurgulandığı, toplum sürekli yeniden inşa edildiği için; ona göre, her şeyi açıkladığı iddiasındaki ‘koca kuram’larla toplumu betimlemek, güvenilirliği ve geçerliliğinden kuşku duyulmadığı iddia edilen sayısal tekniklerle onu nicelleştirmek yanlıştır. Çünkü etkileşim süreci ile sürekli yeniden üretilen toplumsal anlam, kendi kuramını ve nicel görünümünü her defasında inkar etmektedir. Bu da toplumun katılmalı gözlemle biraz daha eksiksiz gözetlenebileceğini göstermektedir. Buna göre toplum; ya serimlenebilir (exploration) ya da teftiş edilebilir (inspection) bir nitelik arz etmektedir. Serimleme (**Blumer** 1969:40-42), toplumsal ilişki ağlarına ilişkin kavramsal taslaklar sunmanın adıdır.

Teftiş etmek (**Blumer** 1969:42-47) ise, herhangi bir toplumsal parametrenin ya da uzlaşımsal simgenin “mıncık”lanması, inceleme konusunun sürekli denetim altında tutulması, her defasında yeniden başa dönerek sorgulanması demektir.

Blumer(1969:10-20)’a göre, sembolik etkileşimci perspektife istinaden, bu methodoloji, şu temel verileri hareket noktası ya da aksiyom olarak görmektedir. İlki, insani etkinliklerin; yani birbirlerini etkilemeleri ve bu etkilere tepkiler vermelerinin ürünü bir etkileşim sistemi olarak toplumun varolmasıdır. İkincisi bu etkileşim, toplumsal örgütlenmeler ya da toplumsal yapılar halinde kendini açığa vurmaktadır. Üçüncüsü bu oluşumlar bir uyum ya da ahenk içermektedir ki, bunun, toplu etkileşme sonucu sağlandığı açıktır. Aynı zamanda toplu etkileşme, genele şamil sosyolojik kodlar halinde kültürü üretmekte ve toplumun yeni mensuplarına sindirilmektedir. Dördüncüsü, buna göre, insan eylemi; etkisi ve tepkisi, birbirlerince üretilmiş, daha doğrusu birbirlerince inşa edilmiş (constructed) yorumlamasal (başkalarının etki ve tepkilerini, kendisinden beklentilerini dikkate alan) davranışlardır. Beşincisi böyle bir süreç içinde birey; kendisini bir özne olarak konumlandığı gibi, toplumun ve aynı zamanda da kendisinin bir nesnesi olarak konumlanmış olmaktadır. Sonuncusu, böylesi bir toplumsal ortamda, hiçbir toplumsal varlığın özsel bir anlamı olamaz. Anlam, insanların birbirlerince sembolik olarak ürettikleri ürünlerdir. Böylece varlıklar (özne, nesne, kavram, simge v.s.) “kendilerine yüklemelerde bulunan şeyler” haline gelmekte, sürekli yaratılmakta, dönüştürülmekte, terk edilmekte veya onaylanmaktadır.

Bu aksiyomlara göre **Blumer** (1969:79), “simgelerin kullanılması, yorumlanması, başkalarının eylemlerine anlam verme arayışını” etkileşim olarak ortaya koymakta ve toplumu eylem halindeki insanların yaşamından oluşan toplam olarak (**Blumer** 1969: 85) tanımlamaktadır. Ona göre (**Blumer** 1969:81) birey, sürekli olarak kendini açığa vuran (self-indication), çevresindeki bazı varlıklara dikkatini odaklayan, onları gören, okuyan, yorumlayan ve bu yolla toplumun iletişim mekanizmasını sürekli

işleten; aynı zamanda da ayna(reflexive) rolüyle başkalarını sürekli ölçüp tartan, gözetleyen, onların beklentilerine göre kendi kanaat ve davranışlarını şekillendiren bir özne ve nesnedir. **Blumer**(1969:80)’a göre son tahlilde sembolik etkileşimciler; birbirlerini sürekli olarak inşa eden ve birbirlerince sürekli inşa edilen insan varlıklarının ana hammaddesini oluşturduğu bir toplum tasarımı sunmaktadır. Bu tasarım, toplumsal bütünün, bir medyanın dolayımıyla (medyating) inşa edilmiş bir kurgu olduğunu iddia etmektedir. Bu medyanın sürekli aracılık etmesi sayesinde, kurgu, bir sürece tabi olmakta ve sürekli yeniden kurgulanmaktadır. Demek ki toplum, medyatik olarak inşa edilen “eğreti yapı”dır ve varlığını; bireyler başta olmak üzere, onu oluşturan unsurlarının etkinliklerine borçludur. Medyatik inşa süreci ise bireylerin temsiliyet mekanizması aracılığı ile işlemektedir.

BÖLÜM ÖZETİ

Bir etkileşim sistemi olan toplumsal varlıktaki etkileşim ve iletişim süreci temsiliyet mekanizması aracılığı ile işletilmektedir. Temsiliyet mekanizması insan varlıklarına özgüdür ve temsiliyet, diğer tüm canlılardan insan varlığının ayırt edilmesini sağladığı gibi, toplumların birbirlerine göre farklılıklarını aşkar kılma işlevini de yerine getirmektedir.

Bir mekanizma gibi işleyen temsiliyet, her bir bireyin zihinsel işlemi için söz konusu olduğu kadar, toplumlar ve hatta dönemler için de söz konusudur. Her şeyin bir şey aracılığı ile tanımlanabilmesi ve taşınabilmesi işlemi olarak tanımlanan temsiliyet mekanizması, doğal ve sosyal çevre ile psikolojik alan tarafından bireye gönderilen tüm enformasyonun, zihin tarafından tanındık ve bildik hale getirilmesi işlemidir. Zihnin tanındık ve bildik hale getirme işlemi; simge, ikon ve işaretlerle temsil edilerek kayda alınmakta, başkalarıyla paylaşılmakta ve aktarılmakta, böylece toplumsal ortak paydaların oluşturulması mümkün hale gelmektedir. Sonuç olarak bu işlem toplumsal etkileşim ve iletişim sürecinin mahiyetini ortaya koymaktadır.

Sembolik etkileşimci kuram, her insanın başkasına göre bir kanaat ve tavır edindiği varsayımı ile yola çıkmaktadır. Buna göre insan varlıkları dış dünya ile ilgili soyut ve somut her şey ile ilgili bir atıfta bulunmakta, bu atıflarına göre davranmaya hazır hale gelmektedir. Mead ve Cooley özel olarak bu süreci çözümlemeyi denemektedir. Blumer ise hem kuram hem de metod olarak sembolik etkileşimciliği ele almakta, bütün toplumsal varlıkların birbirlerini anlamlar aracılığı ile sürekli inşa ettiklerine değinmektedir. Bu inşa, medyatik bir mekanizma dolayımıyla gerçekleştirilmektedir. Temsiliyet mekanizması, belirli bir toplumun geneline şamil medyatik mekanizmayı kendi aygıtı gibi kullanarak işlemektedir. Böylece bireysel ve toplumsal düzeydeki temsiliyet, medyatik mekanizma ile dolayımınarak hem toplumun bireyleri hem de her bir bireyin toplumsal bütünü etkilemesine imkan sağlanmakta ve inşa bu şekilde gerçekleştirilmektedir.

BU BÖLÜMDE CEVABI SUNULAN SORULAR

1. Toplumsal varlık nasıl anlaşılmalıdır?
2. Temsiliyet Mekanizması neden insan varlığına özgüdür?
3. İkon, simge ve işaretlerden oluşan temsiliyet mekanizması nasıl işlemektedir?
4. İnsan varlıkları, konjonktürel bir etkiye maruz kalmasa bile soyut üretimlerde nasıl bulunmaktadır?
5. Sembolik etkileşimciliğin temel tezleri nelerdir?
6. Mead, özne ben ve nesne ben'i nasıl betimlemektedir?
7. Cooley'e göre bireysel benlik neden diyalektik bir sürecin eseridir.
8. Blumer'in toplum tasavvurundaki en önemli vurgular nelerdir?
9. Blumer'in toplumu incelemek için önerdiği metodoloji nedir?
10. Blumer'a göre toplum nasıl tasarlanmaktadır?

KAYNAKÇA VE DİPNOT

*Esasen bilgi ya da kültür bireysel midir? Toplumsal mıdır? Yani toplum mu bireye kendi zihinsel rengini sindirmektedir. Yoksa toplumun rengini tayin eden eninde sonunda birey ya da grup mudur? Tartışması bilgi sosyolojisinin sorunsalıdır. Daha doğrusu başlı başına bir tartışma konusu olduğu için onu burada atlıyoruz.

BLUMER, Herbert (1969) **Symbolic Interactionism: Perspective and Method**. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs,

BRONOWSKI, Jacob (1985) **İnsanın Yükselişi**, (Çev: A.Güler) Ankara: V yay.

CAMPBELL, Joseph (1992) **İlkel Mitoloji, Tanrının Maskeleri**, (Çev: K. Emiroğlu), İmge Kitapevi, İstanbul

CANGIZBAY, Kadir (1985) **Gurvitch Sosyolojisi**, Değişim yay. Ankara

CHILDE, Gordon (1985) **Tarihte neler Oldu**, (Çev: M.Tuncay-A Şenel), 4. Baskı, Alan yay. İstanbul

COHEN, Anthony Paul (1985) **Topluluğun Simgesel Kuruluşu**, (Çev: M. Küçük) Dost k. Ankara

COSER, Lewis, A (1990) “Amerikan Eğilimleri” (Çev: A. Şenel), Tom Bottomore-Robert Nisbet, **Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi**, (Der: M. Tuncay-A. Uğur), Verso yayınları, Ankara, s: 298-335.

DUVERGER, Maurice (1982) **Siyaset Sosyolojisi** (Çev: Ş. Tekeli), 2. Baskı, Varlık yay. Ankara

FAUCOULT, Michel (1966) **Les Mots et les Choses. Une Archeologie des Sicences Humaines**, Gallimard,

- FİSHER Berenice, M. STRAUSS - L. ANSELM (1990)
“Etkileşimcilik” (Çev: K.Dincer) Tom Bottomore-Robert Nisbet, **Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi**, (Der: M. Tuncay-A. Uğur), Verso yayınları, Ankara, s: 470-508.
- GIDDENS, Anthony (1999) **Toplumun Kuruluşu** (Çev: H. Özel), Bilim ve Sanat y. Ankara
- GIDDENS, Anthony (2000), **Sosyoloji**, (Yay. Haz. H.Özel-C. Güzel), Ayraç Yay., Ankara
- GURVİTCH, Georges, (1985), **Sosyoloji ve Felsefe**, (Çev: K. Cangızbay), Değişim yay. İstanbul
- KRECH D. VE R.S. CRUTHFIELD. (1970) **Sosyal Psikoloji**, (Çev. E. Güngör), 2. Baskı, İÜEF yay. İstanbul
- İLİN M. ve SEGAL E. (1989), **İnsan Nasıl İnsan Oldu**, (Çev: A. Zekeriya), 6. Basım. Say yay. İstanbul
- LAZAR, Judith (2001), **İletişim Bilimi** (Cev: C. Anık) Vadi yay. Ankara:
- LUNDBERG George A., CLARENCE C. SCHRAG, Otto N. LARSEN (1970) **Sosyoloji 1-2.**, (Çev: Ö. Ozankaya), Ayyıldız Matbaası, Ankara
- MERTON, Robert (1967), **On Theoretical Sociology**, The Free Press, New York
- PARSONS, Talcott, (1951) **The Social Systems**, The Free Press, New York,
- PARSONS Talcott (1968) **The Structure of Social Action**, Volume I ve Volume II, London: The Free Press
- STRAUSS, L. Claude (1984) **Yaban Düşünce** (Çev: T.Yücel), Hürriyet Vakfı yay. İstanbul

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MİTOLOJİK METİNLERİN MEDYATİK İŞLEVİ

20.yy.lın başlarından bu yana mitolojik metinler, daha doğrusu mitolojik deyiş'ler, bilindiği gibi, özel bir ilgi konusu olmuştur. Kuşkusuz ki, bilimsel bilgi tanımına ilişkin anlayış değişikliklerinin bu ilgide payı büyüktür. Ama bilimsel bilginin ne olduğuna ilişkin asıl köklü anlayış değişikliklerinin mitolojik metinler üzerindeki ciddi inceleme ve çözümlemelerden sonra açığa çıktığı da rahatlıkla söylenebilir. Özellikle yapısalcı akımın bu tekemmülde büyük bir payı bulunmaktadır. Tekemmülün nasıl gerçekleştirildiği ayrı bir inceleme konusudur. Burada, mitolojik metinlerin işlevlerine kısaca değinildikten sonra; modern kitle iletişim araçlarının işlevlerini, modern öncesi dönemlerde mitolojik metinlerin ifa ettiği iddia edilmektedir.

Bireyin temsiliyet mekanizması sayesinde üretilen iletişim ve bu işi işlemekle yükümlü medya aracılığı ile toplumsal inşa gerçekleştirildiğine göre, insan toplumlarının olduğu her koşulda, bu oluşumu inşa eden medyatik işin var olması kaçınılmazdır. Bize göre modern dışı ya da modern öncesi insan toplumlarının inşası işlevini mitolojik ve dini metinler gerçekleştirmiştir. Burada, mitolojik metinlerden örnekler sergilenerek, medyatik işlevin nasıl gerçekleştirilmiş olduğu gösterilmeye çalışılacaktır.

1. Mitolojik Metinlerin İşlevleri

Mit (mythos); söz, deyiş, öykü (**Çoruhlu**,1999:12) anlamlarına gelen bir kavramdır. Mitolojiyi de bu sözlere - deyişlere ilişkin sistematik - mantıksal bilgi olarak (**Çoruhlu**,1999:15) tanımlayabiliriz. Türkçe'de mit karşılığında efsane kavramı kul-

lanılmaktadır. Mitolojik metinlerin kutsal bir öykü (**Elida**, 2001: 15) anlattığı ve bir toplumun manevi değerlerini yansıttığı (**Rosenberg**, 2000:17) genel kabul görmektedir. Hatta din tarihçilerine göre “en eski vahiy” olduğu (**Elida**, 2001:11) iddia edilmektedir.

Kuşkusuz ki, mitolojik metinler manevi ya da kutsal telkin amacına yönelik işlevleri olan dini öykülemelerdir. Bununla birlikte günümüz araştırmacıları açısından bu metinler, dini öyküler olmaktan öte anlamlar içermekte ve bu yüzden, çok daha fazla ciddiye alınmakta ve onların “insan deneyiminin tartışma götürmez bir boyutu olduğu” (**Vernant**, 1996:224) düşünülmektedir. İlkel denilen topluluklarda, doğanın etkisiyle, insan zekasının parlak ürünleri olarak ortaya serilen din ile büyü “insanı ortak çıkar uğruna, kendi bencil çıkarlarını unutturmaya ve tabular sayesinde toplumsal disipline boyun eğdirmeye zorlayan sosyal vakia”lardır:

“Güdüler hayvanlar için ne işlev görüyorsa, din de insanlar için aynı işlevi yerine getiriyor ve zor durumlarda ruhsal temsiller sağlayarak, zekanın yardımına koşuyor. Demek ki din, kimilerinin inandığı gibi, korkunun bir ürünü değil, tersine korkuya karşı bir güvence veriyor”(**Pritchard**, 1998: 136).

Aynı zamanda mitler ideolojik anlatımlardır ve ussal yasalar olarak sistematik bir şema (**Strauss**, 1983:107) özelliğine de sahiplerdir. Bununla birlikte mitler, doğal çevreye, bitkilere, hayvanlara, atmosfere ilişkin oldukça engin birer bilgi kaynaklarıdır (**Strauss**, 1984:24-45). Bize anlamsız hatta saçma gelen mitsel içeriğin kendi içine gömülü derin anlamları bulunmaktadır.

“Ampirik açıdan bir balığın bir rüzgarla savaşa girmesi bütünüyle yanlış ve olanaksız olmasına karşın, mantıksal açıdan, yaşamdan ödünç alınan imgelerin neden kullanıma sokulduğu anlaşılabilir. Kavramsal düşüncenin rolünü oynamak mitsel düşüncenin özgünlüğüdür; iki değişkenli bir operatör diyebileceğim biçimde kullanılan hayvan, mantıksal açıdan, kendisi de çift değişkenli olan bir problemle ilişki içinde olabilir. Güney rüzgarı her gün eserse

hayat insanlar için olanaksızlaşmıştı. Fakat gün aşırı eserse –bir gün evet bir gün hayır v.b.- insanlığın gereksinimleri ile doğal dünyada hüküm süren koşullar arasında bir tür uzlaşma olanaklı olur.

Bu yüzden tırpana balığı gibi bir hayvan ile mitin çözme-ye çalıştığı türden sorun arasında mantıksal açıdan bir ilgi vardır. Öykü bilimsel bakış açısından doğru değildir. Fakat sibernetik ve bilgisayarların bilimsel dünyada boy gösterdiği ve iki değişkenli işlemlerin anlaşılmasını sağladığı bu dönemde, mitin bu özelliğini anlayabiliriz. Çünkü mitsel düşünce aynı tür işlemleri somut nesneler ve varlıklarla öteden beri yapmaktaydı. Dolayısıyla mitoloji ile bilim arasında gerçek bir ayırım yoktur. İki değişkenli işlem düşünce-siyle tanışmadan önce bütünüyle gözlerimizi kapattığımız bu sorunu, mitte neler olduğu sorununu anlama yeteneğini bize ancak bilimsel düşüncenin bugünkü konumu verebilir ”(Strauss, 1986:34).

Kısacası mit, “aylak bir insanın kendi fantezilerini başıboş bırakarak düşlediği bir rapsodi”den çok “ağırlığının iyice duyulduğu, son derece önemli bir kültürel güçtür” (Malinowski, 1999: 99).

“Mit vahşi bir topluluk içinde var olduğu biçimiyle, yani ilkel biçimiyle yalnızca anlatılacak bir öykü değil, aynı zamanda bir gerçekliktir. Modern romanlarda anlatılan türden basit bir kurgu değil, yaşanan bir gerçekliktir, çünkü mitin altında yatan olayların uzak bir geçmişte ortaya çıktığına, dünyanın ve insanın yazgısı üzerinde etkisini sürdürdüğüne inanılır. ... Tıpkı bizim kutsal öykülerimiz gibi, ilkelerin mitleri de onların ayinlerinde, ahlaklarında yaşayagelir, inançlarına egemen olur, davranışlarını düzenler ”(Malinowski, 1999: 102).

Mit’in “başlıca işlevi” de tam bu noktada belirginlik kazanmaktadır. “...bütün ritlerin ve bütün anlamlı insan etkinliklerinin (beslenme ya da evlilik olduğu kadar çalışma, eğitim, sanat ya da bilgelilik de) örnek oluşturacak modellerini ortaya koymaktadır” (Eliade, 2001: 18). Yeryüzünün hangi bölgesinde yaşamış olursa olsun hemen her topluluğun bir miti bulunmak-

ta ve bu mitler “insani ihtiyaçları, istekleri, umut ve korkularıyla insan doğasını, ‘insanlık durumu’nu yansıtır”maktadırlar:

“Yaradılış söylenceleri(mitleri), köken sahibi olma duygusuna yanıt verir. Bereket söylenceleri önceden bir dünyada gereksinim duyulan ekonomik istikrar duygusunu tatmin eder. Kahramanlık söylenceleri insanlara davranış modelleri sağlar. Söylenceler her zaman önemini koruyan sorulara verilen kültürel yanıtları yansıtır. Ben kimim? Yaşamımı nasıl geçirmeliyim? Böylece söylenceler, insanları birleştiren ortak konulara ilişkin farklı yaşam biçimlerini yansıtırılar” (Rosenberg, 2000: 15).

Hemen bütün mitler doğa üstü bir varlık tarafından gerçekleştirilen insanüstü bir eylemi anlatmakla birlikte, bu miti dinleyenlere, sıra kendilerine geldiğinde bunu nasıl gerçekleştireceklerini (**Eliade**, 2001: 21) onlara öğretir. “Olağanüstü yeteneklerine rağmen hiçbir kahraman kusursuz değildir. Onların kahramanlık nitelikleri kadar insani zayıflıkları da aynı derecede öğretici özellikler taşır. Onların kusurları, herkesin behzer psikolojik ihtiyaç ve çelişkileri olduğundan, sıradan insanların kendilerini onlarla özdeşleştirmelerini sağlar” (**Rosenberg**, 2000: 20). Hatta Yunan ve Roma mitolojilerindeki kahramanlar, tanrı ya da tanrıçalar fazlasıyla insandır (**Hamilton**, 2000: 6). Mitler insanın gündelik hayatına ilişkin değilmiş gibi görünmelerine karşın orada anlatılan her şey “doğrudan doğruya” insanlarla ilgilidir. Sadece dünyanın, bitkilerin ve insanın kökenini anlatmaktan ibaret değildir. İnsanın bugün içinde bulunduğu duruma gelmesine kadar olup biten bütün önemli olayları anlatırlar. İnsanların neden önemli olduğunu, cinsiyetlerinin var olma nedenini, neden toplumsal olmaları gerektiğini, en önemlisi de neden bazı kurallara tabi olmaları gerektiğini onlara açıklar(**Eliade**, 2001: 20-21). Bu açıklamalar “bilimsel bir merakı gidermeye yönelik açıklama”dan ibaret de değildir. Bu açıklamalar aynı zamanda

“...ilk gerçeği yeniden yaşatan bir anlatıdır. Ve derin bir dinsel gereksinimi, tinsel özlemleri, toplumsal türden baskı ve buyrukları, hatta birtakım pratik istekleri karşılar. İlkel uygarlıklarda, mitin vazgeçilmez bir işlevi vardır: İnanişleri

dile getirir, belirgin kılar ve düzene koyar; ahlak ilkelerini savunur ve onları zorla kabul ettirir; rite ilişkin törenlerin etkililiğini kesin olarak sağlamayı üstlenir ve insanın uyması için yarar sağlayıcı kurallar sunar. Demek ki mit, insan uygarlığının temel bir ögesidir; boş bir olaylar dizisi değildir, tersine sürekli başvurulacak olan yaşayan bir gerçekliktir; soyut bir kuram ya da imgeler gösterisi değil ama, ilkel dinin ve pratik bilginin gerçek bir düzenlemesidir (Malinowski'den aktaran Eliade, 2001: 30).

Prototip, sosyalleşme ve meşrulaştırma aracı, bilgi kaynağı olmalarının yanı sıra mitler psikolojik birer tatmin aracı olmaları açısından da önemlidir. Onlar bir topluluğun müşterek bilinçaltı olma özelliğini taşımaktadırlar. Kahramanlarıyla, fantastik öğeleriyle ve konu dokularıyla, mitler psikanalitik temalar içermektedir (**Campbell**, 1992). Öte yandan mitolojik metinler; büyüsel - kutsal katkılarıyla ve esoterik bilgi kırıntılarıyla, bu sıralara vakıf olanlara psikolojik güç ve ayrıcalıklı konum kazandırmaktadır. Bir hayvanın, bir bitkinin vb. kökenini bilmek onlar üzerinde sihirli bir güç edinmek demektir; insan bu sayede onlara egemen olmayı başarmakta, çoğalmalarını ya da istenildiği kadar üretilibilmelerini sağlamakta (**Eliade**, 2001: 25) açıkçası, insanın çevresini denetim altına alabilmesinin gizem yüklü anahtarını ona sunmaktadır.

Sonuç olarak mitlerin yapısı ve işlevleri **Eliade** (2001:28) şöyle maddeleştirilmektedir:

1. Mit doğa üstü varlıkların eylemlerinin öyküleridir.
2. Bu öyküler gerçek ve kutsal kabul edilmektedirler.
3. Mit yaradılışla ilgilidir, bir şeyin yaşama nasıl geçtiğini, bir davranışın, bir kurumun, bir çalışma biçiminin nasıl yaratılmış olduğunu anlatmaktadır. Bu nedenle de mitler insana özgü her anlamlı eylemin örnek tiplerini oluşturmaktadırlar.
4. İnsan miti bilmekle, nesnelerin “köken”ini de bilmektedir. Nesnelere egemen olmayı ve onları istediği gibi

yönlendirip kullanmayı bu sayede başarmaktadır. Soyut ve dışarıda kalan bilgiler değildir, bizzat deneyimlenen bilgilerdir.

5. Müntesipleri miti, yeniden anımsatılan ve yeniden gerçekleşme aşamasına getirilen olayların coşkusu ve kutsallığının tesirinde kalarak, her defasında yeniden yaşamaktadır.

İlkel topluluklar üzerinde çok derin bir nüfuzu bulunan mitlerin yapı, özellik ve işlevleri, büyük ölçüde, iletişimin toplumsal rollerine denk düşmektedir. Dolayısıyla mitolojik metinleri dile getiren araçların(rit, tören, tabu, totem v.s.) işlevleri de, günümüz kitle iletişim araçlarının işlevleri ile paralellik arz etmektedir.

2. Bilgi Kaynağı Medya

Kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinin başında, bilindiği gibi, bilgilendirme gelmektedir. Medyanın bilgilendirme işlevi kuşkusuz ki, sanayi toplumunun teşekkülü ve ulus devletlerin kurulmasıyla birlikte oldukça köklü değişiklikler ve farklılaşmalar geçirmiştir.

Sanayileşmenin neden olduğu kentleşme, bireylerin geleneksel bilgi kaynaklarından kopmasına ve medyanın bilgilendirmelerine daha fazla muhtaç hale gelmesine yol açmıştır. Aynı süreç içindeki sosyal mobilizasyon faktörleri (sözgelimi işgücü göçü); posta, telefon gibi, medyaların bilgi kaynağı olarak işlevine daha başka içerikler de katmıştır. İrtibat aygıtları olarak kullanılan bu araçlar, kişileri bilgilendirirken, aynı zamanda da onların yalnızlıklarını tolere etmelerine vesile olmuşlardır. Bu yüzden de insanlar onları yaşamlarının baş ucuna konumlandırmışlardır.

Benzer birçok ekonomik ve sosyal değişim medyanın bilgilendirme işlevini değiştirmiştir. Aynı şekilde siyasal anlayış ve kurumlardaki farklılaşmalar da medyanın bilgilendirme işlevini eskiye göre değiştirmiştir. Çünkü Teb’a kimliğinden yurttaş kim-

liğine inkılap ettirilen kişiler, ulus-devletin vatandaşı olma hak ve yükümlülüklerini medya aracılığı ile elde ettikleri bilgilere istinaden ifa edebilmişlerdir. Modern bireyin medyaya bağımlılığı neredeyse sınırsız düzeyde artmıştır. Medya, manipülasyon aracı olarak kullanılmış, ekonomik, siyasal, ideolojik amaçlara aracılık etmiştir. Aynı zamanda da, denge ve denetim aracı olma özelliğini de kazanmıştır.

Medyanın bilgilendirme işlevini, genellikle, medya teknolojilerinin patlama gösterdiği modern dönemlerle sınırlı tutmaya eğilimli olduğumuz içindir ki; modern dışı toplumlarda herhangi bir bilgilendirme aracının kullanılmış olabileceği ihtimalini göz ardı etmeye yatkınız. Şükür ki, bazı eski paralara bakarak, krallarının kim olduğuna dair bilgileri, insanların, paranın üzerindeki resimden edindiklerini tahmin edebiliyoruz. Hammurabi yazıtlarının bir tür kitle iletişim aracı işlevi yükümlendiğini fark edebiliyoruz. O halde; toplumsal inşa medyatik dolayımamaya gerçekleştirildiğine göre, her toplum ya da topluluğun mutlaka bir medyaya sahip olması gerektiğini ve bilgilenme ihtiyacını da bu medya aracılığı ile giderdiğini kabul etmeliyiz. Nitekim ilkel toplumların ihtiyaç duyduğu bilgileri, onlara, büyük ölçüde mitolojik metinler sunmaktadır. Her toplumun mitosunda, tanrıların varoluşuna ve insanların yaradılışına ilişkin bilgiler bulunmaktadır. İnsanların neden yaratıldığı, tanrıların varoluşu, kimlikleri, konumları, güçleri, görevleri ve işlevleri, hatta zaaflarına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. (Aşağıda zikredilen mitolojik öykülerin alındığı kaynaklar toplu olarak şunlardır: **Challaye** :1997, **Sinanoğlu** :1999, **Hamilton** :2000, **Carol**:1998, **Krickeberg** :2000, **Rosenberg**: 2000 **Kramer** 1999 **Marriot**: 1998, **Çoruhlu** 1999, **Yu Cen**: 2000).

Birkaç örnek şunlardır.

Yunan mitolojisinde; kaostan, ana tanrıça Gaia, yeraltını yöneten Tartaros ve eşsiz güzellikteki Eros varolmuştur. Gaia, dağlar ve denizlerle birlikte gökyüzü tanrısı Uranos’u doğurmuş, daha sonra onunla evlenmiş ve bu evlilikten devler ve Kykloplarla diğer çocukları doğmuştur. Onlardan daha pek çok tanrı ve tanrıça meydana gelmiştir ve her biri doğanın bir parça-

sını yönetmektedir. Dolayısıyla yağmur, verim, mevsim, yıldırım, deniz, dağ, rüzgar gibi yer üstü olaylarını ve atmosferi yöneten tanrı ve tanrıçaların yanı sıra tıp, av, kehanet, el sanatları, haberleşme, savaş, aşk, ölüm tanrıları -tanrıçalarıyla; depremleri, volkanları ve yer altı doğal olaylarını da idare eden tanrılar bulunmaktadır. Demek ki her doğal olay bir tanrı ya da tanrıçadan kaynaklanmakta, insanlara, ilgili tanrı ya da tanrıçadan bir haber getirmektedir. Zeus ölümlüleri de altın, gümüş, bronz, demir ırklar şeklinde kuşaklar halinde var etmiştir.

Yunan ve Roma’da gördüğümüz gibi, Babil ve Sümer yaradılış mitolojilerinde de ana erkilliğin, ata erkilliğe dönüşmesi hakkında, erkek tanrı Marduk’un tanrıça Tiamat’ın yerini almasına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Su ve sisten ilk tanrı ve tanrıçalar oluşur. Ea bütün tanrıların en akıllısı, en anlayışlısı, en güçlüsüdür ve asıl önemlisi, en iyi sihir sahibi olduğu için bütün tanrıların başına geçmiştir. Zira sihir bilgisi diğer tüm marifetlerden üstündür. Sözgelimi, ilk ve en güçlü tanrı ailesi Apsu, Tiamat ve Mummu’dan diğer tanrı ve tanrıçaları büyülü halkasıyla korumuş, Apsu’yu öldürüp tacını almış, Mummu’nun burnunun içinden bir ip geçirerek onu esir almıştır. Damkina ile evlenmiş ve birlikte en yetenekli tanrı Marduk’u dünyaya getirmişlerdir. Bu arada Tiamat onları yok etmek istemiştir. Yetişkin ve donanımlı Marduk imdada yetişmiş ve demiştir ki: *“Endişelenmeyin, ben kalbinizin isteklerini yerine getirebilirim. Her şeyden önce, size karşı gelen bir erkek değil. Tiamat, tüm silahlarına rağmen bir kadındır.”* Her tanrının -tanrıçanın- amansız bir silahı, birkaç yardımcısı vardır ama ön önemli marifetleri büyüdür. Sonunda Marduk Tiamat’ı öldürür, onu ikiye böler. Bir yarısı ile gökyüzünü diğer yarısı ile yeryüzünü kurar. Tiamat’ın tükürüğü ile bulutları, başı ile dağları yapar. Dicle ile Fırat’ı onun gözlerinden akıtır. Geceyi, gündüzü, mevsimleri v.s. düzene sokar, her bir işten bir tanrıyı sorumlu tutar ve kısacası, evrene istikrar getirir. Tanrılara isyanın azmettiricisi olan Kingu’yu öldürerek onun kanından, tanrılara hizmet etmesi için ilk ‘insan’ı yaratır. Kutsal kent Babil’i inşa eder, orada yarattığı insanlara çobanlık eder. İnsanlar ona kurbanlar verirler, dualar ederler, tanrılara hizmet ederler,

Marduk’u sürekli överler, türbeler inşa ederler. Marduk’un sevgisini kazanmaya, gazabından sakınmaya çalışırlar.

Mısır Mitolojisinde ise Nil’in taşıp toprakları sulaması ve bereketi getirmesi Nil tanrısı Osiris’in doğumunu, kuruması ise onun ölümünü simgelemektedir. Buna göre Nil gibi Osiris de ölümlü ve yarı insandır. Dolayısıyla Mısırlılar için bu aynı zamanda bir öte dünya bilgisi anlamına da gelmektedir. Sözelimi Osiris öteki dünyanın efendisi olduktan sonra oğlu Horus onun bu dünyadaki sureti olarak yaşamını sürdürmüştür.

Mısır Mitolojilerine benzer bir biçimde, doğadaki mevsimsel döngüyü, doğal varlık ve yokluğu anlatan Hitit mitolojisinde de tanrı Telepinu, örneğin, sinirlenince kaybolur ve kışa, kıtlığa, yokluğa, karanlığa neden olur. İnsanlar ayinlerle, ibadetlerle onu çağırarak bereketi ve baharı geri getirirler.

Doğu, yani; Çin, Hint ve diğer uzak doğu mitolojilerinde, yaradılış, batı ve orta doğudakilerden çok farklı bir içeriğe sahiptir. Doğa canlı bir varlık olarak tasarılır ve doğanın kendisi bir tanrıdır. İnsanlar ya da tanrılar veya kahramanlar; doğa ve doğa canavarları ile savaşıyor, onu alt etmesi gereken varlıklar değildir. Hint mitlerinde Vişnu, hem yaşamı var eden Brahma’dır hem yaşamın koruyucusu ve yok edicisidir. Böylece evren sürekli olarak doğan, gelişen, yaşlanan ve ölüp tekrar dirilen bitimsiz bir döngü olarak anlatılmaktadır. Tek bir tanrı olan Vişnu, yaratır, korur, yıkar ve yeniden yaratır. Vişnu doğa’dır. Canlı bir varlıktır ve doğanın tüm varlıkları birbirine yakındır. Sözelimi insan dostu birçok hayvan vardır. Bir diğer önemli ayrıntı, Batılı tanrılar insanlarla ilişki kurar ve onların nasıl davranacağını tayin eder. Doğulu tanrılar da insanlarla ilişki kurar ama onların davranışlarına müdahil olmaz. Yani, Doğulu tanrılar daha seküler tasarlanmaktadır.

Çin mitolojisinde meşhur Yin Yang tasarımı bulunmaktadır. Yin dişil, Yang eril ilkelerdir. İlki karanlık topraktır, edilgin ve sakindir. İkincisi ise aydınlık göktür, etkin ve saldırgandır. Çin mitlerinde başlangıçta bütün evren kaotik halde bir yumurtanın içindedir. Bu karanlık içinden Pangu doğmuş ve kaosa son ver-

miştir. Yumurtanın hafif kısmı (Yang) yükselerek göğü, ağır kısmı (Yin) çökerek toprağı oluşturmıştır. Toprakta oluşacak varlıkları ezmemesi için gökleri, kendisi ayaklarının üzerinde durabilinceye kadar uzaklara kadar itmiştir. Yorgun düşen Pangu uykusunda ölmüş ve başı doğudaki, ayakları batıdaki, sağ kolu kuzeydeki, sol kolu güneydeki dağları oluşturmıştır. Böylece sütun gibi göğü havada tutmaktadır. Saçları, kaşları gezegen ve yıldızları, sol gözü güneşi, sağ gözü ayı, eti yeryüzündeki toprağı, kanı okyanus ve ırmakları, kemikleri kayaları, mineralleri, kıymetli taşları meydana getirmiştir. Nefesinden bulutlar ve rüzgar; sesinden yıldırım ve fırtınalar; terinden yağmur ve çiğ; bedenindeki tüylerden ağaçlar ve diğer bitkiler meydana gelmiştir. Derisindeki asalaklardan da hayvan ve balıklar teşekkül etmiştir. Ana tanrıça Nugua, bütün bu yaratıklardan sıkılınca ıslak çamurdan kendine benzeyen varlıklar yapmış ama kendi ejderha kuyruğı yerine bu varlıklara iki ayak takmış ve onlara yaşam nefesini üflemiştir. Bazılarını Yang, bazılarını da ying öğelerle doldurmuştur.

Japon mitolojisi de doğayı ve doğal olaylarla, varlıklara ilişkin bilgiler sunarken benzer temalar içermektedir. Yumurtayla gök ve yer miti aynıdır. Ama ilk tanrı, suda yüzen kara parçalarının birisindeki çamurdan yeni çıkmış bir kamış sürgününe benzer bir cisimden oluşmuştur. Onu başka tanrılar izlemiş, bir ada ülkesi olan Japonya'yı da İzanagi ve İzanami isimli tanrılar, mızrak ucuna taktıkları kara parçası olarak kurmuşlar, orada bir saray inşa ederek, evlenmişler ve orada yaşamaya başlamışlardır. Evreni yöneten tanrılar onların çocuklarıdır.

Bir Yeni Zelanda mitinde, hiçbir şeyin olmadığı başlangıçta, hiçbir şeyden bir şey olarak düşüncenin üreyip, düşüncenin bilince dönüşerek yaratma isteğine dönüşmesi anlatılmaktadır. Bu varolma isteğinden gece ve karanlık, ondan da gökyüzü biçiminde Baba Rangi doğmuştur. O da ayı ve güneşi yaratmış, gece ve gündüz böyle oluşmuştur. Baba Rangi toprak olan Anne Papa'nın üzerine kapanmış ve onlardan da pek çok çocuk dünyaya gelmiştir. İki eş hiç ayrılmadığı için çocukları karanlıkta kalır ve onları öldürmek isteyen şiddet ve savaş tanrısı evladı Tu'ya karşı ağaçların, kuşların böceklerin tanrısı Tane, anne ve baba-

sını birbirinden ayırabileceğini söyler. Onları birbirine bağlayan dokuları zorlar, koparır ve onları ayırır. Fakat Tavhiri adındaki kardeşi buna karşı çıkar ve aralarında kavga başlar. Babasından yana olan ve atmosferin tanrısı olan Tavhiri rüzgar ve fırtınalarla, sağanak yağmurlarla toprak anaya zarar vermek ister. Böylece Bütün doğa olayları kardeş tanrıların kavgası biçiminde devam eder. Tane, Baba Rangi ile Anne Papa'nın dokularını kestiğinde akan kanla kızıl çamurdan bir kadın yapar onun burun deliğine yaşam soluğu üfleyerek insanı yaratır, sonra da bu toprak kıza aşık olur, ondan çocukları doğar.

Afrika mitlerinin birinde genç tanrı Obatala tarafından toprak ve balçıktan insanlar yaratılmıştır. Amerika mitlerinin birinde Efendi Kon tiki Virakoça hiçlikten çıkıp evreni ve canlıları var etmiş, taştan da insanları yapmıştır. Bir başkasında Katzalkoat her şeyi yiyen canavarı parçalayarak dünyayı oluşturmuş, tanrıça dişi yılan da onun kemiklerini öğütterek elde ettiği unu kaniyle ıslatıp insanı yapmıştır.

Kısacası görüldüğü gibi, hemen her toplum ya da topluluk için, doğayı ve onun varoluşunu, doğal olaylar ve onların oluş nedenlerini ve nihayet insanın varoluşunu anlatan, bu konularda insanlara bilgiler sunan mitler bulunmaktadır. İlk insanı çamurdan yaratan Ana Tanrıça Nintu'nun eşsiz bir insan olarak yarattığı ve daha pek çok tanrının marifetler bahsettiği Gilgameş, doğrudan bilgi elde etmek için mücadele etmiştir. En önemli bilgi kaynağı gördüğü rüyalardır. Prometheus da bazı metinlerde bilgi ateşini insana verdiği için Zeus'un gazabına uğramıştır. Kuzey Avrupa mitlerinde adı geçen Kral Gylfi, kendisini Gangleri adlı yaşlı bir adama dönüştürerek doğa ve evren hakkında bilgi edinmek için büyük tanrıları ziyarete gitmiş ve birçok tanrısal sırrı edinmiştir v.s.

Dolayısıyla hemen bütün mitolojik metinler, hem müntesiplerine gizemli bilgiler sunmakta, onlara en gizli ama en çok merak edilen, en fazla ihtiyaç duyulan bilgiler vermekte hem de insanın bilgi arayışını yüceltmektedir. Kuşkusuz ki, mitolojik metinler gizem yüklü, fantastik bilgi yığınlarından ibaret değildir.

Hatta ondan daha fazla pratik bilgilerin, gündelik hayatlarında insanların en fazla ihtiyaç duyduğu bilgilerin de temel kaynaklarıdır. Sunjata isimli bir Afrika mitinde hiçbir avcının hakkından gelemediği canavarların nasıl avlanacağına ilişkin teknikler ve araçlar anlatılmaktadır. Ölümlülere gemi yapmayı ve atları eğitmeyi Grek tanrılarında Poseidon öğretmiştir. Gilgamiş'in yaşadığı kent *"uruk dört bölümden oluşur: Şehir, bahçeler, sınır bölgesi, Anu ve İştar Tapınağı Bölgesi."* Gilgamiş'a, çevresine tebliğ etmesi için, binanın temeli, pişmiş tuğladan yapılan kentin surları hakkında bilgi verilmiştir. İnkaların yerleşim yerlerinin nasıl olacağını onlara Ayar Kaçi anlatır. Bir başka Amerika mitinde Manço Kapak ve Mama Oklo Huaka insanları yiyecek toplamaktan ve ev yapmaktan sorumlu olanlar şeklinde ikiye ayırır, yiyecek ve barınaklara nasıl sahip olacaklarını onlara öğretir. Ok ve yay, sopa ve mızrak gibi silahları yapmayı ve kullanmayı öğretir ve inkaları büyük bir ulus haline getirir. Hades cenaze törenlerinin nasıl yapılacağını öğretir. Bir Kızılderili mitinde hindinin bitki tohumlarını saklaması ve akıllılığı kıssa olarak verilir. Bir eskimo mitinde ders alınması için, kötü ruhun gizemi deşifre edilir. Volkanların, kuraklığın nedenleri pek çok mitte hikaye edilir. Büyücülerin tılsım ve büyüleri açıklanır, kehanetler anlatılır. Bir Hint mitolojisinde insan ve hayvan dayanışmasının yolları gösterilir ve hatta bir Kızılderili mitinde dört, Hindistan'ın Ramayana mitinde de 14 rakamının hikmetine yer verilir. Benzeri çoğu mitte rakamların sırrı anlatılır.

Sonuç olarak denilebilir ki, mitoloji; tanrılar, doğa ve doğal olayların varoluşu, varlıkların yaradılışı gibi en gizemli ve en soyut konulara ilişkin insanları bilgilendirdiği gibi, nasıl avlanılacağı, ekilip dikileceği, nerede barınılacağı, insan ve diğer canlılarla nasıl anlaşılabilirliği, nasıl hüner kazanılacağı, hangi işlerde ne tür alet – edevat kullanılacağına kadar gündelik hayatın her alanına ilişkin bilgiler sunmaktadır. Kısacası, günümüz kitle iletişim araçları gibi mitler de, hem en çok merak edilen gizemli konularda hem de gündelik hayatın sürdürülmesinde ihtiyaç hasıl olduğu durumlarda müntesiplerinin imdadına yetişmekte ve onları bilgilendirmekte, aydınlatmaktadır.

3. Meşruiyet Aracı Medya

Meşruiyet kavramı, yasal düzene atıf yapmakla birlikte, konumuz bağlamında, yani iletişim araçlarının meşruiyet tesisine yönelik işlevleri söz konusu edildiğinde daha ziyade; toplumsal ve siyasal meşruiyet kast edilmektedir. Toplumsal meşruiyet mekanizmalarının başında toplumsallaşma gelmektedir. Bilindiği gibi toplumsallaşma, ait oldukları toplumun değerlerini, simgelerini, kurallarını bireylere benimsetmektir. Bu işlevi gören araçlar da öteden beri gelenekler, aile, eğitim kurumları, dini-ahlaki bazı kurumlar ve toplum içindeki çeşitli gruplaşmalar ve örgütlenmelerdir.

Kitle iletişim araçlarına ilişkin çalışmalar, kitle medyasının toplumsallaştırıcı işlevlerine özel bir vurgu yapmaktadır. Zira diğer toplumsallaştırma araçlarıyla yer yer çatışan medyanın birey üzerinde daha baskın bir rol oynadığı genel kabul görmektedir. Toplumsal değerlerin meşrulaştırılması sürecinin bir mekanizması olan toplumsallaşma, genellikle, geleneksel araçlarla gerçekleştirilmektedir. Modern kitle iletişim araçlarının toplumsallaştırma işlevinden ya da toplumsallaştırma sürecine medyanın müdahalelerinden söz edilirken, büyük ölçüde, geleneksel toplumun modern topluma dönüşme evresi eksen alınmaktadır. Dolayısıyla modern dışı bir toplum söz konusu olduğunda, geleneksel toplumsallaştırma araçlarının dışında ne tür bir medyatik mekanizmanın bu sürece katkı sağladığı ya da müdahil olduğu sorunsalı, ayrı bir perspektife ihtiyaç doğurabilmektedir. Bunun için de öncelikle bir toplumun kuruluş sürecine bakılmalıdır. Bir toplumun kuruluşunun gerçekleşmesi için iki oluşum gerekmektedir.

1. Communicative anlam
2. İdeolojik format

Communicative anlam, bir toplumun simgesel etkileşimleri sonucunda oluşan ortak paydalarını oluşturmaktadır. Bu ortak paydalar, bir toplumun ayırt edici vasfı ve aynı zamanda başka toplum ya da topluluklarla arasındaki sınır çizgileridir. İdeolojik format ise bir toplumun zihinsel düzeyini oluşturmakta, zihin-

sel düzeyle çevrenin etkileşimi, toplum ya da topluluğun yaşam tarzını inşa etmektedir. Bu formatlamanın gerçekleşmesi için kuşkusuz ki, Communicative anlamın öncelikle oluşturulması gerekmektedir.

Demek ki, bir toplumun varlığı toplumsal unsurlarının etkileşimi ile mümkündür. O halde, toplumu var eden ve toplumsal varlığın simgelerini toplumun üyelerine – unsurlarına benimsetecek olan iletişim araçlarının da toplumun varoluşuyla birlikte varolması kaçınılmazdır. Yani modern toplumlarda iletişim araçlarının biçim, içerik ve işlevlerinin değiştiğine, daha doğrusu “yığın”lara “mal” olduğuna ya da popüler deyişle “evrensel köy” –bununla medyatik cemaatlerin kurulduğuna vurgu yapılmaktadır- inşa edildiğine kuşku yoktur. Bununla birlikte iletişim araçları, bizzat modern toplumu (**Gelner**, 1992) ya da hayali cemaatleri (**Andersen**, 1993) inşaa etme işlevi yükümlendiği gibi, modern dışı bir toplumda da toplumsallaştırıcı işlevlerle yükümlü tutulmuş olmalıdır. Zira modern dışı bir toplum; etkileşimin ‘communicative’ ilişkileri beslemesi ve toplumun bu sayede cemaat görüntüsü sergilemesi, topluluk hamasetinin işlenmesi ve pekiştirilmesi ile kurulabilecek ve yaşatılabilecektir. Bu amaçla kullanılması gereken iletişim araçlarının başında mitolojik metinler gelmektedir.

Nitekim, toplumsal zıtlıkları, eşitsizlikleri meşrulaştırmak amacıyla birçok mit, kutsal gerekçeler sayıp dökmekte, müntesiplerine haklı argümanlar vermektedir. Aile, eğitim kurumu, arkadaşlık ya da alt kültür grupları içindeymiş gibi, topluluk üyelerine öğütler vermekte, neden “bunun böyle” olması gerektiğini açıklamakta, uyumlu olmanın ve rıza göstermenin zorunluluklarını sıralamakta ve toplumsal meşruiyeti, bu ve benzeri yollarla toplum bireylerine işlemektedir. Kuşkusuz ki mitler, tıpkı günümüz kitle iletişim araçları gibi her zaman uyumu, harmoniyi yücelterek konformizme hizmet etmemektedirler. Sözelimi Gılgamış’ın İştâr’a başkaldırmasını, hatta onu azarlamasını veya Troya savaşında Zeus’un Agammemnon’u rüyasında adice aldatmasını ya da Poseidon’un canavar karanlık tanrı Kyklop’dan

nasıl daha akıllı olduğunu ve onun kadar güçlü bir tanrıyı nasıl mağlup ettiğini anlatarak, aynı zamanda, telkin edilen düzene başkaldırıyı da yüceltmektedir. Ret bağları (**Sennett**, 1981) tesis edilerek, tıpkı günümüzde olduğu gibi, bu yolla da meşruiyet tesis edilmektedir. Zira İştar, gene de Babil tanrıçasıdır. Zeus da Yunanlıların tanrılar tanrısıdır. Baş kaldırılması isyan edilmesine rağmen gene de onlar insanların yaratıcısı, kollayıcısı ve koruyucusudur. Kısacası, mitolojik metinler hem doğrudan hem de dolaylı yollarla, toplumsal meşruiyetin tesisinde en önemli rolü üstlenmekte ve kutsal menşeler sayesinde de bağımlıları üzerinde son derece etkili olabilmektedir.

Bir iletişim aracı olarak mitler, kuşkusuz ki, sadece toplumsal meşruiyetin emrine amade değillerdir. Ondan daha fazla, siyasal meşruiyete hizmet etmektedirler. Neden bazı insanların yönetici, bazılarının yönetilen olması gerektiğinin kanıtlarını sunmaktadırlar. Büyü, sihir, tılsım v.s.'nin belirli kişilere bahşedilmesinin gerekçeleri sunularak, epistemik ayrıcalıklar meşrulaştırmaktadır. Cinsiyete dayalı eşitsizliklerin, otoritenin, iktidarın kaçınılmazlıkları vurgulanmaktadır. Bununla birlikte sözgelimi güç ve makamın tedavül etmemesinin yarattığı sonuçlardan dersler çıkartılması öğütlenerek, elit tedavülü ya da denge ve denetim mekanizmasının işletilmesi yönünde telkinlerde bulunmaktadır.

Toplumsal ve siyasal meşruiyete yönelik bazı örnekler şöyle özetlenebilir:

Polinezya toplumu şefler ve soyluların en tepede bulunduğu, onları rahiplerin izlediği, en altta halkın ve onun altında kölelerin bulunduğu bir toplumdur. Toplumsal tabakalaşmayı meşrulaştıran mitlerine göre tanrılar göklerde yaşayan şeflerdir. Bu şeflerin insanlar arasında evlat edindiği veya doğumla nesebini ulaştırdığı kişiler bulunmaktadır. Bunlar tanrılarının akrabaları olarak kutsal güce sahip olduğundan toplumu yönetme hakkına sahiplerdir. Babil, tanrılar kentidir ve tanrılar insanları oradan yönetir. Osiris de hem tanrı hem insandır ve aynı za-

manda Mısırın kralıdır. Ramayana isimli Hindistan mitinde, hem gökyüzü hem de yeryüzünü şiddete boğan Rakşaşaların kralı, Ravana'nın kötülüklerinden insanları korumak için ulu tanrı Vişnu, Kral Dasa-Ratha'nın dört çocuğundan biri olarak dünyaya iner ve kötülükleri yok eder. Kısacası riyaset ya da krallık, her ne şekilde olursa olsun, birçok mit, yönetsel tekeli kutsallaştırarak; tanrısal otoriteye uymayı, tanrılara itaat etmekle eş saymakta ve siyasal meşruiyeti tesis etmektedir.

Hindistan yaradılış mitolojisinde erdem abidesi insanların yaşadığı birinci altın çağdan, açgözlü insanların çoğaldığı, erdem yerine para ve mala itibar edildiği dördüncü çağa kadar, dört karakter resmedilmektedir. Yunan yaradılış mitlerinde de aynı biçimde; Zeus önce; sahip olduğundan fazlasını istemeyen, bolluk içinde yaşayan, açgözlü ve saldırgan olmayan insanların bulunduğu altın mayalı bir ırk yaratmıştır. Daha sonra eğitimden uzak tutulduğu için hep çocuksu kalan bir gümüş ırk yaratmıştır. Saygısız, nazik olmayan hoşgörüsüz bir ırk olan gümüş ırk, barınmak için ev, geçinmek için çiftçilik yapmak zorunda bırakılmıştır. Savaşı ve silahı seven üçüncü bronz ırk da hayıfla yad edilecek hiçbir eser bırakmadan karanlıklar ülkesine gönderilmiştir. Zeus'un yarattığı dördüncü kuşak demir ırktır. Onlar gece gündüz çalışmaya mahkum, her günleri keder yüklü, ihanet, hile ve şiddetten başka bir şey düşünmeyen aç gözlü insanlardır. Özel mülk edinmeyi çok severler, kimseyle bir şey paylaşmayı bilmezler, daha da kötüsü, bunlar hazine bulmak için ürün veren toprağı da tarumar edenlerdir. Zeus'un yarattığı bir diğer kuşak kahramanlar ırkıdır. Onlar soylu ve erdemlidir. Şeref ve görkem için yaşamaktadırlar.

Yaradılış özelliklerine vurgu yapan bu mitler, hem sosyal tabakalaşmayı hem de siyasal statüleri meşrulaştırmaya yönelik telkinlerde bulunmaktadır. Toplumun en tepesinde en az bulunan altın mayalı erdem ve ahlak abidesi insanlar bulunmalıdır. Yönetim de kuşkusuz ki; Eflatun'un tabiriyle, bunların arasındaki yarı tanrı bilge filozof kralların hakkıdır. Altın, demir ya da bronzla karıştığında, erdem ve bilgeliğe de hırs ve şiddet karışmakta, top-

lumun nesebi bu şekilde bozulmakta, tanrılar da bu bozulmayı mutlaka cezalandırmaktadırlar. Bu telkin de tabakalar arasındaki mobilizasyonu neredeyse tümüyle ortadan kaldırmaktadır.

Çin mitolojisinin Ana tanrıçası Nugua, doğada daha akıllı, daha hareketli bir yaratığın bulunmasını ister. Sarı nehir kıyısına oturur ve ıslak çamurdan kendine benzeyen insanlar yapar. Kendi ejderha kuyruğu yerine onlara iki ayak takar ve sonra yaşam nefesi üfleyerek onlara can verir. Fakat bir süre sonra yorulur. Eline bir ip alır, suda sallar. Irmağın kenarına sıçrayan çamur parçaları insana dönüşür. Ancak bu insanlar, özene bezene elleriyle yarattığı insanlar gibi değildir. İlk yarattıkları insanlar çok akıllı ve çok zengin insanlardır. Nijerya mitinde Obatala balçıktan kendine tıpatıp benzeyen heykelcikler yapar. Yaptığı heykeli kuruması için bırakır ve başkasını yapar. Yaptığı heykeller çok hoşuna gider ve susadığını fark etmez. Bir süre sonra çok yorulur ve susar. Palmiye cevizinin mayalanmış suyundan kase-ler dolusu içer ve sarhoş olur ama balçıktan heykel yapmayı da sürdürür. Fakat, parmakları daha iyi iş görmediği için, sarhoş iken yaptığı heykellerin kimisinin kolu kısa kalır, kimisinin baca-ğı. Kimisi de kamburdur ama bu özürleri Obatala fark etmez. Sonra Olorun'un, bir baba gibi heykelciklere soluk üflemesini sağlayarak onları canlandırır.

İki örnek, insanlar arasındaki eşitsizlikleri meşrulaştırmaya yönelik telkinlerde bulunmaktadır. Demek ki tanrı bazı insan-ları özene bezene yaratmakta, onların daha akıllı ve zengin ol-masına vesile olmaktadır. Doğal olarak özenle yaratılan insanlar diğerlerinden daha üstün ve ayrıcalıklıdır. Buna göre de sosyal statü ve ayrıcalıklar, tanrısal bir takdirdir ve rıza gösterilmesi ge-rekmektedir.

Babil tanrıları Marduk'a derler ki *"inşa edeceğin tapınak-ta kim yetki sahibi olacak? Yarattığın yeryüzünde kim senin ik-tidarına sahip olacak? Babil'i sonsuza dek evimiz olacak şekilde oluştur. Birilerinin bizim günlük ihtiyaçlarımızı getirmesini sağla ve biz de daha önce yaptığımız işleri yapmaya devam edelim."* Bunun üzerine Marduk, isyankar tanrılardan birinin kanını akıtır,

kemikler yapar ve onlardan bir vahşi yaratıp, ona insan adını verir. Onun görevi *“rahat içinde yaşamaları için tanrılara hizmet etmektir.”* Guatemala yaradılış mitlerinin birinde yaratıcılar önce yeryüzünü yaratırlar, sessizlik içlerine sinmez, yeryüzündeki bitki ve hayvan neslini yaratırlar ve derler ki *“konuşun, seslenin ve bağırın, her biriniz yapabildiğiniz kadar bizim adımızı söyleyin, bizi övün ve bizi sevin.”* Canlılar gürültü eder ama tanrılara övgü dolu sözler etmesini beceremezler. Yaratıcılar bundan hoşnut kalmaz ve onlara *“size verdiklerimizi geri almayacağız ama sizden daha üstün bir canlı yaratacağız ve siz onların esiri olacaksınız, onlar sizi parçalayıp, yiyecekler”* derler. Yaratıcılar, kendilerini övecek ve sevecek, uysal ve saygılı bir canlıya biçim vermek için, önce çamurlu toprağa şekil vermeye çalışırlar ama çamur yumuşaktır. Hareketsiz ve zayıf bir yaratık olur. Konuşabilir ama ne konuştuğunu tanrılar anlayamaz. Buna kızan tanrılar onları yok eder ve bu kez insanı tahtadan oymayı denerler. Sağlam ve dayanıklı insanlar ortaya çıkar ve onlar yaratıcılarına hiç şükretmezler. Bu kansız, ruhsuz, bilinçsiz insanlara tanrılar çok kızar ve başlarına sel gönderir. Onların hizmetine sunulmuş her şey; kartal, jaguar, taş, sopa, köpek; tahta insanlar onları nasıl kullanmış ve horlamışsa, onlar da tahta insanlara aynısını yaparlar. Sağ kalanlar birer maymuna dönüşür. Tanrılar yeniden kendilerini övecek ve sevecek yaratıklar yaratmayı denerler ve soylu bir madde araştırırlar. Mısır koçanını öğütüp, ona insan biçimi verirler. Onların ilk yaratılanları; soylu, çekici, akıllı, bilgili olmuştur ve bütün yeryüzü ve gökyüzü onlara secde etmiştir. Onlar da yaratıcılarına hep müteşekkir olmuşlardır. Fakat bu kez tanrılar mükemmel insanı kıskanmışlar ve onların ellerinden bilgeliklerini almışlardır. Onları sadece etrafını görebilen, duyabilen, daha az bilgili ve akıllı insanlara çevirmişlerdir. Sonra mutlu etsin diye onlara eş vermişlerdir. İnsanlar tanrılara çok fazla müteşekkir olmuş ve onlardan aydınlık da istemişler, tanrılar onlara yıldızı, güneşi, ayı, şafak aydınlığını bahşetmişlerdir. Dünya böylece bütün canlılar için mutluluk kaynağı olmuştur.

“İnsanlar tütsüler yakan ve kurbanlar sunan rahiplerinin etrafında dans ettiler. Çünkü yaratıcılar dünyayı ışıkla aydınlatmışlardı ve kusursuzdu”.

Buna benzer birçok metinde, tanrıların hizmetine amade bir insan tasarımı sunulmaktadır. Dolayısıyla hiyerarşik bir biçimde tanrısal iktidarın otoritesinden başlayarak, toplum-topluluk üyelerine, reis – şef - şaman v.s. otoritesi benimsetilmekte, otoriteye boyun eğme yüceltilmekte, tanrıya hizmette eksik davranan insanların başına gelen tufan, sel, deprem, yanardağ felaketlerine dikkat çekilerek, onlar üzerinde ‘korku çekiciliği’ yaratılmaya çalışılmaktadır. Bunlardan en çarpıcı bir tanesi, Meksika mitlerinin birinde anlatılır. Yaradılış mitinde; her biri, bir öncekinin ölümünü izleyen evren tasarımları bulunmaktadır. İlk dünyanın insanları uygunsuz davrandıkları için jaguarlara yem olur. İkinci dünyanın insanları bilgelikten uzaklaştığı için kasırga rüzgarları onları maymuna dönüştürür. Üçüncü dünya insanı tanrılara kurban vermediği ve saygısız davrandığı için deprem ve yanardağlarla yok edilir. Dördüncü dünyanın insanları açgözlü olduğu için tufanla cezalandırılır ve balığa dönüştürülerek karanlığa hapsedilir.

Mitlerde en fazla meşruiyet zemini tesis edilmeye çalışılan bir diğer alan cinsiyete dayalı eşitsizliktir. Hemen bütün metinlerde, ana tanrıçanın elindeki iktidar ehliyeti ya mecburen ya cehren ya da rızaen, erkek bir tanrı (koca veya baba) tarafından ele geçirilir. Tanrıça bazen yaptığıının despotik sonuçlarını önceden fark edemediği için nedamet içindedir, bazen rakibi ile savaşı ve kaybeder. Kimi zaman da perde arkasındaki gerçek organizatör güçtür. Oğul ya da kocayı bir biçimde yönetir.

Yunan mitolojisinin ilk tanrılarından Gaia, yaradılıştan sonra gökyüzü tanrısı Uranos’la evliliğinden, ucube yaratık Kyklop’lar doğar. Uranos onlardan hem tiksindir hem de çekinir ve zebanilik yapmaları için onları yeraltına fırlatır. Bunun üzerine Gaia, çocuklarının özlemine dayanamaz ve kocasından intikam almak için diğer çocuklarını babalarına karşı kıskırtır ve çakmaktaşından bir şeytan orağı yaparak, kocasını çocuklarına öldürt-

mek ister. Fakat bütün tanrı titanlar babalarından çok korkmaktadır. Babası gibi iktidar hırsı içinde olanı sadece Kronos buna cesaret eder ve annesinin yanında yatarken babasını, elindeki orakla hadım edip, iktidarı devralır ama o da annesine ihanet eder. Bu kez de o iktidarı kaybetme korkusu içindedir. Karısının doğurduğu her çocuğu bir lokmada yutar ve sonunda karısı ana tanrıça Gaia'dan yardım ister. O da çocuğunu Girit'te doğurmasını, kocasına da bir kaya sunmasını tavsiye eder ve böylece bebek Zeus, babasının şerrinden kurtulur. Karısı Rhea, Kronos'a zehirli şarap sunar, o da kaya ile birlikte yetişkin olan yuttuğu çocukları kusar. Sonra oğlu Zeus'u kocasının karşısına çıkarır ve "kaderin karşında Kronos" diye bağırır.

"Kader senin babanı alt ettiğin gibi bir oğlunun da seni alt edeceğini önceden gördü. Bu oğul, yani Zeus, şimdi karşında duruyor. Çocuklarımızı yutup, kardeşlerini zincirlenmiş halde Tartaros'ta tutarak ettiğin tohumların meyvelerini biçiyorsun. Şimdi Zeus'un senden daha akıllıca, daha iyi yönetip yönetmediğini göreceğiz. Mantiğin, yuttuğun şu kaya kadar kör, yüreğin onun kadar katı."

Zeus, Gaia'nın doğurduğu ucubelerle, zebanilerle ve devlerle işbirliği yaparak babasını yener ve titanların iktidarına son verir. Kendisi tanrılar tanrısı olarak tek başına hükümran olur.

Duygularına teslim olan bir kadının baba ile oğlu arasında nifak çıkarması ve iktidar hırsının sonuçları öykülenmekte ama daha da önemlisi, ana erkil iktidarın ata erkilliğe dönüşmesinde bizzat kadının oynadığı role dikkat çekilmektedir. Hatta kadını duygusallık vurgulanarak iktidarın neden erkekte olmasının da altı çizilmektedir. Elbette erkeğin iktidar hırsı ile gözünün perde lenmesi ve en yakınındaki karısının entrikalarına karşı savunmasız kalması da vurgulanmaktadır. Böylece "hain kadın" imgesi de pekiştirilmiş olmaktadır.

Kuşkusuz kadın imgesi mitlerde her zaman; fettan, fesat, fetbaz, hain ve münafık değildir. Ramayana isimli Hint mitinde kral Dasa Ratha, krallığını Rama'ya vermek ister. Rama'nın kardeşi Bharata'nın annesi krallığın kendi oğluna verilmesini sağla-

mak için türlü entrikalara başvurur. Bununla birlikte aynı mitte geçen Sita, türlü sınavlardan geçmesine rağmen masumiyetini kanıtlamakta zorlanır.

Çin mitlerinin hemen hepsinde, dişil karakter ile eril karakter, farklı içerikler taşıyıcılar da biri diğerine göre ayrıcalıklıdır. Daha doğrusu biri olmazsa diğerinin yarısı hep noksan kalacaktır. Hatta kadın her zaman koruyucu, kollayıcıdır. Örneğin, yeryüzündeki insanların mutluluğunu huzurunu kıskanan canavar Gong-gong gökyüzünü tutan dağlardan birine başını hızla vurur. Dağ yere yıkılır ve gökyüzüne yakın bir yerinde büyük bir delik açılır, yeryüzünün birçok yerinde yarıklar oluşur. Bazı yarıklardan alevler fışkırır, evleri ekinleri kül eder. Bazı yarıklardan yer altı suları fışkırır, evlerin, insanların mekanları denize dönüşür. Tanrıça Nugua, bu felaketleri önlemek, insan çocuklarını kurtarmak için hemen yardıma koşar. Külleri toplayarak yarıkları doldurur ve ateşi söndürür. Sazlardan set yapar ve nehirlerin kendi yataklarında akmasını sağlar. Taşları eriterek alev püskürten delikleri kapatır. Bir kaplumbağa ayaklarını gökyüzüne sütun yapar ve insanları felaketlerden kurtarır.

Japon mitlerinin birinde de kadının kocasının emrine amade olması gerektiğine ilişkin ilginç bir kıssaya yer verilmektedir. Tanrı İzanagi ve Tanrıça İzanami yerleşecekleri adayı gezmek için ayrılırlar. Tekrar karşılaştıklarında eşi yakışıklı bir erkek gördüğünden söz eder. Sonra sülüğe benzer iğrenç bir çocuk doğurur. Tanrılara nedenini sorduklarında, tanrılar;

“İzanami yararsız bir çocuk doğurdu, çünkü durması gereken yeri bilmez görünüyor. Bir kadın ilk önce erkeğinin konuşmasına izin vermeli; çünkü, bu onun hakkıdır. Eğer ilk konuşan kadın olursa, kötü şans getirir. Eğer düzgün bir çocuğa sahip olmak istiyorsanız, her şeye yeniden başlamalısınız”

derler. Tekrar adayı dolaşıp karşılaştıklarında bu kez kocası, adada çok güzel bir kadın gördüğünü söyler ve İzanami sekiz harka çocuk doğurur.

Eskimo ve Kuzey Amerika mitlerinde kadın duygusal, kolay aldanan ve saf bir varlık olarak tavsif edilerek ona bir konum tayin edilir. Avrupa mitlerinde ise güvenilirmez bir imge yakıştırılan kadının statüsü bu şekilde meşrulaştırılır. Doğu mitlerinde de kadın, erkeği kadar statülü ve güven veren bir konuma sahip olmakla birlikte, erkeğini tamamlayan bir parça olma vasfı öne çıkarılmakta, sosyal hayattaki yerine buna uygun meşruiyet tesis edilmektedir. Brezilya mitlerinin birinde ise kadına çok daha farklı bir konum tahsis edilmektedir. Paraparava nehir kenarında avlanırken Varaku adında bir balık yakalar. Balık bir kadına dönüşür ve Paraparava'nın ilkel, kötü yaşam biçimini değiştirir. Ona; daha medeni yaşamayı, daha güzel yiyecekler yemeyi, daha rahat evler yapıp orada barınmayı öğretir.

Son olarak da, büyü, tılsım ya da sihir gibi kavramlarla ifade edilen bilgilere sahip olanların ayrıcalıklı ve etkili konumuna meşruiyet kazandıran örneklerle göz atalım:

Esasen bütün mitlerde bilgelik en önemli özelliktir. Bilgi sadece tanrı ya da insan suretindeki varlıklarda değil, hayvan ve bitki suretindeki varlıklarda, hatta cansız varlıklarda da olabilir. Eskimo mitlerinin birinde kuzgun; ışısız kalan halkına çok üzülür, kendini tohuma dönüştürür, şefin kızının içtiği su ile onu hamile bırakır, sonra onun çocuğu olarak dünyaya gelir, şefin güneşi nerede sakladığını öğrenir ve insanlara ışığı hediye eder. Gene örneğin, hayatı pahasına misk faresi deniz dibinden toprak getirir, gök kadın onu kaplumbağanın sırtına serperek ulu ada ülkesini kurar. Bir başka Kızılderili mitinde Ahaiyuta, nine-sinin kendisine verdiği büyü tüyler sayesinde bulut yiyeni yok ederek kuraklığa son verir. Mali efsanesinin kahramanı Sunjata büyü yeteneği sayesinde müthiş bir savaşçı ve yöneticidir. *"Geçmişte olanları bilmesi sayesinde, gelecekte neler olabileceğini bilen bir bilge"* olabilmektedir. Yeni Zelanda mitlerinin birinde Maui, büyükannesinin çene kemiğinden yaptığı oltayı denize bırakır, büyü sözleri söyler ve adayı, balık gibi denizin dibinden büyü gücü ile çekip, çıkartır. Kısacası, siyasi liderlerin ve sosyal statü sahibi kişilerin konumlarının meşrulaştırılması için en fazla

kullanılan gerekçe, onların büyü ve sihir yetenekleriyle ürettikleri bilgilerdir.

Bununla birlikte, Arthur'un taştan çekip çıkardığı kılıç sayesinde meşru Kral olması ve büyücü Merlin tarafından çekip çevrilmesi örneğinde görüldüğü gibi, büyü ve sihir sahibi bilgiler, siyasi lider değilse bile, siyasi liderleri yöneten kişiler konumundadır. Öte yandan, Kral Arthur'un yuvarlak masasındaki hoşgörü ve müşavere sayesinde ulaşılan huzurlu düzene vurgu yapılması; Yunan mitolojisinde tufanın nedeni açıklanırken, tanrıların makamlarını ebedi işgal etmelerinin, güç ve makamın tedavül etmemesinin savaş ve kargaşalara neden olduğuna değinilmesi ve Kızılderili mitlerinin birinde şeflerin toplanıp, bilgiler kurulu tarafından idare edilmeleri gerektiğine karar vermeleri örneklerinde görüldüğü gibi, denge ve denetim mekanizmaları içeren yönetim biçimleri, bazı mitolojik metinler tarafından yüceltilmektedir.

4. Davranış Kalıpları Sunan Medya

Bireysel davranışın nasıl oluştuğu ve hangi etkenlerle açığa çıktığı, yoğunluğu ve süresinin ne kadar olacağı sorunsallarını konu edinen ciddi düzeyde kuram, yaklaşım ve model ortaya konulduğunu biliyoruz. Bu çalışmaların bir kısmı, birbirini teyit eden hatta kendi içlerinde birer “gelenek” oluşturan çalışmalardır. Bir kısmı onların görmezden geldiği veya ıskaladığı değişkenlere odaklanmakta, bir kısmı da konusunu daha eklektik ele almaya çalışmaktadır.

Bilindiği gibi davranış konusu Antik Yunan düşünürlerinden bu yana hep ilgi konusu olagelmıştır. Epikürizmin başlattığı akımı, Bentham “hedonic hesap” formülasyonları kuracak kadar abartmıştır. Klinik psikologları; bir yandan psikanaliz diğer yandan etki-tepki kuramlarını eksen alarak, çeşitli akımlar başlatmışlar ve bu akımlar, özellikle ABD’de büyük bir teveccüh görmüştür. Kuşkusuz ki bu akımlar, medya alanındaki çoğu modele (hipodermik iğne-sihirli mermi v.s.) kaynaklık etmiştir. Hedonizm de günümüzdeki bir çok modelin esin kaynağıdır.

Öğrenme kuramları, bilişsel kuramlar, diğer bazı sosyal psikoloji (Yaklaşma-uzaklaşma objeleri kuramı v.s.) kuramlarına hedonizm yol göstermiştir. Onlardan da kullanımlar doyumlar gibi bazı kitle iletişim araçlarına ilişkin modeller üretilmiştir. Sosyal psikoloji kuramlarının ve özellikle attribution teorisinin davranış konusuna getirdiği açılımı da bu arada hatırlatmak gerekmektedir. Kısacası aydınlanma ile birlikte, en fazla ilgi konusu seçilen alanların başında davranış gelmektedir. Zira bireysel davranışı denetim altında tutma, modern aydınlanma düşünürleri için adeta bir tutku anlamı taşımaktadır.

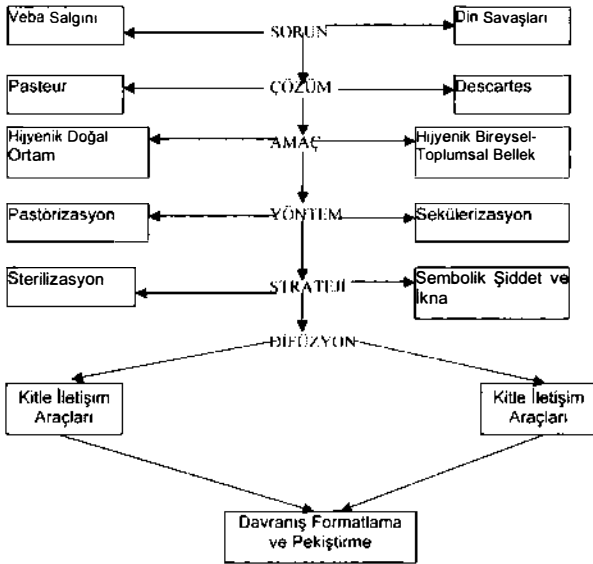
Bu bağlamdaki iki örnek(case), çözümleme aracı olarak kullanıldığında, oldukça anlamlı sonuçlara vesile olabilecek özellikler taşımaktadır: Analiz aracı olarak kullanılabileceği düşünülen yaşanmış örneklerden birincisi veba salgınıdır. O dönemlerde insanlık tarihinin en büyük felaketlerinden biri yaşanmıştır. Bu felakete hiçbir şaman, hekim çare bulamamış, din adamları, krallar, aristokratlar, yani, dönemin iktidar seçkinleri bu felaket karşısında çaresiz kalmışlardır. İnsanların ne yapması, nasıl davranması gerektiğini kimse bilememiş, kimse onlara yol gösterememiştir. Dahası doğru davranışın ne olduğunu bilmek de kendi başına yeterli değildir. Nasıl davranılması gerektiği, en kısa zamanda ve en çok sayıda insana duyurulabilmelidir. Yani günümüz kitle iletişim araçlarından birisine sahip olunsaydı, mikrop, belirli bir bölgede karantina altına alınır; hem karantina bölgesinde hem de karantina dışındaki bölgelerde insanların nasıl davranmaları gerektiği onlara bir anda duyurulur ve salgın önlenebilirdi.

4.1. Davranış Kalıpları Sunan Medyanın Kutsal Misyonu

Ortaçağ'da yaşanan ikinci büyük facia, din savaşlarıdır. Dini bağnazlık nedeniyle birbirinin kurdu haline gelen insanlar, sokak ortalarında, din adına birbirlerini katletmektedirler. Herkes beğenmediğini, husumet duyduğunu tekfir ederek, onu öldürme imtiyazını kendisine kutsal bir hak olarak bahşetmektedir.

Bu iki olay bütün mitolojik metinlerdeki yaratılış gerekçeleri olarak sıralanan ve tanrısal müdahalelerin nedenlerini teşkil eden, Ortaçağ’a özgü karanlık kaostan başka bir şey değildir. Kuşkusuz ki tanrısal bir misyonla, bazı aydınlanma düşünürleri kendilerini yükümlü tutmuşlardır. Bunlardan bir tanesi Pasteur, diğeri Descartes’tir. Daha doğrusu (a) keşfedip, (b) kavramlaştırarak, (c) davranışın iletişimsel materyal haline getirilmesi, (d) laboratuvar ortamında yeniden oluşturulup, (e) denetim altına alınması ve (f) denetimli bir biçimde kullanılması kutsal ülküsü için ilk öncü hareket bu iki düşünür tarafından başlatılmıştır. Bununla aynı zamanda, aydınlanmanın medyaya yüklediği tarihi ve kutsal misyonun açığa çıkartılması amaçlanmaktadır.

Ele alış modelimiz şematik olarak şöyledir.



Bilindiği gibi pozitivist aydınlanmacılar doğa, toplum ve bireyde, nesnel bir gerçekliğin olduğuna inanıyorlardı. Akıllı, geleneksel kalıplardan kurtulmuş bir beyin, çevresini dikkatle izleyebilir, gözlemlediği olay ya da olgunun gizemini fark edip anlayabilir. Onun sırrını deşifre ederek, onda mündemice nesnel gerçekliği ondan çekip çıkartarak; iletebilir bir simge haline dö-

nüştürmek için icadını - keşfini kavramsallaştırabilir. Kavramsal düzleme çekilen nesnel gerçeklik, böylece, başkaları açısından da apaçık hale getirilebilir. Herkesin gözleri önünde; arızı işleyen bir parça bu sayede tamir edilebilir, zararlı bir canlı denetim altına alınabilir, kötü bir alışkanlık tedavi edilebilir, difonksiyonel bir gelenek terk edilebilir. Bu gelişmeler ve ilerlemeler sayesinde de bütün insanlık, fert emrine amade bir doğaya kavuşturulabilir. Kısacası bütün insanlar mübarek kişiler haline gelebilir, yeryüzü de bir cennete dönüşebilir. Yani, tanrının vaat ettiği cennet, tanrıya muhtaç olmadan, ona minnet etmeden; akıl, gözlem, tahkik, istidlal ve teşmille tesis edilebilir.

4.1.1. Pastörizasyon

Nitekim Pasteur, veba salgınına neden olan mikropların (kuşkusuz ki bu bir simgedir. İnsanı hasta eden her virüsü, hijyen gerektiren her durumu simgelemektedir), doğal ortamından yapay ortama taşınarak, sırlarının deşifre edilebileceğini, nesnel gerçekliklerinin çekip çıkartılarak, onların kavramsal düzlemde açıklanabileceklerini ve birer medyatik materyale dönüştürüleceklerini göstermiştir. Dahası Pasteur, en amansız ve en sinsî zararlı varlığın, yapay ortamda, bütünüyle teslim alınabileceğini, denetlenebileceğini de olanca çıplaklığı ile ortaya sermiştir. Hatta onların zararlarından, bizzat onları kullanarak kurtulabileceğimizi, çarpıcı biçimde, alenileştirmiştir. Bu başarı, o güne kadar hiçbir şamanın, papazın, sağaltıcının, kralın, aristokratın ve elbette ki tanrının bile aklının ermediği bir mucizedir. Demek ki mucizeler yaratmak için aklımızdan başka hiçbir şeye ihtiyacımız yoktur.

Yapılması gereken bellidir.

Diyelim ki veba gibi, bizi kahreden bir sorununuz var. Hijyenik bir doğal ortamda yaşamayı amaçladığımıza göre, sadece Pasteur gibi bir beyne ihtiyacımız vardır. O bize çözüm yolunu gösterecektir. Yöntemi basittir. Doğal ortamımızdaki hijyenik olmayan varlıkları fark etmesini bileceğiz. Sonra onların bir tanesini, parçasını ya da kütesini mercek altına alacağız.

Dikkatli bir gözlemden geçirip, onların nesnel gerçekliklerini çözümleyeceğiz. Elde ettiğimiz bulguları kavramsal bir düzeneğe dönüştürüp, medyatik simgelerle iletilebilir hale getireceğiz. Bu aşamada stratejimiz de ortaya çıkmıştır. Kavramsal düzenele denetim altına aldığımız olay ya da olguyu, benzerlerine teşmil edebilmeliyiz ki; harcadığımız çabalar boşa gitmesin, yaptığımız işin bir faydası olsun. Aksi takdirde yararlı bir iş yapmış olmazdık. Demek ki bir yarar üretebilmek için, gerçekleştirdiğimiz mikroptan arındırma işlemini modelleştirip (sterilizasyon), olabildiğince geniş bir alana yaymalıyız (diffüzyon) ki, modelimiz yayıldığı ölçüde, insanlığa hizmet etmiş olabilelim.

Bu aşamada, kitle iletişim araçlarının kutsal işlevi devreye girmiş olmaktadır. (Kuşkusuz ki, ters ütopyalarımız gibi, doğanın dengesini bu şekilde bozduğumuzu, ekolojik dejenerasyonu küreselleştirdiğimizi, en acısı da bu yolla ürettiğimiz biyolojik, kimyasal ve nükleer silahların tehdidi altında titrediğimizi, çok geç anlayacağız. Elbette Pasteur’ün suçu yok ama mucizevi mirası, pek de, hayırlara vesile olmuş gibi görünmüyor.) Medya sayesinde sterilizasyon, gezegenimizin en muhkem, en mutena köşelerine kadar yayılacaktır. İleti alan herkes, sterilizasyona ilişkin neler yapacağını apaçık öğrenecek, buna uygun biçimde, bütün davranışlarını kodlayacak ve unutmamak üzere belleğine kazıyacaktır.

Sonuçta, kitle iletişim araçları, steril bir doğanın tesisinde en hassas ve en kutsal görevi ifa etmiş olmaktadır. Biraz karmaşık olmakla birlikte Descartes için de paradigma aynıdır. Onun da sorunu din savaşları (bunun da bir örnekleyici - metafor olduğu unutulmamalı)dır.

4.1.2. Sekülerizasyon

Eğitiminin, onun bilgisizliğini beslediğini fark ettikten sonra, “doğruluğunu apaçık olarak bilmediği hiçbir şeyi doğru olarak kabul etmemeyi” kendisine düstur edinen Descartes; gerçek ile sahte, doğru ile yanlış bilgiyi ayırt etmenin yegane yolu ola-

rak bu düsturu benimsediğini söylemektedir. “Adet”le kanıtlanarlara güvenmemekle işe başlandığında da yanlışlardan “azar azar” kendini kurtarabileceğine inanmaktadır.

Buna göre Descartes, iki ilke getirmiş olmaktadır. İlkelerden birisi kanıtlama, diğeri ayırt etmedir.

Kanıtlama, sahih bilgiyi elde etme yöntemidir. Bir bilginin doğru ya da yanlış, sahte ya da gerçek olduğunu, onun kanıtlanabilirliği göstermektedir. İnsanın, gözüyle görüp eliyle tuttuğu, mantığına ve aklına uygun bulduğu bilgiler güvenilir ve yararlıdır. Somut, gözlemlenebilir, akıl ve mantığa uygun bilgiler, kanıtlanabilir bilgilerdir. Örneğin fizik ve matematik bu türden bilgiler üretmektedir. Kanıtlanabilen bilgiler nesnel bilgilerdir. Kişilerin inançlarına, önyargılarına, yanlışlarına ya da bağınazlıklarına göre, bu bilgiler değişmediği için, onların kişiler arasında ihtilaf kaynağı, çatışma nedeni olma ihtimali yoktur. Taşa herkes taş demek durumundadır. Herkes nezdinde $2 \times 2 = 4$ ’tür. Nesnel olmayan ya da kanıtlanamayan bilgileri herkes, kendine göre doğru bileceği, doğru bildiği bilgiyi başkalarının da doğru bilmesini isteyeceği için, bu tür bilgiler toplumsal - bireysel çatışmaların nedeni - müsebbibi olmaktadır. Kanıtlamaya ihtiyaç duyulmadan doğruluğuna iman edildiğinden bu tür bilgiler, toplumsal - bireysel fanatizmi beslemektedir. Nesnel ve kanıtlanabilir olmayan bilgileri savunmak mümkün değildir. Bu tür bilgileri sahipleneler, fikirlerini savunmak zorunda kaldıklarında, doğru ve güvenilir sandıkları yanlış ve sahte bilgileri, başkalarına, zorla kabul ettirmeye mecbur olmaktadırlar. Buna maruz kalanlar, ikna edilmedikleri için, zorlamalara son derece keskin bir direnç göstermekte ve çatışmalar böyle başlamaktadır. Sürtüşme tekfir etmeye vardırıldığında, din savaşları ortaya çıkmakta, kaos yaratılmaktadır. Oysa, insanların uzlaşabileceği, gözle görüp elle tutabileceği, aklına mantığına uygun, yani “apaçık” olan bilgilerin tartışılması imkansızdır. Bu tür bilgileri zorla kabul ettirmeye de gerek yoktur. Akıllı olan, beş duyusu işleyen herkes, apaçık olan nesnel bilgilerin doğruluğu ve gerçekliğine şahadet edebilecektir. Demek ki; ikna edilerek bu tür bilgileri onların kabullenmelerini sağlamak son derece kolaydır.

Nesnel ve kanıtlanabilir bilgilerin tek yararı, insanlar arasında uzlaşmayı temin etmek değildir. Bu tür bilgileri üreterek, geliştirerek ve yaygınlaştırarak; insanlar, çevrelerine egemen olabilirler ve kendilerini tehdit eden ve kaosa neden olan faktörleri kontrol altına alabilirler. Nesnel - kanıtlanabilir bilgiler esasen bu tür bir yarar elde etmek amacıyla üretilmelidir. İnsanoğlu dev bir makinenin parçasıdır. Eğer makinist olmak istiyorsa, çevresine egemen olmasını sağlayacak nesnel ve kanıtlanabilir bilgi üretmeye mecburdur. Bu anlamdaki teknolojik ve bilimsel bilgi sayesinde, doğaya hükmedebilir, doğanın vahşi tüm yanlarını ehlileştirebilir. En önemlisi de bu tür bilgilerle birey ve toplumlar ikna edilip zihinsel tedaviye tabi tutulabilir, “iyi”leştirilebilirler. Böylece din savaşlarının yaşanmadığı, kaotik olmayan, huzurlu bir gezegeni inşa etmek, birey ve toplum yaşamını ihya etmek mümkün olabilir.

Descartes’in ikinci ilkesi Ego cogito ve Res extensa ayrıştırmasıdır.

Descartes, bireyin ruh ve beden olmak üzere iki ayrı yapıya sahip olduğunu iddia etmektedir. Ona göre varlığının kanıtı düşünebiliyor olmasıdır. O kadar ki, düşünemediği için bedeninin varlığından kuşku duyabilir, ama ruhunun varlığından asla. Dolayısıyla insanı insan olarak var eden ruhtur. Ruhu olmasaydı insan, bir “çuval et parçası”ndan ibaret olurdu. Ruh, bedene nüfuz edebilir. Bedene egemen olup onu yönetebildiği sürece, insan “bir çuval et” olmaktan kurtulabilir. Nitekim tanrının huzurunda insan “bir çuval et” gibi zaaf gösterdiği için, yeryüzüne fırlatılıp atılmıştır ve yeryüzünde “halife” olduğunu kanıtlayabildiği takdirde, kendisine “secde” edilme gerekçelerine haklılık kazandırabilecektir. Kısacası insana yararı olan bedeni değil ruhudur.

Ruh ve beden ayrımı son derece kesif bir ayrıştırma değildir. Teolojik (daha doğrusu skolastik) bakış açısına itiraz -isyan- etmeden ve hatta argümanlarını kullanarak ana sütunlarını onun altından çekip almak anlamına gelmektedir. Çünkü kanıt ve yarar kavramları, uhrevi olanla dünyevi olanın yollarını tam anlamıyla

ayrıştırmak (sekülerizasyon) amacıyla kullanılan manivelalardır. Düşüncenin, ahlaki değer, güzelliklerin, edebin; kısacası bir insanın en mükemmel özelliklerinin kaynağı ‘cogito’dur. Buna karşılık nefsanî tüm zaafıların menşei de ‘extensa’dır. Dolayısıyla ego cogito, res extensa’yı denetleyemediği, yönetemediği, onu egemenliği altına alamadığı takdirde, insan hayvandan daha sefil bir yaratığa dönüşmektedir. Demek ki insanı sefilin sefilisi olmaktan kurtaran ‘cogito’dur. Rahatlıkla gözlenebilir ve apaçık olan ruh beden ilişkisi, aynı zamanda, tüm dış dünya sorunlarını çözebilmesi için insanoğluna bahşedilmiş bir metodolojidir. Sözelimi din savaşları gibi bir sorunu ele alalım. Hangi mezhep ya da cemaat olursa olsun, onların iddialarının hiçbirini kanıtlayabilmemiz mümkün değildir. Hepsinin söyledikleri hem tümüyle doğrudur hem de tümüyle yanlıştır. Hangisinin diğerine göre haklı olduğunu bilmemize kesinlikle imkan yoktur. “Ego cogito” son derece aydınlık bir biçimde bize bunu göstermektedir. Kaldı ki dini cemaatlerin ya da mezheplerin hangisinin haklı olduğuna karar vermek, belirli bir (örneğin din savaşları) sorunsalın çözümlenmesi sonucunu doğurmayacak, yani pratik hiçbir yarar sağlamayacak, dahası buna yönelik her girişim yeni bir hizip anlamına gelecektir. O halde sorunlar yumağı içinde boğuşuyorken, böylesine yararsız ve zararlı bir işle uğraşmak gereksiz ve yanlıştır. İnsanlığa zararlı işler terk edilmeli, yararlı işler yapılmalıdır. ‘Cogito’; kanıtlanabilir, nesnel ve apaçık bilgiler üretmeli, bu yolla extensa’yı ihya ve inşa ederek, onu tanzim etmelidir. Düşünen kafalar bu şekilde fayda ürettiği takdirde; aristokrattan, kraldan, din adamları ve hatta tanrıdan daha büyük bir hizmeti insanlığa sunmuş olacaktır.

Sonuç olarak denilebilir ki, uhrevî sorunlarla uğraşmak ve buna ilişkin bilgiler üretmek; insanlığa hiçbir yarar sağlamadığı gibi, çok büyük zararlara yol açmakta; çatışmalara, kavgalara ve kaosa neden olmaktadır. Buna karşılık dünyevî sorunlarla meşgul olmak ve buna ilişkin bilgiler üretmek, insanoğlunun yapabileceği en erdemli uğraştır. Somut, apaçık ve gözlemlenebilir dünyevî sorunlara ilişkin, kanıtlanabilir ve nesnel bilgi üre-

tildikçe, bundan insanlar iki çok önemli yarar sağlayacaklardır. Birincisi, bu bilgileri herkes paylaşacak, ortak paydalar etrafında bu bilgiler insanları buluşturacak, kaynaştıracaktır. Yani toplumsal huzur ve ahenk, bu yolla tesis edilecektir. İkincisi, insanların en fazla muzdarip oldukları dünyevi sorunlar çözüleceği için, insanlık imar ve ıslah edilmiş bir gezegene kavuşacak, ihya edilmiş ve ehlileştirilmiş birey ve toplumlar haline geleceklerdir.

Kuşkusuz ki kutsal misyon yayılmadığı, insanlara tebliğ edilmediği ve onlara mal edilmediği takdirde, anlamlı bir yükümlülük ifa edilmiş olmayacaktır. Nitekim tanrı, insanlara ruhandan ruh üflediği, tanrısal yücelik ve azizlik kullara bu yolla tevarüs ettiği halde, kullar “tuğyan” etmektedir. Bunun nedeni tanrının kendi yüce makamının, saltanatının haşmetiyle aşağıları görememesi; başka bir ifadeyle dünyevi ya da somut olana nüfuz edememesi, kendini dünyevilikten tecrit etmesidir. Cogito aynı hataya düşmemelidir. Zira tüm insanlığa sirayet etmedikçe hiç bir işe yaramayacaktır. Cogito’nun tüm insanlığa sirayet etmesini temin edecek olan kitle iletişim araçlarıdır. Demek ki kitle iletişim araçlarının kutsal misyonu yükümlenmesi demek, cogito’nun kitle iletişim araçlarında tecessüm etmesi demektir. Kitle iletişim araçları, en kısa zamanda, en yaygın biçimde, en çok sayıda kişiye ulaşarak, en etkili biçimde onların belleklerini tanzim edecektir. İkna etmek ve sembolik şiddet uygulamak suretiyle, davranışların nasıl olması gerektiği; onların belleklerine medya tarafından formatlanacak, ehil ve emin davranış kalıpları onlara belletilecektir. Böylece ihya ve ıslah edilmiş birey ve toplumun tecellisi gerçekleştirilecektir. Bu da insanlık tarihinin başka dönemlerinde sözü edilen erdemli işlerin hepsinden çok daha kutsal ve erdemli bir görevdir.

Kuşkusuz ki bugün biz kitle iletişim araçlarının kutsiyetinden söz ederken, iletişim ve iletişimci özgürlüğü gibi kavramları kullanıyoruz. Medyanın denge ve denetim işlevi görme misyonuna dikkatleri çekiyoruz. Hatta modernleştirme aracı olarak üstlenebileceği görevlerini tartışıyoruz. Ancak hangi kavram ya da ne tür yaklaşımla ele alırsak alalım, bir biçimde, açık ya

da zımnı, sözü edilen bu iki kutsal misyonuna (sterilizasyon ve sekülerizasyonun yaygınlaştırılması, benimsetilmesi) atıf yapıyoruz. Bu kutsal işlevi yerine getirmesi için insanlara davranış kalıpları sunmasını; iyi ile kötü, doğru ile yanlış, yapılması gerekenle yapılmaması gerekeni anlatmasını ondan istiyoruz. İnsanlara sembolik şiddet (ABD’li Sosyal Bilimci Adward A. Ross’un dile getirdiği; gelenek ve mevzuat dışında, toplumun kendi kendinin denetimini gerçekleştirerek, toplumsallaştırıcı işlevler yüklediği bazı toplum içi denetim mekanizmalarına atfen kullanılan bu terimi biz, ölümü gösterip hastalığa razı etmek şeklinde anlayabiliriz) uygulanması ve onların ikna edilmesi işlemlerinin gerçekleştirilmesi işlevini de ondan bekliyoruz; tıpkı, modern dışı toplumlarda, mitolojik metinlerden istendiği ve beklendiği gibi.

4.2. Davranış kalıpları Sunan Mitolojik metinler

Diffüzyon ve nüfuzun en yoğun biçimde gerçekleşmesi için bütün mitolojik metinler kutsanmıştır. Hepsinde de mutlaka doğru, güzel, hayırlı ve yararlı davranış kalıpları sunulmakta, bunları sahiplenenler yüceltilmekte ve hatta kutsanmaktadır. Yanlış, çirkin, hayırsız ve zararlı davranış kalıplarının benimsenmesinin de bedelinin nasıl çok ağır bir biçimde ödendiği örneklenmekte; sadece bu tür davranışları benimseyenlerin değil, ağır bedeli herkesin ödediği vurgulanmakta, yani; iyiliği emretme, kötülükten sakındırma herkese kutsal bir görev olarak yüklenmektedir. Mitolojik metinler böylece, toplulukların hem mevzuatı hem geleneği hem de sembolik şiddet uygulayan toplumsal denetim mekanizması olarak devreye sokulmuş olmaktadır.

Birkaç örnek şöyle özetlenebilir:

Hindistan yaradılış mitolojinde insan karakterine göre farklılık arz eden dört çağ sıralanmaktadır. Büyük çağların Krita Yuga denilen birinci altın çağında insanlar, birer erdem ve ahlak abideleridir. Mutlu ve güzel bir yaşamları vardır ve hiçbirisi bencil değildir. İdeal ve mükemmel ahlakın simgesi dharma dört ayağının üzerinde dimdik durmakta, insanlar en yüksek erdem olan

tefekküre kendilerini adanmış biçimde yaşamakta, dharmaya sadakatin acıdan uzak nimetinin keyfini sürmektedirler. İkinci çağ Treta Yuga'da dharma'nın bir ayağının kaybolması bir parça düzensizlik getirmiştir. Erdem ve maneviyat hala egemendir ama bol nimet veren özel ağaçları bazı açgözlü insanlar özel mülkleri haline getirmek istediği için bu ağaçlar yok olmuştur. Doğal denge bu şekilde bozulması üzerine iklim değişmiş, bolluk azalmış ve insanlar geçimlerini temin edebilmek için daha çok çalışmak, barınmak için evler inşa etmek zorunda kalmışlardır. Bu da daha doyumsuz, kızgın, kanaatkar olmayan, mutsuz, açgözlü insanların sayısını arttırmıştır. Komşularının mülküne göz diken insan sayısı çoğalmış, güçlü olanlar daha çok yiyeceğe ve zenginliğe sahip olmak için zayıfların topraklarına el koymuş, birçok erkek başkalarının eşlerini almıştır. Maha Yuga'nın üçüncü çağı Dvaharda Yuga'dır. Dharma dört ayağından ikisini kaybetmiştir. Erdem ve ahlak yarı yarıya kaybolmuştur. Hastalık, acı ve ölüm kol gezmekte, aç güzlülük ve hırs sürekli artmaktadır. Savaşlar her yeri sarmıştır. Dharma dini telkinlerle kötülükleri önlemeye çalışmaktadır ama onu kimse dinlememektedir. Dördüncü Kali Yuga, savaşların ve karanlıkların çağıdır. Dharma'nın sadece tek bir ayağı kalmıştır. Bu çağda insanlar erdemlerine göre değil, para ve mallarına göre statü sahibi olmuşlardır. Sadece parası olanlar erdemli sanılmaktadır. Evlilik bağı sadece cinselliştir. Fuhuş ve sapkınlık almış başını gitmiştir. Her yanı terör sarmıştır, herkes açlık, yoksulluk ve ölüm korkusu içinde yaşamaktadır. Bu çağda bir tek yoksullar dürüst kalabilmiştir. Açgözlü krallar yüzünden iyiliksever bazı insanlar ıssız dağlara ve vadilere kaçmışlardır. Bu ahlaksızlık ve sefalet üzerine, erdemin kaynağı olan ve her şeye hayat veren baş tanrı Vişnu, Şiva Rudra'ya dönüşür ve her şeyi yok etmeye hazırlanır. Önce güneşin zararlı ışınlarının süzülmesine engel olur, sıcaklık tüm suyu buharlaştırır. Kuraklık, kıtlığa neden olur. Sonra karanlık bulutlarla güneşi kapatır ve yeryüzünü karanlığa boğar. Daha sonra korkunç bir tufana neden olur ve her yeri sel basar, gezegen okyanusa döner. Her şeyin yok olduğundan emin olan baş tanrı bir yumurtanın içinde okyanusta gezinirken, kurutucu bir rüzgar gönderip yaşamı yeniden var eder.

Başka bir öyküleme, Meksika mitlerinin birinde dile getirilmektedir: Toprakta yaratılan ilk dünyada insanlar uygunsuz davranınca jaguarlara yem edilirler. İkinci dünyada bilgelikten uzaklaşınca insanlar kasırga rüzgarlarıyla maymunlaştırılırlar. Üçüncü dünyada insanlar tanrılara kurban vermeyip saygısız davranınca deprem ve yanardağlarla yok edilirler. Dördüncü dünyada, açgözlülüğün cezası tufan olmuş ve insanlar balığa dönüştürülmüştür. Beşinci dünyada açgözlülük ve tanrı buyruklarına karşı gelmenin cezası köpekleşmektir. En sonunda daha önceki dört elementten toprak, hava, ateş ve sudan bir dünya yaratılır, tanrısal bir özveri gösteren, cesur ve yiğit Nanautzin güneşe yaşam verir ve insanlar onurlandırılmış bir yaşama böyle kavuşurlar.

Yunan yaradılış mitinde de aynı öyküleme bulunmaktadır: Altın ırk bolluk ve mutluluk içinde yaşayan erdemli insanların ırkıdır. Aç gözlü ve saldırgan değillerdir. Yemek, giyinmek ve barınmak için çalışmak zorunda kalmamışlardır. Gümüş ırk daha az erdemli olanlardır. Çocuk gibi yaşamışlar ve bilgelik elde edememişler, bencil ve saygısız davranışlar sergilemişlerdir. Onlar tarımla uğraşmışlardır. Bronz ırktan olanlar; kas güçlerine güvenmiş, hep savaşmışlardır. Kalplerinde merhamet olmamıştır. Demir ırk ise hep çalışmak zorunda olan, mal mülk düşkünü, aç gözlü insanların ırkıdır. Zeus insanlardaki bu yozlaşmayı, tebdil-i kıyafetle bizzat tecrübe edince, onlara tufan belasını musallat etmiştir.

Kısacası çoğu mit, yaradılıştan iyi-kötü karakterleri işlemekte, kötüler yüzünden tüm bir neslin yok edilmesini öykülemekte ve bu yolla müntesipleri üzerinde bir tür sembolik şiddet uygulamaktadır. Kuşkusuz ki doğrudan iyi ve kötü huyları sıralayan sayısız mit de bulunmaktadır. Örneğin Enuma Eliş'te tanrıça Tiamat iyi ve hoşgörülü iken gücünü kaybeder ve şeytanlara hayat verir. İyiliği insanlara Marduk getirir. Tanrıça İştar'da kötü huylar, Gılgamış'ta da iyilik öne çıkar. Ramayana'da sayısız fitneliklerin fesatlıkların örnekleri sergilenir ve buna karşılık Rama'nın tüm dünyevi zevki, makamı terk ederek münzevi yaşamaya çekilmesi ve sergilediği erdemli davranışlar yüceltilir. Ramayana bu

bağlamda Hintliler için, erdemli davranış kalıplarının simgesidir. Yunan, Japon ve Çin mitolojilerinde tanrılar da insanlar gibi zaaf lar ortaya koyarlar ve zavallılıkları ölümlüler için “kıssa”dan “hisse”ler içerir. İsveç mitlerinden birinde yüzüğün açığa çıkarıldığı kin ve ihtiras öykülenir, erdemlilik timsali Balder’in şeytan tanrı Loki’ye karşı mücadeleleri işlenir. Hatta kimi zaman büyük sevgilerin nasıl nefretlere yol açtığı ibretle öykülenir.

Mitlerde çokça işlenen bir diğer ibretlik olay ensest ilişkilerdir. Tanrılar nezdindeki bu tür menfur ilişkilerin yol açtığı kötülükler anlatılır. Eskimo mitlerinde daha somut olarak tembel erkeğe aldan an saf ve temiz kızların başına gelenler öykülenir.

Bunun dışında, topluma karşı sorumluluklar işlenmekte, kişisel kaprise dayalı davranışların yarattığı huzursuzluklar anlatılmaktadır. Benzeri birçok davranış kalıpları ile hemen her mit, mutlaka bir norm sunmaktadır. İyiliğin yollarını göstermekte, kötülük apaçık kılınarak ondan sakınma öğütlenmektedir.

Kısacası mitoloji, satırlara sığmayacak zenginlikteki bir içerikle; haramla helali, emirle yasağı, doğruyla eğriyi, iyiyle kötüyü kodlamakta; toplumsal yaşamın nasıl tanzim edileceğini göstermekte; mükemmel birey prototipleri sunarak, sayısız davranış kalıbı örnekleri sunmaktadır.

5. Psikolojik Tatmin, Eğlence ve Boş Zamanları Değerlendirme Aracı Medya

Medyanın bir diğer işlevi bilindiği gibi psikolojik tatmin aracı olarak kullanılmasıdır. Özellikle kullanımlar doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ortaya konulan birçok ürün; medyanın insanları değil insanların medyayı kullandığı, bireylerin birtakım psikolojik ihtiyaçlarını medyadan karşıladıkları, medyatik ürünleri tüketerek tatmin elde ettikleri için insanların medyaya bağımlı hale geldiklerini ileri sürmektedir. Kurama göre insanlar, psikolojik tatmin amacıyla medyayı izlemektedirler. Medyatik ürünlerin tüketicileri ilk olarak eğlence programlarını izleyerek

duygusal rahatlık ve gündelik gerginliklerden arınma hazzı elde etmektedirler. İkincisi ona uygun programlar (genellikle drama) izleyerek; kişisel ilişkilerini geliştirme, dost arkadaş edinme ve yalnızlığını giderme yollarını medyadan öğrenmekte ya da bazı özdeşlikler kurarak, buna yönelik ihtiyaçlarını sanal olarak karşılamaktadırlar. Üçüncüsü izleyenler; başkalarını etkilemeyi ve onların görüş alanına girmeyi, prestij elde etmeyi, takdir-itibar görmeyi, estetik ve edebi beceriler kazanmayı, başarıya kendini motive etmeyi, medyayı kullanarak elde etmektedir. Nihayet insanlar, inandıklarının teyit edildiğini görmek, doğru yolda olduklarından emin olmak, kendisinin ve başkalarının kişiliğini çözümleyerek, kendini ve başkalarını konumlandırmak amaçlarıyla medya tüketicisi haline gelmektedirler. Medyatik ürünler ayrıca, başkalarıyla beraber etkinlikte bulunmuş olmak için de insanlar tarafından tüketilmekte, aynı işi birlikte yapıyor olmaktan insanlar psikolojik tatmin (maçı, diziyi, filmi v.s., yayına ilişkin değerlendirmeler yaparak birlikte izlemek veya aynı programı izlemiş olmayı ortak payda olarak daha sonra kullanmak) sağlamaktadırlar.

Kısacası medyatik ürünler, bireylerin psikolojik tatmin aracı olarak da işlev görmektedir, onları eğlendirmekte ve medya kullanımı, boş zaman aktivitelerinin başında gelmektedir. Zira bu ürünler hem grup olarak hem de tek başına tüketilebilmekte ve her iki halde de tatmin sağlamaktadır.

Mitolojik metinler modern dışı toplumlar için de benzer tatminler sağlamaktadır. Nitekim **Campbell** (1992)'in çalışmaları özellikle bu konuya odaklanmaktadır.

Bu konuya ilişkin birçok örnek bulunmakla birlikte, birkaçı özetle şöyledir:

Mali mitos'unun kahramanı Sunjata müthiş bir büyü yeteneğine sahiptir. Herkesin korkulu rüyası olan canavarları öldürür. Halkını bütün kötü güçlerden korur ve krallığını, müthiş savaşçılık yetenekleriyle her geçen gün daha güçlü hale getirir. İngiliz Beowulf mitosunda da aynı tema vardır. Bugünün bilim

kurgularında görüldüğü gibi kahraman, mucizevi silahlarla ve mucizevi savaş teknikleriyle yenilmesi imkansız gibi görünen canavarları yener. Gilgamiş’da da aynı öyküler yer almaktadır. Yanı sıra Gilgamiş, oldukça güçlü betimlerin yer aldığı edebi bir metindir. Örneğin İhtar’ı ret ederken şöyle seslenir:

“...sen soğukta dışarı çıkan bir tepsi kızgın kor gibisin. Sen, bir fırtınanın patlamalarını önleyemeyen arka kapı gibisin. Sen, içindeki kralı ezen bir saray gibisin. Sen başı örtmeyen bir başlık gibisin. Sen, üstündeki örtüyü silkip atan bir fil gibisin. Sen, elini süreni siyaha boyayan zift gibisin. Sen, taşıyanı ıslatan su tulumu gibisin. Sen, taş duvardan düşen bir kireç taşı gibisin. Sen, giyenin ayağını ağrıtan bir ayak-kabı gibisin”.

İsveç mitosi Volsung Sigurd’un, Yüzüklerin Efendisi sinema filmine olduğu gibi, başka birçok mit, günümüzdeki çoğu sanatsal esere esin kaynağı olmuştur. Freud’un psikolojik analizlerinde kullandığı kavramların pek çoğu da bilindiği gibi mitlerden alınmıştır. Özellikle Kızılderili mitoslarında sıkça rastladığımız, “büyülü tüy” ya da başka kimi metinlerdeki uğurlu sayı, kutsanmış, tütsülenmiş eşyalar ya da büyü nesneleri gibi unsurlar, kahramana, potansiyelinin üzerinde güç veren, onu tetikleyen ve mucizeler yaratmasına yol açan psikolojik motivasyon araçlarıdır.

Kısacası mitos, müntesipleri için diğer birçok işlevlerinin yanı sıra hem bir eğlence hem psikolojik tatmin aracı olma işlevi görmektedir ve onun boş vakitlerinin başta gelen aktivitesi olma özelliği arz etmektedir.

BÖLÜM ÖZETİ

Temsiliyet Mekanizması, bireylerin iletişim yetenekleri sayesinde epistemolojik bir gerçeklik olarak var edilmektedir ve onun dolayısıyla topluluk içi ile toplumsal unsurlar arasındaki etkileşim ve iletişim düzenlenmektedir. Cemaatler, camialar ve cemiyetler bu yolla teşekkül ettirilmektedir.

Modern toplumların belirli bir takım medyatik mekanizmalar aracılığı ile teşekkül ettirildiklerini anlayabildiğimize göre, modern dışı toplumsal varlıkların tezahüründe de bazı medyatik mekanizmalar, bu işlevleri yerine getirmiş olmalıdır. İlk insan topluluklarının tezahürüne, topluluk unsurlar arasındaki etkileşim ve iletişimin düzenlenmesine, topluluğun bu yolla var edilmesine ve topluluk unsurlarının birbirlerini inşa etmesine aracılık eden medyatik mekanizmanın mitolojik metinler olduğu iddia edilebilir.

Mitolojik metinler, doğaüstü varlıkların eylemlerini öyküleştirilen kutsal metinlerdir. Bununla birlikte doğrudan insan varlıkları ile ilgilidir. İnsanların yaradılışı, insan davranışları, kurumlar, yaptırımlar, doğal olaylar, bilgi kaynakları ve buha benzer, insan yaşamını doğrudan ilgilendiren her şeyle ilgilidir. Kısacası her bir insan için prototip sunan metinlerdir ve kabile üyesi insanların yaşamının hem dayanakları hem meşrulaştırıcısı hem de düzenleyicisi kaynak olma özelliğine sahiptir.

Günümüz mass medyası gibi, mitolojik metinlerin işlevlerinden ilki, bilgi kaynağı olarak kullanılmalarıdır. Mitolojik metinler; insan varlıklarının nasıl var olduklarına dair bilgiler sunmaktan; silah kullanma, barınak yapma, yemek hazırlama, giysi dikmeye kadar, gündelik yaşamın hemen her alanı ile ilgili bilgiler sunmakta, beceriler kazandırmaya çalışmaktadır. Mitolojik metinler, somut olay ve nesnelere ilişkin bilgiler vermenin yanı sıra soyut kavram, ilişki ve yaşam pratikleri gibi konularda da insanları bilgi ile donatmaya çalışmaktadır.

Mitolojik metinlerin üstlendiği, günümüz mass medya işlevlerine benzeyen ikinci işlev, meşruiyet aracı görevi ifa etmeleridir. Modern ya da modernite dışı toplumlarda medyatik mekanizmalar, toplumsallaştırma aracı olarak çeşitli roller üstlenmişlerdir. Toplumsallaştırma süreci aynı zamanda, çeşitli kanallarla, toplumsal tercih ve değerlerin bireyler nezdinde meşruiyet kazandırılması sürecidir. Günümüz mass medyasının bu işlevi ifa etmesinden çok daha kesif bir biçimde, ilkel toplumda bu işlev, mitolojik metinler tarafından ifa edilmiştir. Communicative anlamlarla kurulan cemaat, camia ve cemiyetler; mensubiyet tesis etme ve kendi iç düzen ile ahenklerini korumaya yönelik olarak zaman zaman ideolojik formatlamalar gerçekleştirmek zorundadırlar. Medyatik mekanizmalar ideolojik formatlama dediğimiz bu amaca yönelik olarak da kullanılmaktadır. Bugünün modern toplumlarında, diğer aygıtlarla birlikte mass medya da ideolojik formatlama aracı olarak kullanılmaktadır. İkel topluluklarda da mitolojik metinler ideolojik formatlama amacına yönelik olarak işlevler ifa etmişlerdir.

Mass Medya ile Mitolojik metinler arasındaki üçüncü benzer işlev, her ikisinin de müntesiplerine davranış kalıpları sunmasıdır. Sunulan davranışlara rıza, sunum aracı kutsanarak temin edilmiştir. Modern dönemlerde mass medyanın kutsanması, pastörizasyon ve sekülerizasyon enstrümanları ile tesis edilmiştir. Doğaüstü bir varlığı konu alan mitolojik metinler genellikle bu sayede kutsanmıştır. Doğaüstü bir varlığın bizzat icra ettiği örnek davranışlar, belirli birtakım 'kıssa'lar ile öykülenmiş ve bu kıssa'lardan çıkartılan hisse olarak, topluluk mensuplarına vaaz edilmiştir. Böylece mitolojik metinlerdeki "mükemmel varlık tasarımı", kabile üyelerine 'prototip insan' olarak sunulmuştur.

Günümüzün mass medyası gibi mitolojik metinler de dördüncü olarak, kabile üyelerine psikolojik tatmin amaçlı mesajlar vermekte, onların boş zamanlarını değerlendirmelerine yönelik çeşitli toplumsal törenler öğütlemektedir.

BU BÖLÜMDE CEVABI SUNULAN SORULAR

1. Mitolojik metinlerin yapısı ve işlevleri ile ilgili bilgi veriniz?
2. Medyanın bilgilendirme işlevleri ile mitolojik metinlerin bilgilendirme işlevlerini karşılıklı olarak değerlendiriniz?
3. Mitolojik metinlerin insanlara sunduğu gündelik yaşama ilişkin pratik bilgilerden örnekler veriniz?
4. Mass medya nasıl bir sosyalleştirme aracıdır ve meşrulaştırma aracı olarak ne tür işlevler ifa etmektedir?
5. Mitolojik metinlerle mass medyanın meşrulaştırma işlevlerini tartışınız?
6. Mitolojik metinlerin meşruiyet kazandırdığı toplumsal ilişki biçimlerine örnekler veriniz?
7. Davranış kalıpları sunan medyanın inandırıcılığı modern dönemlerde nasıl kutsanmıştır?
8. Pastörizasyon nasıl bir kutsama aracıdır?
9. Sekülerizasyon nasıl bir kutsama aracıdır?
10. Mükemmel bir doğa üstü varlık aracılığı ile, kabile üyelerine mitolojik metinler tarafından sunulan prototip davranışlara örnek veriniz?
11. Mass medya nasıl bir psikolojik tatmin aracıdır.
12. Mitolojik metinlerdeki psikolojik tatmin amaçlı mesajlardan birkaç örnek veriniz?
13. Mitolojik metinlerin vaaz ettiği boş zaman aktivitelere ilişkin örnekler nelerdir?

KAYNAKÇA

- ANDERSEN, Benedict, (1993), **Hayali Cemaatler**, (Çev. İ. Savaşır), Metis yay. İstanbul
- AZİZ, Aysel (1975), **Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi**, TODAİE, Ankara
- BALLE, Francais, (1984), **Medias et Societe**, Editions Montchrestien, Paris
- BALLE, Francais et Jean G. PODIOLEGO (1973), **Sociologie de L'information**, Librairie Larousse, Paris
- BENEDİCT, Ruth (1999), **Kültür Örüntüleri** (Çev.: M.Topal), İkinci Baskı, Öteki yay., Ankara
- BOCK, Philip K. (2001), **İnsan Davranışlarının Kültürel Temelleri**, (Çev. S. Altuntek), İmge yay. Ankara
- CAMPBELL, Joseph (1992), **İlkel Mitoloji. Tanrının Maskeleri**, (Çev. K. Emiroğlu), İmge Kitapevi, İstanbul
- CAZENUVE, Jean (1965), **Sociologie de la Radio – Television**, PUF, Paris
- CHALLAYE, Felicien (1997), **Japon Efsaneleri**, (Çev. E. Canberk), Okyanus y. İstanbul
- CURRAN, James- Michael Gurevitch- Janet Woollacoff (ed), (1979), **Mass Communication and Society**, Edward Arnold
- ÇORUHLU, Yaşar (1999), **Türk Mitolojisinin ABC'si**, Kabalıcı y. İstanbul
- ELİADE, Mircea, (2001), **Mitlerin Özellikleri**, (Çev. S. Rifat), 2. Baskı, Om yay. İstanbul
- ESCARBİT, Robert, (1976), **Teorie Generale de Linformation et de la Communication**, Librairie Hachette
- FREYER, Hans, (1964), **Din Sosyolojisi**, (Çev. T. Kalpsüz), A Ü. İ.F. yay. Ankara

- FREUD, Sigmund, (1996), **Totem ve Tabu**, (Çev. K. Sel), İkinci Basım, Sosyal yay. İstanbul
- McGARRY, K.J. (1972), **Mass Communicaton**, Clive Bingle, London
- GELNER, Ernest, (1992), **Uluslar ve Ulusçuluk**, (Çev: Beher- Özdoğan), İnsan yay., İstanbul
- GUMİLEV, L. N. (2001), **Kavimlerin Türeyişi ve Yeryüzü Üzerindeki Yaşam Bölgeleri**, (Çev. N. Eyüpoğlu), Ötüken yay. İstanbul
- HAMILTON, Edith (2000), **Mitologya**, (Çev. Ü. Tamer), Onuncu Baskı, Varlık yay. İstanbul
- KLAPPER, Joseph T. (1960), **The Effects of Mass Communication**, The Free Pres of Glencoe
- KRAMER, Samuel Noah (1999), **Sümer Mitolojisi**, (Çev H. Koyukan) , Kabalıcı y. İstanbul
- KRİCKEBERG, Walter, (1998), **Asteklerin ve Mayaların Dinleri**, (Çev. A. Kırım), Okyanus yay. İstanbul
- KRİCKEBERG, Walter, (2000), **İnka ve Maya Efsaneleri**, (Çev. A. Kırım), İkinci Baskı, Okyanus yay. Ankara
- MALİNOWSKI, Bronislaw, (1992) **Blimsel Bir Kültür Teorisi**, (Çev:S Özkal), Kabalıcı yay. İstanbul
- MALİNOWSKI, Bronislaw (1999) **İlkel Toplum**, (Çev. H. Portakal) 2. baskı, Öteki yay. Ankara
- MARRİOT, Alice ve K. Carol (1998), **Kızılderili Mitolojisi**, (Çev. Ü. Özönlü), Üçüncü Baskı. İmge yay. Ankara
- OSKAY, Ünsal, (1981), **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, AÜBYO, Ankara
- ÖZCAN, Mehmet Tevfik, (1998), **İlkel Toplumlarda Toplumsal Kontrol**, Özne yay. İstanbul
- PRITCHARD E., Edward (1998) **İlkelerde Din**, (Çev. H. Portakal), Öteki yay. Ankara

- McQUAIL, Denis, (1994), **Kitle İletişim Kuramı**, (Çev. A. H. YÜKSEL), Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir
- ROSENBERG, Donna, (2000), **Dünya Mitolojisi, Büyük Destan ve Söylenceler Antolojisi**, (Çev: K. Akten v.d.), 2. baskı, İmge Kitapevi, İstanbul
- SCHRAMM, Wilbur, (1963), **The Science of Human Communication**, Basic Books, Newyork
- SENNETT, Richard, (1981), **Otorite**, (Cev. K. Durand), Ayrıntı yay. İstanbul
- SEVERİN, Werner J., TANKARD James W. (1994), **İletişim Kuramları** (Çev. A. Bir-S. Sever), Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir
- SİNANOĞLU , Nüzhet Haşim (1999), **Grek ve Romen Mitolojisi**, İkinci Basım, Kaynak y. Ankara
- SMİTH, Anthony, D., (1994), **Milli Kimlik**, (Çev. B.S. Sener), İletişim yay. İstanbul
- STRAUSS LEVİ, Claude (1983), **Din ve Büyü**, (Çev. A. Güngören), Yol yay. İstanbul
- STRAUSS LEVİ, Claude (1984), **Yaban Düşünce**, (Çev: T. Yücel), Hürriyet Vakfı yay., İstanbul
- STRAUSS LEVİ, Claude 1986), **Mit ve Anlam**, (Çev. Ş. Süer-S. Erkanlı), Alan yay., İstanbul
- TEBER, Serol (1985), **İlkel Toplumların Değişimleri**, Say yay. İstanbul
- VERNANT, Jean Pierre (1996), **Eski Yunanda Söylen ve Toplum**, (Çev. M. Özcan), İmge yay. Ankara
- YU ,Chen, (2000), **Dunhuang Efsaneleri**, (Çev. N. Yener), Okyanus yay. İstanbul

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BİLGİNİN MET'ALAŞMASI

İnsanların en temel ve ayırt edici etkinlikleri, hiç kuşkusuz ki, bilgi alışverişidir ve bu alışverişin en az insanlık tarihi kadar eski olduğu rahatlıkla söylenebilir. İnsanlar sadece, kendi aralarında değil, kendilerinden sonrakiler ve öncekilerle de bilgi alışverişinde bulunmağa çaba sarf etmişlerdir. Mezarlara, tapınaklara, mağara duvarlarına yığınla mesaj bırakmışlardır. Dili, biçimi, içeriği ve tarzı farklı olsa da tüm bu etkinliklerin amacı, mesajını başkalarına ulaştırmak ve başkalarının mesajını elde etmektir.

Bilindiği gibi, günümüzde, bu temel insan etkinliği, hiçbir mekan ve zaman engeli tanımadan; her türlü tahdit ve barikat aşılaraq, olanca yoğunluğu ile sürdürülmektedir. Ancak çağımızdan önceki medyatik ilişkiler ile, çağımızdaki medyatik ilişkileri karakterize eden çok önemli ve can alıcı bir fark vardır: Bizden öncekiler medyatik ilişkiyi, bugünküler kadar güç elde etme aracı olarak düşünmemişlerdir. İnsanlık tarihi boyunca medyatik ilişkiler, en doğal ve en hayati etkinlik olarak her zaman önemini korumuştur. Ama insanlık tarihi boyunca medyatik ilişki; güç veya egemenlik elde etme, güç veya egemenliği muhafaza ve müdafaa etme aracı olarak, çağımızda olduğu kadar kullanılmamıştır.

“Communication” kavramı bize, bilgi alışverişinde ortaklaşma şartını getirmektedir. Bir eylem veya etki ya da hareket, karşı eylem veya etki ya da hareketi doğurmakta; bu ilişki, eylem veya etki-hareket sahiplerini ortak bir paydada buluşturmaktadır. Bu doğruysa, nasıl oluyor da iletişim yeteneğimizin bir artefact'ı olan medyatik ilişkiler, günümüzde olduğu kadar, egemenlik, tahakküm ve saltanat aracı haline gelmiş oluyor?

1. İlkel Topumlarda Medyatik İlişkilerin Mahiyeti

Güney Amerika ve diğer bazı bölgelerdeki yerli topluluklar üzerinde yapılan incelemelerde, kabile şeflerinin ayırt edici dört özelliğe sahip oldukları gözlenmiştir. Bu özellikler, profesyonel arabuluculuk, cömertlik, çok karıllık ve iyi bir hatip olmasıdır (**Clastres**, 1991:33) “Hatiplik siyasal iktidar için hem bir ön koşul hem de araçtır. Pek çok yerli kabilesinde şef, tan vakti ya da günbatımında eğitici bir konuşmayla topluluğunu ödüllendirir (a.y.30). Kabile şefine siyasal iktidarı bahşeden bu özellik, beklenenin tam tersine, siyasal tahakküm sağlamaz. Aksine, kabile şefinin iyi hatip olması, bu iktidarın tahakküm - saltanat aracı olarak kullanılmasını önleyen bir mekanizmadır. Özellikle Güney Amerika’da yaşayan yerli kabilelerde, iyi bir hatip olma, şef açısından bir “hak - ayrıcalık” olarak değil, bir görev olarak görülmektedir. Şef gür bir sesle düzgün, etkileyici konuşmalar yapmak zorundadır. Ama şef iyi bir hatip olduğu için kabile üyeleri ona saygı duymak, onu sessizce dinlemek zorunda değildir. Zaten “şef söyledikleri dinlensin diye konuşmaz” ve “şefin konuşma yükümlülüğüne karşılık, seslendiği kişilerin dinlemiyor muş gibi yapma yükümlülükleri” vardır.

*“Öyleyse konuşmanın anlamı nedir? Kabile şefi neden özellikle hiçbir şey söylememek için konuşur? İktidarın görünüşteki kaynağından yükselen bu boş sözler ilkel toplumdaki hangi ihtiyacı karşılamaktadır? Şefin söylevi boştur, çünkü iktidarın söylevi değildir. Şef sözden yoksun bırakılmıştır. Çünkü iktidardan da yoksundur. İlkel toplumda, devletsiz toplumda iktidar şefin elinde değildir. Dolayısıyla onun sözü, iktidarın, otoritenin, emredenin sözü olamaz. Emir vermek, hiçbir zaman şefin yapabileceği bir şey değildir, bu yüzden de sözleri ciddiye alınmaz. Görevini unutup emir vermeye kalkan şefin buyruğuna uyulmayacağı gibi bir süre sonra şefliği de tanınmayacaktır (**Clastres**, 1991 127).*

Başlı başına örnek kabul etmek güç ama görünen o ki, toplumlar ya da topluluklar, bilginin fonksiyonunu, sınır ve alanını, ona yükledikleri anlamla belirleyebilmişlerdir. Demek ki top-

lumun değişen seyri içinde bilginin kazandığı anlam, onun alan ve fonksiyonunu da yansıtmaktadır. Bu vurgulamadan hemen sonra yönelteceğimiz soru şu olacaktır: Toplum, iktidar sahibinin bilgi sahibi olmasını bir “görev” kabul ederken nasıl oldu da bu görev “hak” addedilmeye başlandı? Daha açık bir deyişle bilgi (iletişim yeteneğinin hammaddesi olması hasebiyle bilgi, bu yeteneği işlevsel kılmaktadır. Onun epistemolojik bir eseri olan medyatik mekanizma, medyatik ilişkilerin yürütüldüğü ve düzenlendiği bir aygıttır. Dolayısıyla bilgi aynı zamanda bu ilişkilerin içeriğini ve niteliğini tebarüz ettiren bir parametredir) siyasal iktidarın egemenlik alanını sınırlayan, kısıtlayan bir araç iken; nasıl oldu da, siyasal iktidarın egemenlik kurmasının ve egemenliğini sürdürmesinin aracı haline geldi?

Soru, kolay cevaplanabilecek kadar yalın görünmüyor. Gerçi erkeğin kadın üzerinde egemenlik kurarak, süreci başlattığına dair hatırı sayılır iddialar bulunmaktadır. Aynı şekilde, özel mülkiyetle birlikte egemenlik ilişkilerinin devreye girdiği de öteden beri söylenmektedir. Kuşkusuz ki bunların her ikisi de doğrudur. Buna yönelik mitolojik metinler (**Rosenberg**, 2000) de bulunmaktadır ve çoğu esere esin kaynağı olmuştur. Benzer metinler burada biraz daha farklı okunmaktadır. Zira, bize göre; özel mülkiyet konseptinin oluşması ve dışıl imgeye ilişkin değerlendirmelerin sadece, “kas gücü” değişkenine indirgenmesinin yetersiz kalacağı düşünülmektedir.

Yeryüzünü kaostan kurtarmak için; Gaia, Tartaros ve Eros isminde üç ölümsüz varolmuştur. Erkeğin cinsel iktidarına ihtiyaç duyan Ana Tanrıça Gaia gökyüzü tanrısı Uranos’u doğurmuş ve onunla evlenmiştir. Çiftin pek çok çocuklarından bir grubu Kyklop denilen ucube varlıklardır. Uranos cehennem zebanisi görüntüsündeki bu yaratıklardan hem tiksindir hem de yetişkin olduklarında kendisinin tahtına göz dikebileceklerini düşünerek onları küçükken karanlıklar ülkesine fırlatır atar. Gaia buna çok öfkelenir, üstelik de çocuklarını çok özlemektedir. Diğer çocuklarını, babalarına karşı kıskırtır. Sadece Kronos babasına karşı gelmeyi göze alır. Bir gün Uranos Gaia’nın kollarında uyurken

Kranos annesinin verdiği orakla babasını hadım eder ve onun iktidarını elinden alır ve yerine geçer. Annesine verdiği sözleri unuttur ve onun iktidara nüfuz etmesine engel olur ama bir kehanet yüzünden, çocuklarının bir gün kendisini tahtından edeceği kuşkusuna o da kapılır. Kendisini ve yakınlarını yenilmez silahlarla donatır ve doğan her çocuğunu bir lokmada yutar. Karısı Rhea buna çok üzülür. Kayınvalidesi Gaia'ya acısını dile getirir. İki kadın bir tuzak hazırlar. Rhea doğurduğu çocuğu Gaia'e verir. Kocasına da "bunu doğurdum" deyip bir kaya parçasını gösterir. İki kadın Zeus'u Girit'te özenle yetiştirirler, günü geldiğinde o da babasını yok eder, bir titan olan annesi ve büyük annesi de dahil tüm titanları tahtlarından indirir. Kendisini yegane iktidar sahibi ve en büyük tanrı ilan eder ve Olympos dağına yerleşerek imparatorluğunu kurar.

Paraparava balık avlarken Varaku isimli bir balık yakalar. Balık önce kaybolur, sonra güzel kadın olarak geri döner. Balık kılığına girmiş bu kadın, Paraparava'nın yaşamını güzelleştirsın diye tanrılar katından gelen bir tanrıçadır. Avcıdan kendisini eve götürmesini ister. Güzellik karşısında büyülenen avcı, köhne evine onu götürmekten utanır. Kadın ısrar eder ve onun kötü evinde kötü yemeklerini birlikte yerler. Ertesi gün Paraparava tekrar ava çıktığında, kadın ona sazlardan çok güzel bir ev yapıp, içini düzenler. Meyve, sebze, tohum ve köklerden mükemmel yemekler hazırlar ve onu akşam evde kapıda karşılar. Böylece tanrılar bir kadın aracılığı ile Paraparava'la kabilesine güzel yaşamını ve medeniyeti öğretirler.

Tanrıça İzanami ile Tanrı İzanagi kendilerine yurt edinmek için adayı araştırmaya çıkarlar. Geri döndüklerinde tanrıça, kocası konuşmadan "ben bugün genç ve yakışıklı bir erkek gördüm" der. Daha sonra sülüğe benzer iğrenç bir çocuk dünyaya getirir. Yaşlı tanrılara nedenini sorarlar ve "İzanami yararsız bir çocuk doğurdu, çünkü durması gereken yeri bilmiyor. Bir kadın ilk önce erkeğinin konuşmasına izin vermelidir. Kadın konuşursa, kötü şanstır" cevabını alırlar. Tekrar adaya dönerler, her şeye yeniden başlarlar, bu kez İzanagi "çok güzel ve genç bir kız gördüm" der ve sonra güzel çocukları dünyaya gelir.

Bu kıssalardan çıkartılabilecek hisseler: a) Kadın, zayıf bir varlıktır. En güçlü olduğunda bile erkek iktidarına ve dolayısıyla egemenliğine ihtiyaç duymaktadır. b) kadın duygusal bir varlıktır. Sonuçlarını hesap etmeden duygusal davranıp, kendisinin de zarar göreceği ve iktidar gücünü kaybedeceği çabalar içinde olabilir. Nitekim doğurduğu bir varlığa bu denli sahiplenmekle özel mülkiyet konseptini üretmiş, erkeğin de özel mülkiyet temayülünü körüklemiş ve hatta kendisinin de erkeğin özel mülkü haline dönüşmesine zemin hazırlamıştır. c) Kadın başıboş bırakıldığı takdirde, yanlış işler yapar. Bu yüzden her zaman erkeğinden bir adım geride olmalı ve mutlaka onun denetimi altında bulunmalıdır. Hatta kendisine güvenilirse, en beklenmedik anda ihanet edebilir ve en yakınlarının felaketine neden olabilir. d) Kadın fiziksel olarak zayıf olduğunu bildiği için, fitne – fesat - nifak yetilerini kullanmaya daha yatkındır. Bu uğurda baba ile oğlunu birbirine düşürmekten bile çekinmez. Erkek çocukların babalarının iktidarını kıskanmasını kadınlar tahrik ve istismar edebilir. Bu yüzden sürekli gözetim altında bulundurulmalıdır e) bütün bunlardan dolayı kadın erkeğin egemenliği altında olmalıdır ve f) evinde ev işleri ile uğraşmalıdır. Böyle olduğu takdirde erkeğini daha çok mutlu edecek, daha rahat bir yaşama insanların kavuşmasına vesile olacaktır.

Mitolojik metinlerde öykülenen bu kıssalara uygun muhtemel bir kurgulama yapalım: İlk olarak, diyelim ki, kabile üyeleri içinde bir kadın, kendisinin dünyaya getirdiği bir çocuğa özel bir ihtimam gösterebilir ve başka çocuklara karşı kendi çocuğunu korumaya başlasın. Oysa o güne kadar, her çocuk kabilenin ortak malıdır ve herkes kabilenin her çocuğuna aynı derecede eşit ve adil davranmaktadır. Benzeri bir sahiplenme olmamıştır. Bu sahiplenme diğer kadınlara da sirayet etsin. Bu durum; çocuğu sahiplenmeden bir elmayı, sazlığı, kürkü sahiplenmeye kadar yaygınlaşsın. Muhtemeldir ki bu süreç kabile üyeleri arasındaki komünial ilişkileri yıpratacak ve yeni bir özel mülkiyet konsepti yaratacaktır. Doğal olarak da bunun nedeni kadının çocuğuna bakmak üzere eve kapanmasıdır. İkinci olarak diyelim ki birlikte

bir ava çıkılsın. Av esnasında bir geyik yavrusuna rastlansın ve gruptaki bir kadın bu yavrunun avlanmasına izin vermesin, mağarada onu yetiştirmeye başlasın. Muhtemeldir ki kadın, evcil hayvan yetiştirmek üzere eve kapanma ve sosyal yaşamdan yalıtılmaya bizzat kendisi sebep olacaktır.

Her ne şekilde olursa olsun, belli ki; kadın zamanla, kabile içine yönelik roller yükümlenmiş, erkek ise kabile dışı işlevleri devralmış ve böylece bilgiye dayalı eşitsizliğin temelleri atılmıştır. Ava çıkan erkek; nerede av hayvanlarının olduğunu, nerede tehlikeli vahşi hayvanların bulunduğunu, hasım kabile üyelerinin nerelerde avlandığını bilen ve doğal olarak buna yönelik kuralların konulmasını sağlayan kişilerdir. Reis; yönetim ve savaş tekniklerine vukufiyeti, şaman; sihir, büyü ve sağaltım yetenekleri ile bilgiye dayalı bir ayrıcalığa sahiptir. Kabilenin erkekleri de doğal ve sosyal çevreye; ırmak, dere, ağaç, dağ, uçurum gibi ve başka bölgelerde yaşayan canlılara ilişkin bilgileri bizzat edinen gözlemci durumundadır ve kimi zaman bu birikimi ile kabilenin en kritik üyesi haline gelebilmektedir. Daha da önemlisi eğer bu kabile belirli bir bölgeye yerleşecekse ve tarımsal üretim yapmaya başlayacaksa, bu konudaki kılavuzlar da kabilenin erkek avcı üyeleri olacaktır. Dikkat edilirse bu oluşum içinde en düşük düzeyde ve en az yararlı bilgi sahibi olan kadınlardır ve üstelik denetim altında tutulmaları gereken onlardır.

2. Bilgiye Dayalı Eşitsizliklerin Yarattığı Egemenlik İlişkileri

Küçük yerleşim birimlerinin oluşmasıyla birlikte, daha fazla kural üretilmiş, sosyal kontrol mekanizmalarının daha bir yoğunlukla devreye sokulması gerekmiş, bunların üretilmesi ve işletilmesi amacına yönelik olarak otorite adacıkları teşekkül etmiştir. Böylece, birim üyeleri arasında, bilgiye dayalı sosyal statü kendiliğinden oluşmuş, siyasi hiyerarşi de bilginin önemine uygun bir biçimde teşekkül etmeye başlamıştır. Yani bilgi egemenlik ilişkilerinin temel parametresi olma özelliğini kazandırmaya yüz tutmuştur. Sosyal katmanlaşma zaman içinde; tanrı-kral ya da

yarı tanrı kral, ruhban sınıf, belirli bir zaman sonra asker – savaşçı - aristokrat sınıf ve nihayet; çiftçiler olarak, üç katman halinde kökleşmiştir.

Bu tabakalaşmayı tayin ve tespit eden bilgiye dayalı eşitsizliktir. Zaman içinde toplumsal hiyerarşiyi var eden, statüyü pekiştirip yerleştiren, bilginin egemenlik aracı haline getirilmesidir. Zira sosyal roller, eril ve dişil imgelere uygun biçimde sınıflandırıldıkça, egemenlik ilişkilerinin nasıl oluşacağı ve geliştirileceği de belirlenmiş olmaktadır. Siyasal, sosyo - kültürel ve ekonomik güç bloku - tekeli bu şekilde üretilmiş olmasına rağmen, bu güçlü blokun sütunlarını birer ikişer çökerten, gene bilgidir ve tek tanrılı dinlerin tarihi bu konuya ışık tutar gibi görünmektedir.

Tarımsal üretimde bulunan, özellikle Mezopotamya kent devletleri için güvenlik çok önemliydi. Göçebe kabileler sık sık akınlar düzenliyor, yağmalarda bulunuyorlardı. Köylünün malını canını güvence altına alması için de tanrılara, dolayısıyla rahiplere ihtiyaç vardı. Tapınakların çoğu, tahıl ambarı gibi de işlev görüyordu. Hatta tescil sistemi ve muhasebe işlemlerinin temeli bu şekilde atılmış ve dolayısıyla ruhban sınıfının bilgiye dayalı otoritesi pekişmişti ve artık bürokratik bir mekanizmanın teknik bilgiye dayalı egemenlik alanı da bir taraftan inşa edilmeye başlanmıştı (**McNell**, 2001: 100-102). İlk askeri teknolojilerden birisi olan savaş arabalarının geliştirilmesiyle yeni bir sınıfın da temelleri (**McNell**, 2001:84-86) atılmıştır. Göçebe ve akıncı kabilelerle başa çıkamayan ruhban sınıf, onlarla işbirliğine gitmiş ve böylece; savaşma tekniğini, savaş kahramanlığını, kılıç asaletini ayrıcalıklı vasıf olarak sunan yeni bir aristokratik kadronun doğmasına yol açmıştır. Bu da çiftçi üzerindeki egemen güçlerin katmerleşmesi anlamına gelmiştir. Ama aynı zamanda da, çiftçi kitlelerinin hayal kırıklığına neden olmuştur. Zira kuşaklar boyu, rahipler tarafından “barbar, vahşi” olarak sunulan, yok edilmesi gerektiği telkin edilen kişiler, yönetici olarak karşılırlarına çıkartılmıştır. Doğal olarak bu gelişmeler, mevcut düzene olan güveni sarsmıştır. En alt tabakalarda yer alanlar asırlar boyu kendilerine telkin edilen bilgilere güvenlerini kaybetmişler ve bu hayal

kırıklığı, tek tanrılı dinleri cazibe merkezi haline getirmiştir. Zira tek tanrılı dinlerin hemen hepsi, şu veya bu biçimde, müstekbir - müstez’af sınıflandırması yaparak, mevcut düzeni sorgulamış, müstez’afların müstekbirlere karşı isyanını meşrulaştıracak telkinlerde bulunmuş ve hatta onları örgütlemiştir. İbrahim, Musa, İsa, Muhammed; resul kimliği taşıyan birçok peygamber; kurulu düzene karşı bir söylem sunarak inançlarını yaymaya çalışmışlardır (**McNeill** 2001:105-115). Dolayısıyla tek tanrılı dinlerin ilki olan Yahudilik, diğer tek tanrılı dinlerin hepsi gibi, çok açık bir biçimde, politeizme karşıdır ve aslında “tevhid” (teslis inancını, Hıristiyanlıktan farklı bir şekle sokularak, ortaçağa özgü kılınmış bir inanç sistemi olarak yorumlamak gerekir) söylemi, statükonun meşrulaştırdığı ve koruduğu iktidar erklerine karşı ortaya atılmış, çok daha rasyonel ve nüfuz edici argümanlar sistemidir. Örneğin “Yehova, her zaman halkından, tüm rakiplerini reddederek kendisine karşı başka tanrılarla bölüşemeyeceği tam bir bağlılık göstermelerini isteyen kıskanç bir tanrı olmuştur” (**McNeill** 2001: 112). Tarihin bu en büyük ve en güçlü kent devletlerinin, güçlerini pekiştiren bilgi olduğu gibi paradoksal bir biçimde, güçlerini yok eden de bilgidir. Sözelimi, alfabetik bilgiyi rahipler, müntesiplerini kendilerine daha bağımlı ve sadık hale getirmek için kullanırken, “kitle iletişim arac”ına dönüşen “... alfabetik yazı, sıradan kişilere okuryazarlığın başlangıç ilkelerini öğrenme olanağı vererek öğrenimi demokratikleştir”miş, bilgiyi rahiplerin tekelinden çıkartmış” (**McNeill** 2001:104) ve kurulu düzeni sorgulamanın aracı haline getirmiştir. Gene kutsal metinlerde yer alan Yusuf kıssası, sıradan bir kişinin rüya kanalıyla elde ettiği belirtilen bilgi sayesinde, Firavun’un en gözde bürokrati olmasını ve Firavun’un kurduğu “müstekbir” düzenini yıkmaya fırsatını bu yolla yakalamasını öykülemektedir.

Sadece değinmekle yetinelim: Gene tek tanrılı bazı dinler, tevhid ve cihan şümül üst söylemleriyle; (a)insanlar arasındaki kültürel, coğrafi, etnik v.b. farklılıkları ümmet ortak paydasına indirgeyip, o potada eriterek, (b)politeizm gibi, toplum içindeki çoğulculuğu besleyen söylemleri ret ederek, (c)kul ya da

ümnet bilinci geliştirerek, (d)çok farklı coğrafi ve sosyo-kültürel alanlarda yeknesaklık tesis etmeye çalışarak ve e) yeryüzündeki bütün insan ve hatta canlı varlıklara tebliği kutsayarak; kent devletlerinden çok daha büyük ve geniş, hatta kıtalararası düzeyde kurulan imparatorluklarda siyasal düzen ve sadakati temin etmeye, siyasal işleyişi meşrulaştırmaya çalışmaktadırlar. Yani, tevhidi ve cihan şümul bir üst söylem öngörerek, çok geniş sınırlara sahip imparatorlukların siyasal düzenlerini meşrulaştırmaya ve siyasal güçlerini yerleştirip pekiştirmeye yönelik argümanlar ortaya koymaktadırlar. Sonuçta bu üst anlatı ve argümanlar da, başka birtakım siyasal elit grubunun egemenliğini kuran, geliştiren ve pekiştiren bilgiler olma özelliği kazanmaktadır; ta ki, başka birtakım bilgi sistemleriyle geçersiz hale getirilinceye kadar.

Kısacası artık bilgi, çift taraflı işleyen bir işlev görmektedir. İktidar sahiplerinin iktidarlarını kurması, geliştirmesi ve pekiştirmesine aracılık ettiği gibi; aynı zamanda da, hatta bizzat iktidar sahiplerinin tasarrufları sonucunda ve paradoksal biçimde, iktidar odaklarını dengeleyen, denetleyen, sınırlandıran ve hatta iktidar odaklarını dağıtıp yok eden işlevler ifa etmektedir.

Ortaçağ Avrupa'sından günümüze kadar yaşanan siyasal, ekonomik ve düşünsel kimi değişimler; hem sorduğumuz soruya biraz daha net cevap teşkil edecek hem de iddiamızı biraz daha somutlaştıracaktır.

3. Modern Toplumun Teşekkülü ve Bugünkü Mass Medyanın Tebarüz Etmesi

2. ve 3. yüzyıllar arasında Roma İmparatorluğu zayıflamış, ekonomik ve sosyal çöküntüye uğramıştır. Köleler azad edilerek büyük toprak sahiplerinin emrine verilmiş, tarımsal üretimde kullanılmaya başlanmıştır. Böylece, kurulan serf sistemi, feodalizmi ortaya çıkarmıştır. Ortaçağ feodalizminde büyük çiftliklere "latifrendia" çiftliğin sahiplerine "derebey", çiftlikte çalışan serflere de "colo patriari" deniliyordu. Serflerin can güvenliğini, sahip oldukları şatolar ve askeri güçleri ile derebeyler garanti edi-

yorlar, serfler de sahipleri için tarımsal üretimde bulunuyorlardı. Merkezi otorite boşluğu, hatta yokluğu, hırsızlık ve eşkıyalığın yaygınlaşmasına neden olmuş, can ve mal güvenliğini yitiren küçük ticari işletme ve küçük toprak sahipleri de çareyi bir “derebey” veya “senyör”e sığınmakta bulmuşlardır. Yokluk, sefalet içinde yaşayan “çoğunluk” ile, lüks ve debdebe içinde yaşayan “mutlu azınlık”ın oluşturduğu bu sosyal yapı, mobilitayı engelleyen, statik, örf ve adetler, ritüeller, hatta hukuki yaptırımlarla tahkim edilmiştir. Bu sosyal tabakaların en üstünde kral ve ailesi bulunmaktadır. Hanedandan sonra, irsi olarak sülaleye intikal eden asker aristokratlar vardır. Daha sonra ruhban sınıfı gelmektedir. Ancak ruhban sınıfı aynı zamanda, hem kilise imtiyazı ile geniş topraklara sahip olduğu, hem de dönemin zihniyetinin menşeyini teşkil ettiği için, bu yapının son derece mümtaz bir konumunda yer almıştır. Tüccar ve zanaatkar kesiminden sonra en geniş tabanı oluşturan, hür olan ve olmayan serflerdir. Bu tabakalar irsidir. Tabaka değiştirmek mümkün olmakla birlikte katı hukuki engellere tabidir. Mobilitenin önündeki en büyük engel, dinsel telkinlerdir. Bu inanç sisteminin yayılması için başlangıçta silahlı veya zorlamaya dayanan hiçbir hareket görülmemiştir. Roma İmparatorluğu’nun zayıflamasıyla birlikte, bu inanç sistemi, kısa bir sürede ve birdenbire Avrupa’nın dini olmuştur. Bu yayılmanın bir nedeni, dönemin sosyal yapı ve yaşamının dini telkinlerle meşrulaştırılmasıdır. **Ülgener’in** (1981a:12) deyişiyle “satıl üstüne sıralanan şekil ve madde yığını altında alabildiğine yaygın bir ruh ve zihniyet dünyası”nın bulunması ve o dönemlerin zihniyet dünyasını da dini telkinlerin oluşturmasıdır. Bu telkinler, her tabakadan Ortaçağ insanının sahip olduğu konumu veya içinde bulunduğu durumu meşrulaştırmış, haklılaştırmıştır.

“Formel-hukuki ilişkilerin sathından derinlere inildiği zaman, burada, engin bir duygu ve inanış dünyası ile karşılaşılır: Başta imtiyazlı sınıfın ağalık ve efendilik bilinci; ihtişam ve tahakküm hevesi; onların altında, geniş halk tabakalarının dar, statik hayat anlayışı; nihayet en altta asırlık telkinlerle boyun eğmeye alıştığımız köylü sınıfının tevekkül ve teslimiyeti... Esnafta: Topluluk ve dayanışma

duygusu; geleneksel iş ve sanat anlayışı vs. Bir yığın zihniyet ve davranış türü ki, içinde belirdikleri sosyal kalıpların varlığı kadar gerçek; onlar kadar hayatta ve belki onlardan fazla sebatlı” (Ülgener, 1981a:12).

Bu inanç sistemi, derli toplu bir ifadesini, 354 - 430 tarihler arasında yaşamış Saint Aureilius Augustinus’da bulmaktadır. Augustinus’a göre ilk insan günah işlemiş ve bir günahkar olarak cennetten yeryüzüne atılmıştır. Lanetli olarak dünyaya düşen bu ilk insan, günahlarını, kendisinden türeyen nesillere de aktarmıştır. Bu nedenle insanlar, yeryüzünde günahlarından arınmak için yaşamaktadır. Tanrının lütfuna kavuşmaları için, bu günden kurtulmaları gerekir. Bunun için de dünyevi her türlü zevkten kendilerini korumalıdır.

“ ... zengin korkular, endişeler içindedir, hoşnutsuzlukla kıvrılır, hasetle yanar, hiç güvenlik duymaz ve her zaman huzursuzdur, düşmanlarıyla sürekli çatışmaktan nefes nefese kalmıştır. Bu sıkıntılarla mal varlığını gerçekten büyük ölçüde arttırır, ama arttırmalarının yanı sıra da kendi başına en zorlu endişeleri yığar durur. Ama, öteki orta servetli adam, ailesi için pek aziz olan küçük sevimli bir yuvayla yetinip, yakın komşu ve dostlarıyla en tatlı bir barış içinde yaşar, dini bütün, huyu yumuşak, bedence sağlam, yaşamı sade, davranışları edepli, vicdanı müsterih olur. Bunlardan hangisini yeğleyeceğine tereddüt edecek kadar sersem biri çıkar mı, bilmem” (Augustinus, 1985,311).

Ona göre, yönetenlerin kötü insanlar olması, “en başta yönetenlerin kendilerine zararlıdır.” Çünkü, adil olmayan yöneticilerin adil kişilere karşı işledikleri kötülükler, suç cezası değil, erdem sınavıdır. Onun için iyi adam, köle olsa bile özgürdür. Ama kötü adam, hükümdarlık etse bile köledir; çok daha ağır, kendi kötülüklerinin sayısınca efendisi vardır ve onların kölesidir.

Böyle ifade edilmiş olan Ortaçağ inanç sistemi açlık, yoksulluk ve sefalet içinde yaşayan “serf”e bir tür “arınma” (catharsis*) sağlamaktadır. Bu “arınma” ile Ortaçağ insanı, bu dünyasını öte dünya ile ikame etmektedir. Bu dünyanın para, şan, şöhrat, egemenlik nimetleri, çok daha soyut öte dünya nimet-

leriyle ikame edilmekte; böylece, bu dünyanın sosyal zıtlıkları, sosyal çarpıklıkları, sosyal adaletsizlikleri mesele olmaktan çıkmaktadır. Hatta bu dünyada karşılaştığı yoksulluk, sefalet, işkence, zulüm, Augustinus'un dediği gibi birer "erdemlilik sınavı"dır. Öte dünya için elde edilmesi gereken "azık"lardır. Zaten, "fitri günah"tan kurtulmanın tek yolu da bu dünyada cefa çekmektir. Ortaçağ alt tabakası için, kendi tahayyülünü bile aşan bu güçlü "arınma" duygusu, yaşadığı sefaleti, yoksulluğu açıklamakta ve meşrulaştırmakta; daha doğrusu, kendi uhrevi ve dünyevi konumunu belirlemesine vesile olmakta, konumunu anlamlandırması için ona argümanlar vermektedir. **Ülgener** (özellikle 1981a)'ın eserlerinde sıkça dile getirdiği gibi; dönemin zihniyeti ve onu mesnet alan argümanlar; maddi tamahkarlığa, nefsi isteklere, gündelik ihtiraslara temayülü önlemekte; "gelecek kaygısından uzak, iç alemine çekilmiş, telaşsız ve rızkından emin bir insan" karakterini ideal form olarak göz önüne sermektedir.

Öte yandan "derebey" veya "senyör"ün yaşadığı hayat da kendisi için benzer bir tatmin ve anlam sağlamaktadır. O ağadır, efendidir. Sıradan insanlardan çok daha soylu ve seçkindir. Ulvi yönelimleri, estetik algı ve tercihleri, müstesna ruh ve fikir dünyaları vardır. Bu yüzden de seçkin insanlar, diğerlerine ege-men olmayı hak etmektedir. Onlardan daha iyi düşünebildiği, daha soylu bir yaşantısı olduğuna göre, belirli bir saltanatı olmalıdır. Bu saltanat için paraya, nam ve itibara ihtiyacı bulunmaktadır. Yoksa kar ve rantabilite peşinde koşmak amacıyla para kazanmak bir soyluya yakışmaz. Para sadece hacet gideren bir vasıttır. Dünyevi tüm zevkler ve mallar da bu saltanat için gerekli, saltanatın unsuru olan eşyalardır.

Bu duygularla yaşayan soylu için risk kaygısı olamazdı. Zaten şato ve konakları içinde her türlü nimete sahiptiler. Hiçbir zaman aç kalma ihtimali olmayan bir kişinin yarın için bir şeyler ayırmasını düşünmesi mümkün değildi. Onun sahip olduğu nimetler sadece, ona saltanat ve şöhret sağlayan araçlardı. Para, mal, mülk; şan ve şöhret, saltanatın sürdürülmesi için gerekliydi. Yani "derebey" "maddenin ve maddi hayatın icaplarının

dışında” “serf”ten daha fazla kalıyordu. Çünkü pek çok dünya nimeti “derebeyin” elinin altındaydı. S erf, nimetini istediği gibi bulamadığı için zühd içinde yaşıyordu. Oysa “derebey”, bu nimetleri istediği gibi kullanabileceği, onlardan sınırsızca yararlanabileceği halde zühd içinde yaşamayı tercih ediyordu. Bu inanç, onun yaşantısının zihin dünyasını teşkil eden, ona tatmin ve anlam sağlayan, nefes alıp verdiği zihniyet atmosferiydi.

Şehirde sürekli bir kargaşa içinde yaşayan esnaf, zanaatkar ve tüccar kesiminden oluşan orta tabaka, kendi aralarında örgütlenerek loncalar (collegium) kurmuşlardı. Loncalar görünüşte, tehdit altında bulunan orta tabakanın güç birliği etmesinden ibaret gibiydi. Oysa bu loncalar, toplu ve beraber çalışmak, iş rekabetinden uzak, cemaat bilinciyle ve bu bilinci öncelikli tutarak, aynı ortak iman, inanç çerçevesi içinde kalmak; meslektaşlarını kollamak, onlarla yardımlaşmak arzularının ortaya çıkardığı birliklerdi. Aynı meseleleri paylaşmak, yakın komşuluk ve ticari ilişkiler içinde olmak; bu birliklerin üyelerine tam bir cemaatleşme şuuru telkin ediyordu. Uzun zaman ve belki bir ömür boyunca bir arada yaşamak, toplu ve beraber çalışmak ve aynı imanı gütmek alışkanlığına, çevrenin şu veya bu ölçüde baskısı katılınca, o toplulukların her biri selameti büsbütün kendi içine çevrilmek ve kapanmakta arayacaktır. Bu içe kapanma, iktisadi tüm ilişkilerden bütünüyle kopuk, ama o ilişkileri bizzat belirleyen bir zihniyetin daha da güçlenmesine neden olacaktır. Hatta diğer iki tabakadan çok daha doyurucu ve fazladan dayanışmacı bir zihniyet atmosferi hasıl edecektir. Bu atmosferde solumak, cemaat üyeleri için, tüm maddi ve iktisadi ilişkilerin ötesinde, soyut tatmin ve anlam aşıl原因an bir kimliğin menşei anlamını ifade edecektir.

Bu denli sosyal tesanüt bağları içinde hayatına yön ve anlam veren bir topluluk; nasıl olmuş da, ticari yarış içindeki rakipler haline dönüşmüştür.

Yeni yerler, memleketler görmek; bir yığın garip olaylarla karşılaşmak; en heyecanlı maceraları yaşamak; orta sınıfı seya-

hat etmeye zorlayan motivasyonlardı. “Marco Polo”lar ticaret ve paraya sadece; daha esrarengiz ülkelere gidebilmek, daha unutulmaz anılar, maceralar yaşamak için ihtiyaç duyuyorlardı. Bu seyyahlar, ülkelerine döndüklerinde görecektir ki, bilgi ve görgüleri, zihniyet dünyaları, “efendi”lerininkilerden daha geniştir. Bir başka deyişle, artık, onların soylu değerleri, kendisinin sahip olduğu bilgi ve görüş, zihniyet alemini onlara temin etmemektedir. Demek ki, kendisini efendisinden ayrıcalıklı, hatta üstün kılan, gezip gördüğü yerlerde sahip olduğu bilgi, görgü ve fikirleridir.

Kuşkusuz ki, tek nedenin bu olduğu iddia edilemez ama, değişimin ilk motoru, bu türden zihni yönelimlerdir. İlk olarak; statik toplumsal yapıya ve Ortaçağ’ın skolastik değerlerine güvenin yıkılmasına yol açmıştır. Bir kez ikircik içine düşen insanlar, içinde yıllarca yaşadıkları değerler sistemine önce saygılarını, - çünkü, uyutulup, aldatıldıkları intibasına neden olacaktır- sonra bağlılıklarını yitirecekler ve sonunda bütünüyle isyan edeceklerdir. Diğer nedenlerle birlikte, orta kesimde tebarüz eden bu değişim, mevcut sistemi, aşağı yukarı üç asır (15-18) içinde yerle bir edecektir.

Bu oluşumun evrelerini de kısaca gözden geçirelim.

Üç yılda bir ekin değiştirme, yeni tahıllar, boyunduruk, nal-lama, kulaklı pulluk, demir tarım aletleri, su ve yel değirmenleri, 11. yy.’da kullanılmakta olan tarımsal tekniklerdir. Bu yüzyıldan itibaren, yeni teknikler kullanılarak yapılan üretimle, ciddi bir verim artışı sağlanmıştır. Refah nispeten artmış, yaşam düzeyi yükselmiştir. Buna paralel olarak yollar, köpüler yapılmaya başlanmış, ulaşım ve haberleşme arttıkça, ticari alışverişler de artmış, yeni teknikler yaygınlaşmıştır. Artık şatoların etrafında pazarlar kurulmakta ve çeşitli tarım ürünleri pazarlanmaktadır. Hatta yavaş yavaş pazar kurulan yerler yerleşim alanına dönüşmekte, “bourg” denilen kasabalar oluşmaya başlamaktadır. Ortaçağın bu son dönemlerinde, Ceneviz ve Venedik’te, Avrupa’nın büyük bir bölümünün ticaretine hakim tüccarlar bulunmaktadır.

Zengin Doğunun kıymetli malları buralardan dağılmakta, mallarla birlikte doğunun zenginlikleri de dilden dile dolaşmaktadır. Bir anlamda bu yayılma ve buna bağlı iletişim, (Haçlı Seferleri, ticari-sosyal ilişkiler, akıncı Türkler v.s.), statik ve atıl sosyal yapıyı sarsmaya başlamıştır. Diğer yandan da, Ortaçağ insanı, kendi dışındaki insanların varlığından haberdar olmuş; zenginlik ve fakirliğin tanrının belirlediği bir yasa olmadığını, insanların çok fakirken de bireysel çabalarıyla zengin olabileceklerinin, bunun için biraz “kafalarını kullanmaları” gerektiğinin, -o dönemlerde ortaya çıkan bazı örnekler bakarak- farkına varmaya başlamışlardır. Nitekim aynı dönemlerde zengin tüccarlar, krallara borç para vererek taht kavgalarında etkin olmaya bile başlamışlardır.

12. yy.’da Floransalı tüccarlar, Arte di Calimala adlı ticari bir birlik kurarak, bazı merkezlerde kurulan fuarlarla ilgili haberleri yaymaya başlamışlardır. 15. ve 16. yy.da pusula keşfedilmiş ve deniz ulaşımında büyük gelişmeler olmuştur. Haritalar yeniden düzenlenmiş, deniz ulaşımı ve deniz ticareti ile birlikte yeni topraklara ayak basılmış ve değerli madenler Avrupa’ya akmaya başlamıştır. 15. yy.’ın sonlarında Avrupa’daki altın ve gümüş para miktarı beş misli, fiyatlar da altı misli yükselmiştir. Fiyatların yükselmesi, rant geliri olan toprak sahiplerinin mevcut mallarının değerini düşürürken, üretim yapan atölyelerin ürünlerinin değerini yükseltmiştir. Borç alarak atölyelerini büyüten imalat sahipleri, bir yandan, enflasyon sayesinde, aldıkları borçtan nispi olarak kar etmişler, diğer yandan da, ürettikleri her malı daha yüksek fiyatlarla pazarlayabilmişlerdir. Böylece orta sınıf itibar sahibi olmaya başlarken, soylular ekonomik etkinliklerini yitirmeye başlamış, buna bağlı olarak da alt tabaka, geçimini sağlayamaz hale gelmiştir. Eskisi kadar çalışmasına rağmen geçimini sağlayamayan “serf” efendisine ve değerlerine olan güvenini yitirmeye başlamıştır. Kaldı ki, krala daha çok vergi veren, borç para veren, değerli hediyeler sunan para sahipleri de itibar ve iltimas sahibi olabilmektedir. Örneğin, 17.yy.da, Fransa’da, artık, “kılıç asaletliği”nin yanında “cüppe asaletliği” de ortaya çıkmıştır.

Bu dönemlerde asaletin satın alınabilmesi ve bazı tüccarların mali sıkıntı içindeki kiliselerin arazilerini satın alabilmesi, hem zihniyet hem de özel mülkiyet konseptinde oldukça köklü değişimlere neden olmuştur. Bir kere tanrının mülkünü ya da tanrı adına kullanılan mülkü, sahip olduğunuz meta ile elde edebilmemiz, bir bakıma tanrının sahip olduğu gücü ve iktidarı satın alabilmemiz demektir. Aynı zamanda bu şekilde elde edilen özel mülk ile özel bir alan tahsis edilebilmekte ve bu özel alana tanrı bile nüfuz edememektedir. İkincisi, asaletin satılık hale gelmesi, yerleşik değerlerin, hem üst hem de orta tabakaca hiçe sayılışı demektir. Artık para, “efendilik” için bir araç değil, gerektiğinde efendi olabilen bir meta’dır. Paraya sahip olan, refaha da, asalete de, itibara da kavuşabilmektedir. Aynı zamanda parası olan tanrının malını tanrıdan satın alabilmekte ve hatta tanrının bile nüfuz edemediği bir özel alanın sahibi olabilmektedir.

Demek ki para, tanrının mülküyle aristokratın asaletini satın alabilmektedir. Ancak, paraya sahip olmak için bireysel düşünmek, bireysel çalışmak ve bireysel olarak teşebbüste bulunmak gerekmektedir. Oysa lonca sistemi içinde bireysel zeka ve çabanın mükafatını görmek, hak edileni elde etmek mümkün değildir. Üstelik yalnızca kendisi para sahibi olduğu takdirde; tanrının mülkünü ve aristokratın asaletini satın alabilmekte; sosyal, siyasal, iktisadi prestij ve imtiyazlar elde edebilmektedir. Zekasını bu amaca teksif ettiği gibi, aynı prestij ve imtiyazlara başka kişilerin ulaşmasını engellemek amacıyla da onu kullanmasını başarmak zorundadır. Demek ki, hem iktisaden hem de sosyal konumu itibarıyla, ayrıcalıklı kişi sadece kendisi olmalıdır. Başarısını engelleyecek ne olursa olsun gözden kaçırmamalıdır. Bu amaçlar için azmini zorladığı kadar, zekasını da zorlamalıdır. Artık, alışlageldiği gibi yaşaması kendi bireysel varlığına, enerjisine, zekasına bir ihanettir. Başka bir ifadeyle;

“Kuşkusuz, Ortaçağ’da rekabet yok değildi ama feodal ekonomik sistem, yardımlaşma ilkesine dayanırdı ve rekabeti kısıtlayan kurallarla yürütülürdü. Kapitalizmin yükselmesiyle, bu Ortaçağ ilkeleri yerlerini zamanla bireysel girişimcilik ilkesine bıraktılar. Her birey şansını denemelidir,

ya yüzecek, ya batacaktır. Başkaları artık onunla ortak bir girişim içinde değildir, rakipleri olmuşlardır ve genellikle birey, başkalarını yok etmek ya da kendi yok olmak arasında bir seçim yapmak durumundadır” (Fromm, 1985-62) .

Ortaçağ soyluları, köy köy dolaşıp kilo kilo topladığı zahireyi pazarlarda satan tüccarları hep küçümsemiştir. Topraklarında ticaret yapabilmek için karşısında “el oğuşturana” tüccarın bir gün, kendisinin en amansız rakibi olacağını hayal bile edememişlerdir. Ama 17. yy.da tüccarlar, sahip oldukları parayla, kendisinin en değerli, gurur kaynağı olan asaletine sahiplenmiş olarak onların karşısına dikilmişlerdir. Fransız aristokratlar, bu değişime sonuna kadar direnmişlerdir. İngiliz aristokratları ise çok erken davranmışlar, tüccarların silahları ile silahlanmaya başlamışlardı bile:

“Daha 11. yy.da, nüfusu henüz 13 milyon iken, her yıl İngiltere’den çoğu Flandr bölgesine gitmek üzere, 8 milyon post ihraç ediliyordu. Hayvancılık ile meşgul olan köy asilleri, küçük ve büyük ticaret burjuvazisi ile doğal bir çıkar birliği içinde bulunuyordu. Dahası; onunla aynı değerler sistemini benimseme eğilimindeydi. Artık toprağı bir takım zorunlulukların, görevlerin, siyasal ve toplumsal ayrıcalıkların temeli olarak görmekten vazgeçiyor, bunu bir yatırım alanı ve gelir kaynağı kabul ediyordu. Feodal hizmet anlayışı, yerini kapitalist kar anlayışına bırakıyordu. Kıta burjuvalarının asilleşmeye çalıştıkları bir sırada, İngiliz asilleri burjuvalaşma eğilimindeydiler” (Duverger, 1977:20) .

Serf, iktisaden son derece kötü durumdaydı. Derebeyinin topraklarından “paçayı kurtaran”lar, ne pahasına olursa olsun, artık burjuvalaşmış orta tabakanın emrine giriyordu. Kendisini eski sisteme bağımlı kılan kurallar ve gelenekler etkisini yitirmişti. Her şeyden önce, kendisini, tevekkül ve öte dünya zenginliği öğütleyip duran papazlar ve kardinaller “bir eli yağda bir eli balda” bir hayatı yaşıyorlardı. Kilisenin yüzlerce dönümlük arazisi vardı. Dahası “köhnemiş sistemi ayakta tutmak, ‘ırgat’larını kaybetmemek için türlü yalanlar söyledikleri; kendi çıkarları için kitapta hiç olmayan şeyler uydurdıkları” uyarıları da kulakları-

na çalınmaya başlanmıştı. Demek ki, asırlardır kendilerini; din adamları, efendiler, kurallar, gelenekler, inançlar, ilişki kurdukları her şey aldatmıştı. Güvenebilecekleri, sığınabilecekleri hiçbir şey yoktu ve yapayalnızdılar. Bu dünyada kendi için sadece “kendisi” vardı ve kendisinden yardım istemeliydi. Üstelik kendi başına çabalayanlar, yeteneğini ve aklını kullananlar bir yerlere yükselmeye başlamıştı. Neden kendisi de şansını denememeliydi.

Serfler akın akın imalat merkezlerine, fabrikaların bulunduğu merkezlere göç ederken, öncelikli kaygısı, “karnını doyurmak”tı. Ama kimilerinin, “punduna getirip köşeyi döndüğü” de oluyordu. Bunun için akıllı olması, azimli, hırslı olması ve kendisinin dışında kimseye güvenmemesi, acımaması gerekiyordu. Oysa aynı serf Ortaçağ’da refah ve bolluğu bilinçli tercihi ile reddetmişti. Tek amacı “iyi” bir insan olmaktı. “Bir yanağına tokat atan olsa, ötekini göstermeye” hazırdı.

4. Zihiyetin Yeniden Formatlanması

Dönemin zihninin Descartes’le birlikte formatlandığını ve bu sürecin tümevarım bağlamında Bacon’a kadar aşama aşama geliştirildiğini biliyoruz. Ancak burada, daha ziyade, bazı muharrik ayrıntılarla, dönemin meşruiyet mekanizmasına ilişkin bir iki çalışmaya değinilmektedir.

Max Weber, İncil’deki “ona yeter” telkininin, işçiye sefalet ücretleri ödenmesini rasyonalize ettiğini belirtmektedir. Bu telkinin “kazanma güdüsü”ne baskın çıktığını savunmaktadır. Diğer yandan da dünyevi asketik protestanlık;

“...mülk sahibi olmanın verdiği doğal zevke var gücüyle karşı çıkmış, tüketimi, özellikle lüks tüketimini sınırlamıştır. Buna karşılık, mal kazancını, psikolojik olarak geleneksel ahlakın yasaklarından kurtarmış, kazanç uğraşısının zincirlerini koparıp bunu yalnız yasal hale getirmekle kalmamış, ayrıca doğrudan doğruya tanrının isteği olarak görmüştür. Bedensel zevklere ve dünyevi mallara olan bağımlılığa karşı savaş ... ussal kazanca olmayıp, mülkün us dışı kullanıma karşı savaşımdır” (Weber, 1985:137).

Weber klasikleşmiş eserinde, dönemin inanç sisteminin; hem işçiye düşük ücret verilmesini meşrulaştırarak yüksek kazançların sağlanmasına vesile olduğunu, hem de girişimcinin çok çalışıp hiç israf etmemesini temin ederek ekonomik terakümün gerçekleştirilmesi imkanını yarattığını söylemektedir. Bununla birlikte, Weber'in "sonuçları itibariyle rasyonel ama kökenleri itibariyle irrasyonel" bir dünya görüşü olarak kapitalizmin, "modern hayat ile püriten ahlak arasındaki ... karşılaşmanın meyvesi" olduğu iddiasını ele alan Annales okulunun kurucularından **Braudel** (1991: 161-169), katolik bir kent olan Cenova'nın, ironik bir biçimde Weber'i yalanladığını belirtmektedir. Ona göre (1989) kapitalizm, Akdeniz havzasında yeşermiştir. Keşifler bu bölgede yapılmış, ticari canlılık buralarda başlamış, seyahatlere buralardan çıkmıştır. "Kuzey, kapitalizmin araçlarından herhangi birini icat etmiş değildir. Hepsi de güneyden gelmiştir. Amsterdam Bankası bile Venedik'in Rialto Bankası model alınarak kurulmuştur" (**Braudel**, 1991:166).

Öte yandan **Sombart** (1998) "tasarruf" eğiliminin değil de, "lüks" tüketimin kapitalizmi inşa ettiğine vurgu yapmaktadır. Ortaçağ dini kült'ündeki hazdan arındırılmış bir evlilik ve aşk tasarımının dünyevileştiğini, buna paralel olarak lüks tüketimin dönüştürüldüğünü, kapitalizmin bu yolla tetiklendiğini anlatmakta ve kitabını, "gayri meşru aşkın meşru çocuğu olan lüks, işte böylece kapitalizmi var etmiştir" cümlesiyle bitirmektedir.

Kuşkusuz ki tüm bu açılımlarla, Weber'in tezinin tümüyle altının boşaltıldığı söylenemez. Nitekim Braudel, çoğu yerde püritenliğin, ticari kapitalizmin tesisindeki rolünü teslim etmektedir. Sombart'ın yaklaşımında da daha çok, burjuva dışı toplumsal kesimlerin değer yargıları ve yaşam koşullarındaki değişimin, burjuvanın işine nasıl yaradığı gösterilmeye çalışılmaktadır.

Bizim yaklaşımımız açısından bu veriler önem arz etmektedir. Bir bakıma aristokrat, kendi sosyal statüsünün parametrelerini temin etmek, güç gösterisinde bulunabileceği malzemeleri elde etmek için, burjuvayla işbirliğine gitmekte ve ona imkan-

lar sunmaktadır. Yani aristokratlar, kendi egemenlik alanlarını büsbütün ortadan kaldıracak oluşumların tohumlarını bizzat kendileri atmış olmaktadır. Özellikle gayri meşru ilişkiler söz konusu olduğunda, sıradan insanları sırdaşı haline getirmişler ve onların üzerindeki egemenliklerini kaybetmişlerdir. Diyelim ki prensin metresi hoş kokulu bir nefes koklamak istesin. Prens bu amaçla bir gemi tahsis edip “sakız” adasına göndersin. Prens, malın maliyetini test etme şansına sahip olmadığı için, geminin kaptanının belirlediği rakamı ona ödemek zorunda kalacaktır. Bu durumun, düşeslere hediye edilen elmas, broş v.b. takılardan ipek giysilere kadar çeşitlilik arz etmesi, düşesin rakip düşesten daha şık görünmek için daha fazla lükse yönelmesi, metresin rakibesinden daha farklı olmak için türlü hediyeler istemesi gibi; gündelik hayatın kıyısına düşen, ama hep var olup duran olaylar göz önüne alındığında, bunun ticari kapitalizmi tetikleyen bir amil olduğu düşünülebilir.

Bu bağlamdaki diğer bir önemli nokta, Karl Marx’ın meta fetişizmi kavramıdır ki, bu kavramın Marx’tan günümüze kadar tazeliğini koruduğunu ve hatta Marx’ı diri tuttuğunu söyleyebiliriz.

5. Modern Yaşamın Bir Değer Ölçütü; Met’a Fetişizmi

Meta fetişizmi, kapitalist yaşam biçimini sorgulamak amacıyla Marx’ın kullandığı kavramlardan birisidir. Kabaca; sermayeye, paraya, mala, maddeye, eşyaya tapınma anlamına gelmektedir. Burada, mekanik – elektronik kitle iletişim araçlarına (bugün, bilhassa, dijital teknoloji ve yeni medya dediğimiz iletişim araçlarına) tapınma anlamında kullanılmaktadır. Ancak, kavramın anlam alanı, kuşkusuz ki, bu denli vülger değildir.

İnsan varlığının, zaman içinde, amaçlarına ulaşmak için kullandığı araçların kölesi haline gelmesini meta fetişizmi kavramı anlatmaktadır. Özellikle modernleşme süreci ile hemen her alanda yaşanan araçsallaşma, araç - amaç ilişkisinde köklü değişikliklere neden olmuştur. Sözelimi teknoloji, insanın beş

duyusu ve diğer organlarıyla gerçekleştirdiği etkinliklerin sınırlarını genişletmek amacıyla üretilmiştir. Yani teknoloji, insan bedeninin uzantısıdır. Fakat zaman içinde, beyin, bu uzantılara egemen olmaktan çıkmış, uzantılar beyne egemen olmaya başlamıştır. İnsanın en kusursuz teknikleri ya da hünerleri olan akıl ve emek, kapitalizmle birlikte araçsallaştırılmış, egemenlik ilişkilerinin kurulması ve sürdürülmesinin aracı haline getirilmiştir. Bu araçlar; daha güzel bir dünyanın tesis edilmesi amacına araç olmaktan çıkmış; sömürünün sürdürülmesi, statükonun korunması ve egemenliğin pekiştirilmesi amaçlarının araçlarına dönüştürülmüştür. Böylece, insanın insanı sömürmesinin, zulmetmesinin, hükmetmesinin ortadan kaldırılması amacına yönelik işlevlerle yükümlü olan bilgi ile onun kaynakları olan akıl ve emek; akıl ve emek sahiplerinin meta fetişizmi bataklığına sahiplenmeleri nedeniyle, güzergahından çıkmıştır. İnsanlık ile-riye, aydınlığa doğru seferber olması gerekirken, geriye doğru kaymaya başlamıştır. Sonuçta da yok etmek istedikleri olumsuzlukları koruyan araçlar haline gelmişlerdir.

Bu görüşlerin esin kaynağı bilindiği gibi Marx'tır. Ancak son tahlilde söylenmesi gereken cümleyi baştan kuralım: Marksist gelenek tarafından çokca eleştirilen araçsallık, Marxsist anlayışın praxis formülasyonu ile bizzat gerçekleştirilmiştir. Marx, praxisi emeğe indirgeyerek (**Dawe**, 1990: 406), emekçiye “transmisyon kayışı” rolü yüklemekte, emek ve emekçiyi araçsallaştırmaktadır. Nitekim, üretim araçları tarafından köleleştirilip bilinçsiz hale getirilen proletaryaya tarihi misyonunu hatırlatma (**Aron**, 1986: 172-174) ve “zincirlerinden başka kaybedecekleri bir şeylerinin olmadığına” onları inandırma rolü yüklenen komünist entelijansiya, Bolşevik ihtilalini, onların kan ve eylemleriyle gerçekleştirmiştir. Kurulan proletarya diktatörlüğü, emek ve emekçinin değil, Komünist Parti'nin sınırsız egemenliğini getirmiş, diktatörlük, bizzat proletaryaya yönelik olarak inşa edilmiştir. Tarihi misyonla yükümlü proletarya, transmisyon kayışı rolü gereği, devrimi bizzat gerçekleştirmiştir. Ancak proletaryanın “yanlış bilinç” edinme ihtimali her zaman söz konusu olaca-

ğından, Komünist parti, emekçinin iktidarını sürekli “gözetim” altında bulundurmaya, bilhassa 10. Kongre’den sonra kutsal bir hedef haline getirmiştir.

Bununla birlikte, bize göre bu sonuçlar; durum tespiti ve analizi amacıyla kullanılan meta fetişizmi kavramının işlevselliğini ortadan kaldırmamaktadır. Bu yüzden de kavramın yeterince işe yarar olduğunu düşünüyoruz ve burada, mümkün olduğunca özlü bir biçimde, meta fetişizmi kavramını çerçeve içine almaya çalışacağız.

Praxis, pek çok filozofun gündeminde şu veya bu biçimde yer edinmekle birlikte, özellikle alman idealist felsefesinin köşe taşlarından biridir. Kavram basitçe, ‘bilinçli yapıp-etme’ diye çevrilebilir belki ama tam karşılığı olmadığı için, aslını kullanmak daha doğrudur. Aristo, insanı teleolojik bir varlık olarak tasavvur etmektedir. Buna göre insan diğer tüm canlı varlıklardan farklı olarak çevreye uyarlandığı gibi, çevreyi de kendisine uyarlayabilmektedir. Yeni ve farklı koşullara uyum sağlamakta mahir olduğu gibi, çevresel koşulları amacına uygun biçimde değiştirip tanzim etmekte de hüner sahibidir. Yani doğal ve sosyal çevresini tanzim etme amaçları taşıyan tek varlık insandır. Aristo’nun, teleolojik insan tasavvuru, hem zihinsel praxis hem de araçsal praxis düşüncesini içermektedir. Demek ki insan hem uhrevi (soyut, manevi, metafizik, ruhsal, etik) hem de dünyevi (somut, maddi, fizik, bedensel, nefساني, pragmatik) alemin bir parçası olması nedeniyle amaçsaldır ve her iki alemin tanzimine yönelik yükümlülükler üstlenme mahareti gösterebilmektedir. İlk olarak bu maharet; insanın, diğer hiçbir canlı varlığın sahip olmadığı; iyi - kötü, doğru - yanlış, hayır -şer, güzel - çirkin v.s. ayrımları yapabilme ve buna yönelik olarak girişimlerde bulunabilme ve önlemler alabilme yetisinin tezahürüdür. İkinci olarak da maharet, insanın kendisine ve çevresine nasıl yararlı olabileceğini bilmesi demektir ve tanzim işini gerçekleştireceği araçların icadını, keşfini gerçekleştirebileceğini; bunları amacına uygun biçimde kullanabileceğini anlatmaktadır. Bu yüzden insanın hem bağ-

landığı inançları hem kullandığı araçları vardır. Buna göre “hiç ölmeyecek gibi bu dünyada yaşayan” birey; beslenme, barınma, birlikte yaşama düzen ve kural koyma, huzur, refah, dayanışma gibi gündelik yaşamını kolaylaştırmak amacıyla doğal ve sosyal çevresini tanzim etmekte, bu amaca yönelik türlü araçlar kullanılmaktadır. “Yarın ölecekmiş gibi öte dünyayı yaşayan” birey; tanrıya layık bir kul olmak; tanrı kadar bonkör, almadan veren, erdemli, iyiliksever, merhametli, akıllı, sağduyulu, soğukkanlı, korkusuz v.s. olmak amacıyla kendi kendini tanzim etmekte ve bu amaca yönelik türlü araçlar (ibadet, inziva, tapınak, itikat v.s.) kullanılmaktadır.

Bu tasarıma uygun ‘ambivalence’(iki kristalden oluştuğu zannedilen) bireyi analiz edebilmek için Descartes, bilindiği gibi, cogito ve extensa ayrıştırmasını getirmiştir. Aydınlanmanın diğer bazı mimarları bu ayrıştırmayı; bazı unsurlarından arındırarak birleştirmeye çalışmışlardır. Sözelimi, acıdan sakınıp hazza meyleden Bentham’ın bireyi, antipati ve sempatiyi ayırt edebilecek kadar rasyoneldir ve ödül ile ceza arasında gidip gelmektedir. Hazırlarıyla ya da ödül ve cezalarla araçsallaştırılan birey, Kant’a göre, rasyonel olamaz. Zira ona göre, cogito ve extensa’dan müteşekkil birey tasarımı, cogito’nun extensa’yı araçsallaştırma niyetinin ürünüdür. Oysa bireyin hangi hammaddesinin ya da huyunun, karakterinin, güdüsünün v.s. yahut da onu oluşturan kristal parçalarının hangisinin iyi veya kötü olduğunun herhangi bir önem yoktur. Bireyin iyi veya kötüyü ayırt etme becerisi gösterip gösteremediği önemlidir. Birey; tanrı istediği için değil, iyi olduğunu kavrayabildiği için bir inancı benimsiyorsa, bir ödül elde edeceği için değil, doğru olduğunu anlayabildiği için belirli bir davranış ortaya koyabiliyorsa, praxis onda tezahür ediyor demektir.

Descartesci ruh – beden (cogita – extensa) tasarımındaki iki parçadan oluşan birey veya acı ile haz arasında gezindiği için parçalanabildiği düşünülen birey tasavvuruna Kant tarafından yöneltilen bu eleştiriler, Descartesci ayırt etme tarzını (yöntemini) geçersiz hale getirmektedir. Ancak Hegel’le birlikte Descartesci praxis yeni bir boyut kazanmakta, Marx’ın onu ter

yüz etmesi (ya da ayaklarının üstüne oturtmasıyla) kavram yeniden anlamlandırılmaktadır.

Bu anlamlandırma çabası sarf edilirken Hegel zihinsel praxisin araçsal praxisi; Marx ise tersine araçsal praxis'in zihinsel praxisi doğuracağı aksiyomlarından hareket etmektedirler. Yani ilki, ideal forma göre dünyada olup bitenlerin tanzim edilmesi gerekliliğinden hareket ederken; ikincisi dünyada olup bitenlerden yola çıkarak ideal form tasarım (kehanet) larının oluşturulmasını savunmaktadır. Bizim için anlamlı olan Marx'ın dünyada olup bitenlere ilişkin anlamlandırmalarıdır ve meta fetişizmi kavramı bu anlamlandırma içinde yerli yerine oturmaktadır.

“Filozoflar yalnızca dünyayı değişik biçimlerde yorumladılar, önemli olan onu değiştirmektir” diyen **Marx ve Engels** (1987: 22)'e göre “sermayenin neden olduğu canavarca zorbalıkların ve artı değere duyduğu kurt gibi açlığın” (**Marx**, 1986: 257) iç yüzünü göstermek gerekmektedir. Bunun için de “kendilerini kurt sanan ve başkalarının da kurt sandıkları bu koyunların ne olduğu”nu (**Marx ve Engels**, 1987: 30) ortaya koymak gerekmektedir. Zira “...bütün toplumların tarihi, sınıf savaşmaları tarihi”dir (**Struik**, 1976: 109).

“Bu işin tarihsel koşullarını ve böylelikle doğasını anlamak, şimdi baskı altında bulunan proletaryaya, başarmaya çağırıldığı bu önemli işin koşulları ve anlamı üzerine eksiksiz bilgi vermek, bu; proleter hareketin teorik dışı vurumunun, bilimsel sosyalizmin ödevidir” (**Marx**, 1979d: 181).

Proletaryanın ödevini ona hatırlatmak ve “burjuvazinin yardakçılığını yapmak istemeyen herkesin, proletaryadan yana tutum takınması” (**Lenin**, 1979: 192) ve “ezilen sınıfın bu gerçekten devrimci savaşımına, yeryüzünde cennet yaratma” (**Lenin**, 1988a: 11) mücadelesine katkı sağlaması elzemdir. Çünkü proletarya “tüm sermayeyi burjuvadan derece derece kopartıp” almalı, “egemen sınıf olarak” örgütlenmeli, iktidarı “merkezileştirerek, üretici güçlerin tamamını olabildiğince çabuk” (**Struik**, 1976: 137) arttırmalıdır. Çünkü bugünkü egemen

sınıf gücünü, insanlardan gasp ettikleriyle elde etmiştir. Bunu anlayabilmek için “bireylerin üretimlerinin maddi koşullara bağlı” olduğu bilinmelidir. Bireyi var eden onun maddi ilişkileridir. Fikirler, tasarımlar ve bilinç üretimi, doğrudan ve dolaylı bir biçimde insanların maddi faaliyetleri ve maddi ilişkilerine bağlıdır. İnsanların tasarımları, düşüncesi ve zihinsel ilişkisi, burada, onların “maddi davranışlarının dolaysız anlatısı olarak kendini göster”mektedir (**Marx ve Engels**, 1987: 38). Dolayısıyla belirli bir fikirle pratiğe bakmak yanıltıcıdır. Pratiğe göre fikirler oluşturulmalıdır. Zira “bilinç hiçbir zaman bilinçli varlıktan başka bir şey olamaz ve insanların varlığı onların gerçek yaşam süreçleridir” (**Marx ve Engels**, 1987: 44). Pratik hayattaki maddi ilişkiler ve bu ilişkiler içinde var olan egemenlikler, herhangi bir zihinsel tasarımın etkisinde kalmaksızın anlaşılmalıdır. Çünkü insan varlığının zihinsel üretimleri, onun bizatihi maddi ilişkileri aracılığı ile somutlanabilmektedir ve ancak maddi ilişkilerinde gözlemlenebilir. Dolayısıyla Marksizme göre, insana bilinç aşılanmaya çalışılmamalıdır. Sadece, onda bizatihi var olan bilinç açığa çıkarılmalıdır. Marksizm böylece, hümanist bir insan anlayışı geliştirme iddiasını ileri sürmekte, aynı zamanda da, emek ve emekçiye kutsal ve ahlaki bir rol biçmiş olmaktadır. Yani mevcut egemenlik ilişkilerini besleyen geleneksel ahlaka karşı çıkışını, ahlaki bir alternatifte dayandırmaktadır. Buna göre (1) İnsanlar ya vahşi kapitalizmin ya da sömürülen masum emekçinin yanında yer alabileceklerdir. (2) Erdem, iyilik, fazilet gibi geleneksel ahlaki kavramlar, bilimsel sosyalizm bünyesinde yeni bir hümanist anlam kazandığı için, ahlaklı ve bilimsel olan sosyalist düşünce benimsenmelidir. (3) dini terminoloji bilimsel ve hatta materyalist söylemin kavramlarıyla buluşturulmaktadır. O halde, eski dönemlerde ahlakın kaynağı din olduğu gibi, şimdiki dönemlerdeki ahlakın kaynağı da sosyalizmdir. (4) Nesnellik ve ussallık ahlaki kavramlara daha bir geçerlilik kazandırmakta ve onları koruyan kalkanlara dönüşmektedir ve en önemlisi, (5) böylesine insancıl bir yaklaşıma ve insancıl evren kurma ülküsüne karşı çıkmak “kafir”likle eş tutulabilecektir. En çok da bu ha-

liyle Marksizm, Descartes'in ayrıştırmasını usallıkla ve ustalıklı bütünleştirmiş olmaktadır.

İnsan ilişkilerine bakıldığında, ilişkilerin “diyalektik niteliğini” (**Engels**, 1977: 60), “...insanlığın evrim süreci ve görevini, ...değişim yasalarını”(Engels, 1977: 76) görebiliriz ki bunlar “bilimsel bakımdan kesin olarak saptanabilir” (**Marx**, 1979a: 26). Nitekim tarihin sınıf savaşımalarının izleri ile dolu olmasının nedeni sömürüdür ve sömürünün bizatihi kendisi, tarihi; “...hiçbir şeyin olduğu gibi, olduğu yerde, olduğu biçimde kalmadığı, ama her şeyin hareket ettiği, değiştiği, olduğu ve yok olduğu sonsuz bir karşılıklı ilişkiler ve etkiler yumağı tablosu” (**Engels**, 1977: 70) haline getirmiştir.

Artı değerın üretilmesi bunun en yakın örneğidir. İnsanın kendisinde bulunan ve hangi türden olursa olsun bir kullanım değeri üretirken harcadığı zihinsel ve fiziksel yetilerin toplamı onun emek gücüdür. İnsan emeğini belirli bir süre için satmaktadır. İşçi bu şekilde emeğini alıcıya “belirli bir zaman süreci için” vererek “mülkiyet hakkından feragat etmektedir” (**Marx**, 1986: 183). Yani kapitalist işçiyi yevmiye ile kiralamakta, işçinin emeğini kullanarak elde ettiği ürünü ise, o ürünün mübadele değeri üzerinden satmaktadır. İşçi örneğin bu ürünü 6 saatlik bir emekle üretebiliyorsa onu, 12 saat çalıştırarak işçinin emeğinin 6 saatini sömürmektedir. Bu altı saatlik emek artı değerdir. Bir işletme “üretim araçları biçiminde yatırılmış”(Marx, 1979c: 169) sabit sermaye (Para, bina, makina gibi menkul gayri menkul) ve “öz olarak geçim araçlarını kapsayan”(Marx, 1979c: 177) dönen sermaye (emek, teknolojik bilgi, katma değer, piyasa değeri v.s.) ile oluşturulmaktadır. İşletme, ürünlerini belirli bir geçer fiyatla tedavüle bıraktığında, üründe iki tür sermayenin belirli oranda payı bulunmaktadır. Bu tedavül, artı değerın hızla çoğalmasına yol açmaktadır. “Bu, tıpkı bir kapitalistin metayı, diyelim bir makineyi bir demir imalatçısına satarak onun yerine başka bir meta, diyelim demir alması gibidir” (**Marx**, 1979c: 177). Kapitalist böylece çift taraflı olarak sürekli artı değer elde etmektedir. Çünkü emekçi, geçimini temin etmek için, emeğini satarak elde ettiği ücreti

başka metalar satın almaya sarf ederken; kapitalist, hem üretim sürecinde emeği sömürerek elde ettiği artı değer hem de tedavül eden ürününün piyasada kazandığı kar sayesinde büyük bir meta birikimi sağlayacaktır. Kapitalist, bu şekilde dönen sermayeyi yeniden yatırımlara dönüştürecek, daha karlı yatırımlar yapabilmek için daha az emek gerektiren yatırımlara yönelecek, seri üretimde bulunacaktır. Buna karşılık emekçi sürekli sömürülecek, bir yandan da otomasyon yüzünden korkunç bir emek rekabetine maruz bırakılacak, daha fazla sömürülmeye razı olacaktır. Öte yandan yığın üretim, küçük işletmeleri de yok etmiş ve işletme sahiplerini proleterleştirmiştir. Burjuva, eşyaya olduğu gibi insana da meta değerine göre bir fiyat takdir etmiş ve kaçınılmaz olarak, toplumun tüm kesimleri de kendilerini meta değerleriyle pazara sunmuşlardır. Böylece meta’laşma bütün toplumsal kesimlere yayılmış, insanlar; bilinçli, üretken, yeryüzünü imara memur kişiler oldukları için değil, belirli bir meta değeri içerdikleri için ve içerdikleri kadarıyla değerli sayılmaya başlanmıştır. Oysa “insan ihtiyaçlarını karşılayan” ve “insanın dışında bir nesne olan” (**Marx**, 1986: 49) met’a, insana “yararlı olabildiği” (**Marx**, 1986: 50) ölçüde bir değere sahiptir. “...her meta kullanım ve mübadele olmak üzere iki yönlü değer(**Marx** , 1979a: 45) taşımaktadır. Kullanım değeri metanın fiyatıdır. Mübadele değeri ise ona emek ile işlenmektedir. Demek ki her meta, belirli bir kullanım değerine sahipken ona ayrıca bir de mübadele değeri eklenmektedir. Dolayısıyla bir ürün, değerli ise, bu ürünün değeri onun kullanım özelliğinden daha ziyade, emekçinin ona emek vermiş olmasından kaynaklanmaktadır. Geçimini temin etmesi için bu değer emekçiye geri dönmesi gerekirken, emekçinin hakkı olan bu değer, sermayedar tarafından gasp edilmektedir. Çünkü burjuva metayı doğaüstü bir varlığa dönüştürmüştür (fetişleştirmiş) ve ona tapınmaktadır. Bu fetişleştirme, meta’da mündemiç emeğin, emekçiye yabancılaşmasına yol açmıştır. Böylece emek, emekçiye yabancı ve onu köleleştiren bir varlık olarak onun karşısına dikilmiştir. İnsanlar bir emek üretmeye başladıkları andan itibaren, toplumsal bir işlev (**Marx**, 1986: 87) görmektedirler. Bu işlev ifa edilirken, fetişizm metaya yapışmakta ve onun ayrılmaz bir parçası (**Marx**, 1986: 88) haline gelmektedir. Böylece toplumsal faaliyetler nesnelerin

faaliyetlerine dönüşmekte ve insanlar “nesneleri yöneteceği-ne nesneler onları yönet” (**Marx** ,1986: 88) mektedir. Toplum, sömüren ve sömürülen ilişkileri içerdiğinden, emekçi ne kadar çok zenginlik üretirse, o kadar yoksullaşmakta; nesnelerin değeri arttıkça emeğin değeri düşmektedir. Emek, insani bir beceri olmaktan çıkartılıp, sadece meta üreten bir aygıta indirgendiğinden, emekçi çalıştıkça kendi kendini bir meta olarak üretmektedir. Yani emekçi, kendi emeğinin karşısında yabancı bir nesnedir artık. Ne kadar çok değer üretirse kendisinin değerini o kadar yok edecektir. Ürettiği emtia ne kadar biçimli olursa, kendisi o kadar biçimsiz; maddeye ne kadar usunu katarsa kendisi o kadar ussuz, ürünü ne kadar uygarsa, kendisi o kadar barbar; ürettiği artı değer ne kadar egemen olursa, kendisi o kadar köledir. Yabancılaşmış emek kendisinin üretim potansiyelini emmektedir. İnsani varlığını sürekli ondan koparmaktadır. Emekçi kendi ürettiği emek yüzünden, ilk olarak; tüm ussal, entelektüel ve diğer insani yetilerini, öz bedenini kaybetmektedir. İkinci olarak kendi türüne yabancılaşmaktadır. İnsan, insanı “öteki” olarak üretmeye başlamaktadır (**Marx**, 1979d: 151-165).

Marksizm böylece ürettiği mala, paraya ve en önemlisi de; insan hüneri ile insan bilgisinin - aklının mükemmel kaynaşması olan teknolojik makineye, insanoğlunun köle olmasını, teknolojik cihaza tapınmasını, ondan medet ummasını öykülemiş olmaktadır. Kuşkusuz ki, modernizmle birlikte yaşamımızı işgal eden birçok teknolojik ürün gibi, kitle iletişim araçları da fetişleştirilmiştir. Bilgiyi üreten ve yayan aygıtların fetişleştirilmesi, diğerlerinden daha kritik bir önem arz etmektedir. Zira medya, “zihinlerin efendisi” olma ısrarı ve kararlılığı gösteren yegane aygıttır. Korkarız ki, zararlı virüsleri yok eden bedenimizdeki direnç mekanizmalarımız gibi, toplumsal yaşamın egemenleri nemrutlara, firavunlara, despotlara karşı direnç gösteren Spartaküsleri, sınırsız biçimde fetişleştirdiğimiz mass medya emip, sindirmektedir. İnsanlık tarihi boyunca ilk defa bilgi, kurulu düzeni yıkıp; daha doğrusu kurulu düzeni pekiştiren, meşrulaştıran söylemlere alternatif söylem geliştirme aczi ve zaafı göstermektedir. Bu da sanıyoruz bize, son üç dört asrın mirasıdır.

6. Bilgi Üreten ve Yayan Zihinsel Efendi Olarak Modern Mass Medya

Saltanatın el değiştirdiğinden, eline geçen paranın üzerindeki kral resminin değiştiğini fark ettiği zaman haberdar olan Ortaçağ insanı, 16 yy.da, kıyı kentlerinde limana giren gemilerdeki mallarla ilgili haberleri, yüklü bir para ödeyerek elde ettiği bildirilerden kısa zamanda öğrenebiliyordu. Bilginin artık, hızla gelişen kitle iletişim araçları sayesinde bir meta değeri vardı. 17. yy.da gazetenin 19. yy.da diğer kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, bilgi, meta olmasının yanı sıra, psikolojik ve sosyolojik bir tatmin aracı da olmaya başlamıştır. Çok hızlı değişen sosyal çevreye uyum, bilgiye ihtiyacı da büyük ölçüde artırmıştır. 19 yy. gazetelerindeki, günümüz “sabun köpüğü” dizilerine benzeyen tefrikaların ekonomik bir anlamı yok gibidir ama okur için fantastik bir haz sunmaktadır. Öte yandan ulus-devletin çeşitli görev ve sorumluluklarıyla yüklü yurttaşı, kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duymaktadır. Kısacası kitle iletişim araçları, modern yaşamın vazgeçilmez bir nimeti haline gelmiştir. Kitle iletişim araçları yoğun kalabalık arasında yapayalnız yaşayan, geleneksel değerlerinden tümüyle kopartılmış bireyin gözü, kulağı; bunun da ötesinde akıllı, muhakeme gücü, hatta zihni, zihniyetidir. Bununla birlikte kitle iletişim araçları ile gelen bilgi de toplumsal denetim ve kontrol, bireysel manipülasyon için en temel araç haline gelmiş, bilgi alışverişi insanlık tarihinde hiç olmadığı kadar kritik bir önem kazanıvermiştir.

Bilindiği gibi aydınlanma düşüncesini aklın kullanımı karakterize etmektedir. Aydınlanmacılara göre, sadece bilim ve teknolojiye değil, belki de ondan daha fazla toplumun denetlenmesi ve yönlendirilmesi için tek yetkili kurucu unsur, akıl olmalıdır. Akıl etkin bir biçimde kullanılabildiği takdirde dengeli, tutarlı ve makul bir toplumsal işleyiş gerçekleştirilebilecektir. Akıl, teknolojik bilgi üreterek ve uygulayarak fiziki çevreyi imar ve ıslah ettiği gibi, aynı zamanda, birbirinin “kurdu” olan toplum ve bireyleri de imar ve ıslah edecektir. Kitle iletişim araçları bu amaçla kullanılabilecek bulunmaz bir nimet olacaktır. Hatta bireyleri kırdı, kentte, sokakta, meydanda ve yatak odasında

yakalayarak modernize edebilecektir. Kitle iletişim araçlarının yegane ham maddesi olan bilgi, meta kültürünü üreten, yayan ve bireye empoze eden metadır ve artık ona başkaca bir anlam yüklenmesi (metafizik saçmalık) faydasız ve beyhudedir. Bilgi Sokrat'taki “kendini bilme, kendinin hiçbir şey bilmediğini bilecek, kendini ve kendisiyle ilgili şeyleri bilme” anlamını tümüyle kaybedecektir. Bilgi, Protagoras'ta olduğu gibi, ne söyleyeceğini bilmek ve bunu en güzel biçimde söylemek anlamına gelecektir. Böyle bir bilgi rasyoneldir. Geriye kalan bilgiler ise irrasyonel... Kısacası modernitenin yeniliği olarak hemen herkesin mutabakatla dile getirdiği miras şöyle özetlenebilir:

“Somut olan şeyle işe başlamak, onu aklın ışığında yorumlamak, sonra çıkarılan neticeyi yine bir başka somut şeyle karşılaştırarak ispat veya reddetmek; bu öncü alimlerin alaca karanlıkta kurmaya çalıştıkları ilmin açıkça ifade edilen kuralı bundan ibarettir” (Hazard, 1981, 327).

Özellikle Durkheim'in işbölümü, Weber'in “rasyonalizasyonu” ve diğer bir çok “modern toplum betimlemeleri” ile bu kural geliştirilecek ve aynı zamanda bir çok toplum, yapılan bu betimlemeler çerçevesinde biçim almaya zorlanacaktır. Yani “ideal taslağa” uygun toplum yaratmak için “dayatmalar” gündeme gelecek ve bu amaçla, ifade edildiği gibi devlet ideolojik araçlarıyla devreye sokulacaktır. Üstelik kitle iletişim araçları ortalığı kan gölüne çeviren, kurşun veya top atan, alev fışkırtan kitle imha araçları değil, ama bütün bu silahlarla yapılamayanları gerçekleştirebilen mucizevi bir araçtır. O kadar ki, gözle görülmeyen dalgalara yüklenen mesajlarla belirli bir zaman ve mekanda yaşayan insanların kanaatini, tutum ve davranışını; umulan, beklenen ve istenen kanaat, tutum veya davranış haline getirebilmektedir. İnsanların ne hakkında düşünmelerine karar verdiği gibi düşünülmemesi gereken konuları da onlara empoze etmekte ve ilgilerinin (pembe diziler, futbol maçları, karnaval-lar vs.) de kendisinin belirlediği, istediği konulara yoğunlaşmasını sağlayabilmektedir. Beşikteki bebektən, ölüm döşeğindeki ihtiyara kadar toplumun her kesiminden bireyin zihnini iğdiş edebilmektedir. Yalanı gerçekmişçesine sunduğu gibi en kötüsü

de gerçeği yalanmışçasına sunabilmektedir (**Uğur**, 1991: 223-256). Hatta bu araçlar, bireyleri tek tek mesaj bombardımanına tabi tutan birer kitle imha silahları olduğu gibi, birer “teknoloji” harikası olan kendileri de başlı başına, ekonomik ve ideolojik manipülasyonu amaçlayan “mesaj”lardır (**Luhan**, 1968: 27).

Bu araçların cephanesi ise bilgidir. Çağımız toplumlarını tek başına karakterize ettiği söylenen bu cephanenin tükenmesi gibi bir ihtimal de söz konusu değildir. Çağımız toplumlarını bilginin karakterize ediyor olmasını, yeni toplum tipolojileri ile izah edenlere, aydınlanma düşüncesinin kendini ihya ederek devam ettirdiği, “modern”liğin tamamlanmamış bir proje olduğu görüşleriyle karşı çıkan **Habermas** (1990: 31-44), aklın kullanımıyla kast ettiğinden dolayı değil ama tespiti açısından haklıdır. Çünkü aydınlanma düşüncesi ve sanayi toplumu şeklen değişmekte ama içerik olarak aynı kalmakta, hatta daha da muhkemleşmektedir. Nitekim, bilgi endüstrisi sayesinde, ekonomik açıdan çoğulcu pazar anlayışının egemen olacağı, siyasal açıdan katılımcılığın yaygınlaşacağı, kültürel açıdan bireysel yaratıcılığın ön plana geçeceği iddialarının bir mit olduğunu savunan **Hamelink**, (1991: 20-21) tam tersine bilgi (information ve knowledge anlamında) teknolojisinin kapitalist üretim biçimini meşrulaştırıp sonsuzlaştıracaklarını, tek merkezli kültür ve eğlence pazarı doğurarak özgür kültürel yaratıcılığı yok edeceğini belirtmektedir. Medyayla ilgili pluralizmden söz edenlerin iddialarının yersizliğine değinen **Schiller** (1993: 35-42) tam tersine bütün iletişim araçlarının üretimlerinin hızla tekdüze ve “tek boyut”lu hale gelmekte olduğunu göstermektedir.

1950’ler ve özellikle 1970’lerden sonra hızlanan ve 1980’lerde yaygınlaşan yapısal-düşünsel değişim geçirmekte olduğumuz inkar edilemez. Ancak belirtildiği gibi bu değişim içeriksel bir değişim olmayıp biçimsel bir değişimdir. Bu nedenle statükoda köklü bir değişimden değil, daha ziyade statükonun konumunu muhkemleştirmesinden söz etmek mümkündür. Statüko, ekonomik anlamda paranın işlevinin ve ideolojik anlamda maddenin misyonunun bilgiye yüklenmesiyle muhkemleştirilmekte, içinde yaşadığımız yıllar da, bu işleyişin boyutlarını

göstermektedir. **Drucker** (1994: 303)'in iddia ettiği gibi bilgide bir değişim olmuştur ve olmaktadır. Ama bu değişim onun iddia ettiği gibi “içerik” ve “anlamda” değil, sadece “biçim”dedir. Zira kendisinin de söylediği gibi bilgiye bugünkü anlamı, “prodüktivite devrimi” ile yüklenmiştir.

“250 yıl önce bilginin anlamı değiştiğinde, bilgi artık aletlere süreçlere ve ürünlere uygulanmaya başlamıştı. Bugün hala teknoloji dediğimiz zaman bir çok insan bunu anlar” (**Drucker**, 1994: 53).

Sanayi toplumunu oluşturan lokomotif güç teknolojidir. Teknoloji, insan hünerinin – tekniğinin “logic”leştirilmesinden ibarettir. Zanaatkarın ferdi yarattığı olan hüneri ve becerilerinin, tekniğinin; sistematik ve organize bilgi ile bütünleştirilip “teknolojik”leştirilmesi (**Drucker**, 1994: 45 ve **Erkan**, 1993: 60), Sanayi toplumunu yaratan mucizevi güçtür. Teknoloji bilginin belirli bir teknik üzerine yığılmasını, bu da otoritenin temerküzü ile birlikte sermayenin yığılmasını, ardından insanların belirli bir mekana yığılmasını ve bilinen sanayi toplumunu doğurmuştu. Bilginin insan hüner ve becerisine organize ve sistematik bir biçimde yığılarak uygulanması, bilginin sadece iş ve verimlilik amacıyla kullanılması, “prodüktiviteyi patlama denecek biçimde yükseltmişti” (**Drucker**, 1994: 59). Günümüzde olan da farklı bir şey değildir. Üstelik bilgi, bilgiye uygulanan “tek kaynak” haline gelmiştir (**Drucker**, 1994: 69). Para ve maddenin ekonomik ve ideolojik fonksiyon ve misyonunu tek başına üstlenmiş olan bilgi, piyasalara ve zihinlere daha kolay egemen olabilmektedir. Bilgi endüstrisinin (ekonomik ve ideolojik) resmettiği bu işleyiş “enformasyon kapitalizmi”dir (**Drucker**, 1994: 254).

Kısacası modernite ve moderncilik, bilgi kapitalizmine dönüşmüş haliyle günümüzde, geleneksel anlam ve içeriğini koruyarak varlığını sürdürmekte, gücünü ve etkinliğini, konumunu sağlamlaştırarak yaygınlaştırmaktadır.

SONUÇ YERİNE SON NOT

Medyatik ürün, tüm iktisat ilkelerini allak bullak eden bir maldır. Hatta o kadar ki, medyatik ürüne bakınca, ekonomiye tasarruf ilmi demek yanlış olur.

Medyatik ürünün iki çok önemli niteliği vardır:

1. Medyatik ürünün değerlendirilmesi, kayıt ve muhasebesi; bildiğimiz diğer ürünlerden çok farklıdır. Medyatik ürün tüketildikçe stoklanır. Diğer ürünlerin stoğu tüketildikçe azalır ama medyatik ürünün stoklanması tüketilmesine bağlıdır. Ne kadar çok tüketilirse stok o kadar çoğalır, artar, büyür, birikir ve kapitalizmi anlatan büyümlü karşılığı ile: Yığılır.
2. İkincisi ve asıl önemlisi, medyatik ürünün ikili bir piyasası vardır. Medyatik üretimlerin hem kendi piyasası vardır, herhangi bir ürün gibi bizi kendilerinin işlem gördüğü pazarları vardır. Hem de kendilerini satın alanları pazarladıkları ikinci bir piyasaları vardır. Belirli bir medyatik ürünün tüketilmesi ve tüketim değeri tarafından belirlenen ayrıca bir reklam değeri bulunmaktadır. Aslında önemli olan bu piyasadır ve çokça söylendiği gibi; sevdiğimiz, nemalandığımız, ücretsiz tükettiğimiz medyatik ürünü biz; onun bu özelliğinden dolayı, yani; bizim gibi insan varlığı olan tüketicisini, izleyicilerini reklam sektöründe bir ürün olarak pazarlama kabiliyetine sahip olduğu için, biz de ona, hiçbir maliyete katlanmadan sahip olabiliyoruz. Biz onlar tarafından reklam met'asının hammaddesi olarak kullanıldığımız için; sözgelimi, internetteki sınırsız nimetler bize bedelsiz, ücretsiz olarak sunulabiliyor.

Traj, rating, bugünlerde de tıklanma dediğimiz ölçüm kriterleri, tam da bu nedenden dolayı çok büyük bir önem arz ediyor. Bu güne kadar kutsal bildiğimiz sabit sermaye yatırımına hiçbir ihtiyaç duyulmadan işletilebilen (google, facebook, twee-

ter, instagram v.b. çok çarpıcı örnekler) ama aynı zamanda akıl almaz rantlara üreticisini (daha doğrusu yaratıcısını) eriştiren bir piyasadan söz ediyoruz.

Çok basit bir örnek: Birkaç sayfalık öykünüz raiting yaparsa ya da birkaç cümlelik reklam spotunuz tuttuğu takdirde; yedi sülalenizi zengin edebilir. Buna karşılık Nobel ödüllü yazar olsanız bile, eseriniz böyle bir piyasada işlem görmüyorsa ya da görmemişse, geçim sıkıntısı içinde kıvranmanız mukadderdir. Dolayısıyla insanlık tarihinde hiçbir mamulatin, ürünün, yaratının, yapımın; medyatik ürünün şu an yarattığı piyasa gibi bir pazarı hiç olmamıştır. Medyatik ürün tüketicisi, tüketim met’ası olarak hem kendisi alınıp satılmaktadır. Hem de bizatihi birer met’a olarak sunulan tüketim alışkanlığının, biçiminin, yoğunluğunun ayrıca bir alım satım değeri bulunmaktadır. Bu piyasa; en ateşli kapitalistin bile hayal edemediği bir piyasa kapitalizmi yaratmakta, akıl almaz lümpenlikte bir burjuva insan karakterini resimlemektedir. Sonuç olarak, met’alaşmanın enlem ve boylamlarını belirleyebilmek günümüzde artık hemen hemen imkansızdır.

BÖLÜM ÖZETİ

İletişim yeteneğimizin artefactı, epistemolojik gerçekliğimiz olan temsiliyet mekanizması sayesinde yürüttüğümüz medyatik ilişkiler, insanlık tarihinin başlangıcından beri, toplumsal unsurlar ve bilhassa bireyler arasında egemenlik, tahakküm ve saltanat aracı olarak kullanılmamıştır. Hatta, medyatik ilişkiler bu tür heveslerin dengelenmesi ve frenlenmesi amacıyla kullanılmıştır.

Kabile şefinin hitabet yeteneği ile donatılmış olma şartı, yani iletişim kompetanlığının takdire şayan bulunması; “reis”e belirli bir (1) ayrıcalık sağlamaktadır ama aynı zamanda da kabile içindeki medyatik ilişkilerin (2) baskı aracı haline gelmesini engelleyici bir işlevle iletişim becerisinin yükümlü kılındığını da kanıtlamaktadır. Reis her gün ateşli bir nutuk atmalı ve riyasetini tesis etmelidir ama dinleyiciler umursamıyor gibi davranarak ona haddini bildirmeli ki, reis, despotik eğilimlere kendini kaptırmamasın. Fakat, tarihin ilerleyen safhalarında bu denge ve denetim sistemi, iletişim yeteneğinin, egemenlik aracı haline dönüşmesine yönelik olarak değişiklik göstermiştir.

Cinsiyete karşı ayrımcılık vaaz eden metinler, bu değişimi kanıt teşkil eden birer inceleme verileri olarak ele alınabilir. Ayrıca cinsiyet rollerine bağlı olarak gelişen özel mülkiyet konsepti de bu değişimin bir diğer parametresi olarak dikkate alınabilir. Cinsiyet rolleri ve özel mülkiyet algısı, bilgiye dayalı eşitsizlikler sayesinde kendini belli etmiş ve zaman içinde kurumlaşmıştır. Nitekim, yerleşik hayata geçişle birlikte toplumsal katmanlar, büyük ölçüde, bilgiye dayalı eşitsizliklere göre oluşmuştur. Sözgelimi, Mezopotamya kent devletlerinde, bilgi sahibi olmaktan başka bir özelliği olmayan rahipler, pazu gücüne sahip olmamalarına rağmen hiyerarşinin en tepesindeydiler ve toplumsal hakimiyet onların tekelindeydi. Rahiplerden sonra hiyerarşinin ikinci kademesinde; savaş bilgisi, teknik ve donanımları sayesinde askerler bulunmaktadır. Hiyerarşinin en altı çift-

çilerdir. Kölelerin ve pek çok antik kentte kadınların toplumsal hiyerarşide herhangi bir statüleri yoktur.

Bu toplumsal yapı, bilginin egemenlik aracı olarak kullanılması ile zamanla pekişmiştir ama aynı zamanda da bu yapı, bilginin egemen yapıları sorgulayan işlevler yükümlenmesiyle çözülmeye başlamıştır. Nitekim tek tanrılı dinler artık, sadece kent devletleri ile sınırlı bir söylem olmakla kalmamışlar, imparatorlukların var oluş gerekçelerini oluşturan ve onları meşrulaştıran doktrinler haline gelmişlerdir.

Bilgi, Ortaçağ Avrupası örneğinde olduğu gibi; sosyal, siyasal ve ekonomik hayatın tümünü düzenleyen, tahkim eden ve bütün sosyal ilişkileri meşrulaştıran bir hale gelmiştir. Ancak bu denli kesif biçimde tahkim edilmesine rağmen, modern toplum ve bugünkü anlamdaki mass medya, Ortaçağ Avrupası'nda tevarüs etmiştir. Zira bilgi egemenlik aracı olarak işlev görmekle birlikte, egemenliklerin sonunu getiren işlevler de ifa etmiştir.

Modernitenin tesis evresinde ilk defa, bilginin işlevlerini yerini met'a almaya başlamış ve met'a fetişleştirilmiştir. Aristokratın şan, şöhret ve saltanatı ile, kilisenin mülkiyetindeki toprakları para ile satın alabileceğini gören ticari burjuvazi, met'a sayesinde ekonomik güç ve ayrıcalıkların yanı sıra, siyasal ve hatta sosyo-kültürel egemenlikler elde edebileceğini fark ettikçe, inhisarında bulundurduğu met'a'ları (sermaye, ürün, makine, teknoloji v.s.) yüceltmıştır. Toplumun diğer kesimleri nezdinde de met'a yüceltilmiş ve insanlık tarihinde ilk defa met'a, araç olmaktan çıkıp yaşamının amacı haline gelmiştir.

İnsan bedeninin uzantısı birer teknolojik aygıt olarak devreye sokulan kitle iletişim araçları (mass medya) da bu dönemde fetişleştirilmiştir. Bilgiyi işleyen, üreten ve kitlelere yayan mass medya, bilginin tarih boyunca ifa ettiği işlevleri devralmıştır. İnsanların iletişim kurmak için tasarlamış oldukları medya, kitleler üzerinde ekonomik, siyasal ve sosyo kültürel egemenlik kuran ve aynı zamanda da bu egemenlikleri gerektiğinde

yıkabilen efsunlu bir güç haline dönüşmüştür. Böylece, insanlık tarihinde ilk defa; düşünme aracı olan, iletişimin hammadde-si olarak kullanılan, insan varlığının kendisi ve bizzat insan ile toplumların yaşam alanlarıyla, tüm doğal varlıkları kavramsal-laştırma ve anlamlandırma aracı olma aracı olarak değerlendirilen, işlenen bilgi araçsallaştırılmıştır. Aynı zamanda kuşkusuz ki, egemenlik alanlarının tesisi ile onların dengelenip frenlenmesi işlevini ifa eden bilgi, insanlık tarihinde ilk defa, mass medya aygıtları tarafından ikame edilerek fetişleştirilmiştir.

BU BÖLÜMDE CEVABI SUNULAN SORULAR

1. Medyatik ilişkiler ilkel toplumlarda egemenliği denetleyen ve frenleyen bir mekanizma olarak nasıl kullanılmıştır?
2. İkel toplumda denge ve denetim sistemi işlevi gören iletişim yeteneği, egemenlik aracı haline gelmeye nasıl başlamıştır?
3. Bilgiye dayalı eşitsizlikler, tarım toplumlarında, egemenlik ilişkilerini nasıl belirlemiştir. ?
4. Askeri kadroların toplumsal hiyerarşide yerlerini almalarının sonuçları ne olmuştur
5. Egemenlik aracı olarak işlev gören bilgi, aynı zamanda, egemenliklerin sorgulanma aracı haline nasıl gelmiştir?
6. Tek tanrılı dinler, imparatorlukları meşrulaştıran bir söyleme nasıl dönüşmüştür?
7. Çok güçlü biçimde tahkim edilmesine rağmen Modern toplum neden Ortaçağ Avrupasında ortaya çıkmıştır?
8. Dönemin zihniyeti ortaçağ insanına nasıl bir arınma duygusu sağlamıştır. ?
9. Modern dönemlerde met'a nasıl fetişleştirilmiştir?
10. Mass medyanın bilginin işlevlerini üstlenmesinin sonuçlarını tartışınız?

DİPNOT

**Bu tez; gerçek yaşamdaki kişinin kendi tecrübelerinin yerine ikame deneyimler (onun adına yapılmış) sağlayarak, kişinin içindeki toplum-karşıtı güçlerin toplumsal hayatta sorunlar yaratmaksızın açığa vurulmasını ifade etmektedir.*

KAYNAKÇA

- ABADAN, Nermin, (1983) “*Gazeteciliğin Gelişim Safhaları*” , **SEF Dergisi**, Ankara
- ALBERT, Pierre ve T. Fernand (1983) **Histoire de la Presse**, PUF, Paris
- ALTHUSSER, Luis (1983) **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, (Çev. Y. Alp-M. Özışık), Birikim yay. İstanbul
- ARON, Raymond, (1978), **Sanayi Toplumu**, (Çev. E. Gürsoy), Dergah yay. İstanbul
- ARON, Raymond, (1986), **Sosyolojik Düşüncenin Evreleri**, (Çev. K. Alemdar), T. İş Bankası yay. Ankara
- AUGUSTİNUS, Saint Aurelius, (1985), “Tanrı Devleti” (Der ve Çev. Mete Tuncay), **Batı’da Siyasi Düşünceler Tarihi – 1**, Teori yay. Ankara
- BALLE, Francois et Jean G. PODIOLEGO, (1973),**Sociologie de L’information**, Librairie Larousse, Paris
- BARBIER, Frederic-C. Bertho Lavenir, (2001), **Medya Tarihi**, (Çev. K. Eksen), Okyanus yay. İstanbul
- BRAUDEL ,Fernand (1991) **Maddi Medeniyet ve Kapitalizm**, (Çev. M. Özel), Ağaç yay. İstanbul
- BRAUDEL ,Fernand (1989) **Akdeniz ve Akdeniz Dünyası**, (Çev. M.A. Kılıçbay), Eren yay. İstanbul
- BURKE, Peter (2001), **Bilginin Toplumsal Tarihi**, (Çev. M.Tuncay), Tarih Vakfı Yurt yay. İstanbul
- CALVEZ, Yves, (1956), **La pense de Karl Marx**, PUF, Paris
- CLATRES, Pierre (1991), **Devlete Karşı Toplum**, (Çev. Sert-Demirtaş), Ayrıntı yay. İstanbul
- DAWE, Alen, (1990) “Toplumsal Eylem kuramları”, (Çev. F.Akatlı-A.Uygur), Tom BOTTOMORE-Robert NİSBET,

- Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi**, (Der: M. Tuncay-A. Uğur), Verso yay. Ankara, s: 380-431
- DRUCKER, Peter F. (1994), **Kapitalist Ötesi Toplum**, (Çev. B.Çorakçı) İnkilab yay. İstanbul
- DUVERGER, Maurice, (1977), **Batının İki Yüzü**, (Çev. Eroğul-Sağlam), Doğan yay. Ankara
- ERKAN, Hüsnü, (1993), **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, T. İş Bankası yay. Ankara
- ERÖZ, Mehmet, (1974), **Marksizm Leninizm ve Tenkidi**, İstanbul
- ENGELS, Friedrich, (1977) **Anti Dühring**, (Çev. K. Somer), 2. Baskı, Sol yay. Ankara
- FEBVRE Henri Le, (1958), **Le Marxisme**, PUF, Paris
- FLICHY, Partice (1980) **Les Industries de Les Imaginaire**, Presses Universitaires de Grenoble
- FROMM, Erich, (1985), **Özgürlük Korkusu**, (Çev. R. Hakmen), Yaprak yay. İstanbul
- GASSET, Y. Ortega, (1976), **Kütlelerin İsyanı**, (Çev. N. Muallimoğlu), Bedir yay. İstanbul
- GURVITCH, Georges, (1985), **Sosyoloji ve Felsefe**, (Der. K. Cangızbay), Değişim yay. İstanbul
- HABERMAS, Jürgen, (1990), *"Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje"*, **Postmodernizm**, (Der. ve Çev. N. Zeka), Kıyı Yay. İstanbul s: 31-44
- HAMELİNK, Cees J. (1991) *"Enformasyon Devriminden Sonra Yaşam Sürececek mi?"* **Enformasyon Devrimi Efsanesi**, (Der. ve Çev. Y. Kaplan), Rey yay. Kayseri
- HAMİTOĞULLARI, Beşir, (1986), **Çağdaş İktisadi Sistemleri**, 4. Baskı, Savaş yay. Ankara

- HAZARD, Paul, (1983), **Batı Düşüncesindeki Büyük Değişme**, (Çev. E. Güngör), Mayaş yay. Ankara
- HOFFER, Eric, (1980), **Kesin İnançlılar**, 3. Baskı, (Çev. E. Günur), Tur yay. İstanbul
- KLAPPER, Joseph T. (1960), **The Effects of Mass Communication**, The Free Pres of Glencoe
- LENİN V. İ. (1979), **Halkın Dostları Kimlerdir**, (Çev. V. S. Erdoğan), 3.Baskı, Sol yay. Ankara
- LENİN V. İ. (1988a), **Din Üstüne**, (Çev. F. Gelendeş), Başak yay. Ankara
- LENİN V. İ. (1988b), **Aydın Kesimi Üzerine**, (Çev. N. Alpay), Başak yay. Ankara
- LUHAN, Marshall Mc.(1968), **Pour Comprendre Les Media**, (Çev. J. Pare), Editions HMH, Ltee.
- MILLS, C.Wright, (1983), **İktidar Seçkinleri**, (Çev. Ü. Oskay), Bilgi yay. Ankara
- MARX, Karl (1986), **Kapital, I. Cilt**, (Çev. A. Bilgi), 3. Baskı, Sol yay. İstanbul
- MARX, Karl (1979a) **Ekonomi Politikin Eleştirisine katkı**, (Çev. S. Belli), 4. Baskı, Ankara: Sol yay
- MARX, Karl (1979b),**Felsefenin Sefaleti**, (Çev. A. Kardam), 3. Baskı, Sol yay. Ankara
- MARX, Karl (1979c),**Kapital II. Cilt**, (Çev. A. Bilgi), 2. Baskı, Sol yay. Ankara
- MARX, Karl (1979d),**1844 Ekonomi, Politik, Felsefe Elyazmaları**, (Çev. K. Somer), Ankara: Sol yay.
- MARX K. ve ENGELS, F. (1979), **Seçme Yapıtlar III. Cilt**, (Çev. M. Kabagil vd.), Sol yay. Ankara

- MARX K. ve ENGELS, F. (1987), **Alman İdeolojisi**, (Çev. S. Belli), Sol yay. Ankara
- McNEİLL ,William H. (2001), **Dünya Tarihi**, (Çev. A. Şenel), 5. Baskı, İmge yay. İstanbul
- OSKAY, Ünsal (1983), **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, AÜBYYO, Ankara
- OSKAY, Ünsal (1985), **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, AÜBYYO, Ankara ÖZKÖK, Ertuğrul, (1985), **Kitlelerin Çözülüşü**, Tan yay. Ankara
- ROSENBERG, Dona, (2000), **Dünya Mitolojisi, Büyük Destan ve Söylenceler Antolojisi**, (Çev. K. Akten vd.), 2. Baskı, İmge Kitapevi, İstanbul
- RENOUARD, Yves, (1983), *"Information et Transmission des Nouvelles"* **L' Histoire Et Ses Methodes**, Pleiades, Paris
- SCHİLLER, Herbert, (1993), **Zihin Yönlendirenler** (Çev. C. Cerit), Pınar yay. İstanbul
- SOMBART,Werner, (1998), **Aşk, Lüks ve Kapitalizm**, (Çev. N. Akça), Bilim ve Sanat yay. Ankara
- STRUİK, J. Dirk, (1976), **Komünist Manifesto'nun Doğuşu**, (Çev. M. Erdost), Sol yay. Ankara
- TERROU, Fernand, (1962), **L'information**, PUF, Paris
- TUNCAY, Mete (1985), **Siyasi Düşünceler Tarihi 1-2-3**, Teori yay. Ankara
- ULUTAN, Burhan, (**İktisadi Doktrinler Tarihi**, Ötüken yay. İstanbul
- UĞUR, Aydın, (1991), *"Zihinlerin Yeni Efendileri Medya"*, **Birikim Dergisi**, Mayıs
- ÜLGENER, Sabri F. (1984), **Darlık Buhranları ve İslam İktisat Siyaseti** Mayaş yay., Ankara

- ÜLGENER, Sabri F. (1983) **Zihniyet Aydınlar ve İzm’ler**, Mayaş yay. Ankara,
- ÜLGENER, Sabri F. (1981a) **İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası**, 2. Baskı, Der yay. İstanbul
- ÜLGENER, Sabri F. (1981b), **Zihniyet ve Din, İslam Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı**, Der yay. İstanbul
- WEBER, Max (1985), **Protestan Ahlakı ve Kapitalizm Ruhu**, (Çev. Z. Aruoba), Hil yay. İstanbul

BEŞİNCİ BÖLÜM

MEDYATİK ÜRÜN TÜKETİCİSİ: KİTLE

Kitle iletişimi denilince, akla, bir kitle iletişim aracından milyonlarca insana, aynı anda ileti gönderilmesi anlaşılmaktadır. Modern toplumlarda iletişimin önemi de buradan kaynaklanmaktadır. Çünkü iletişimin kitlesel bir nüfuz kazanması söz konusudur. Kitle; topluma, ilişkin bir kavramdır. Masse Media ise teknolojik bir araçtır. Kitle iletişiminde kitle, bilgiyi doğrudan doğruya kendi cinsinden değil, bir aygıttan almaktadır. Yani, karşılıklı etkileşmek isteyen iki bireyin arasında artık bir araç vardır ve bu araç kitlesel niteliklere uygun bir biçimde geliştirilmiştir. Çünkü araçların her şeyden önce, hem ideolojik hem de ekonomik anlamda bir müşteriye ihtiyacı vardır. Yani iki insanın, salt insan olmasının bir sonucu olarak, birbirleri arasında gerçekleşen ileti alışverişi artık belirli çıkarlara hizmet eden bir metadır. Doğal olarak, ileti de, iletinin hedefi de, bu iletiyi yayan aygıt kadar metadır.

Metanın müşterisi olan ve müşterisi olmaya mahkum edilen ve hatta metaliği garanti altına almak için meta oluşu onurlandırılan kitleye kavramsal olarak açıklık getirmeye çalışalım.

1. Kitle ve Kitle Kavramının Anlam Alanı

Toplum, bazı müşterek ülkülerin bir araya getirdiği insanların oluşturduğu, belirli bir sürekliliği olan, belirli bir mekanı ve kültürü bulunan, az veya çok kurumlaşmış, örgütlenmiş, karmaşık ilişki ve iletişim ağlarıyla örülü bir bütündür. Sosyoloji de, toplum bireylerinin hayat şartlarını inceleyen, ilişki ve iletişim ağlarını göstermeye, onun nasıl bir seyir içinde değişip dönüştüğünü ortaya çıkarmaya çalışan bir bilim dalıdır. "Sosyoloji, insanların, toplum biçiminde ve gruplar halinde yaşamaları olayından hareket etmekte ve insanın, gruplar içinde, modele uygun, örnekleşmiş, gruba katılan diğer bireylerce de bölüşülen tavır ve

hareketlerini incelemekte, böylece, sosyal ilişkilerde aldıkları yer ve rol bakımından insanlarla ilgili bulunmaktadır” (**Dönmezer**, 1982: 2).

İletişim, Latince communis kökünden türetilmiştir. Communication hem ortaklaşma, hem de bir yerden bir yere geçme, geçirme anlamlarını birlikte ifade etmektedir. En yalın ifadesiyle iletişim bir ileti alışverişidir. **Schramm** (1985: 99)’a göre “bir bildirişimde bulunduğumuz zaman karşımızdaki ile bir ortaklaşma yaratmak istiyoruz. Yani, ikimiz birlikte aynı bilgilere, aynı düşünceye veya aynı tutuma sahip olmayı, paylaşmayı istiyoruz” demektir. Ona göre iletişimde daima üç öge bulunmaktadır:

“Kaynak, mesaj ve hedef. Kaynak (konuşan, yazan, çizen, beden veya yüz hareketlerinde bulunan) herhangi bir birey veya haberleşme örgütü (örneğin, gazete, yayınevi, televizyon istasyonu veya film stüdyosu) olabilir. Mesaj kağıt üzerine basılmış mürekkep şeklinde olabilir, havadaki ses dalgaları şeklinde olabilir, elektrik devresindeki resimler şeklinde olabilir, bir el sallama şeklinde olabilir, havada dalgalanan bir bayrak veya buna benzer ve kolayca yorumlanabilecek bir sinyal şeklinde olabilir. Hedef bireysel bir tek-kşi olabilir, okuyan veya ekrana bakan birisi olabilir veya bir tartışma grubunun, bir dershanedeki öğrenci grubunun, bir futbol seyircisi grubunun veya grubun içindeki üye-birey olabilir veya kitle dinleyicisi dediğimiz belli ve kendine özgü bir grubun bireysel bir üyesi olabilir. Örneğin bir gazetenin okuyucusu olan bir birey veya bir televizyon istasyonunun dinleyicisi olan birey olabilir” (Schramm, 1985: 99).

Kitle iletişimi denildiği zaman da; bir iletinin, belirli bir araçla, en kısa zamanda, en fazla sayıda kişiye, en etkin biçimde ulaştırılması; iletiyi alan bireylerin, bu iletinin muhtevasını duymaması, onun muhtevastaki “bilgi, düşünce ve tutuma ortak” olması anlaşılmaktadır. Kitle iletişiminde, yapılan yayınlarla ortaklaşmaya davet edilen bu sosyal bütüne kitle denilmektedir. Yani, her tür kitle iletişim aracından yayılan mesajlar, hedefi bulunduğunda; toplum ve toplumlar içindeki birçok bireye, kendisini,

-ideolojik ve ekonomik olarak- satmış demektir. Bu mesajları satın alan bireylerin toplamına da kitle denilmektedir.

Kitle kavramı büyük ölçüde, fen bilimlerindeki anlam alanı ile sosyal bilimlerde kullanılmaya çalışılmıştır. Bilindiği gibi 19.yy. dan itibaren pek çok bilimsel disiplin, belirli bir paradigmaya ve metodolojiye bağlanmış, sosyal ve doğal olaylara bu zaviyeden bakılmıştır. Dolayısıyla kavramlar da ortaklaşa kullanılmıştır. Kitle kavramı da aslında fen bilimlerine özgü bir kavramdır. Bu kavramın sosyal bilimlere nakledilmesinin nedeni, söz konusu perspektiften bakılınca nettir. Nasıl ki doğada hiçbir işe yaramaz halde duran, hatta insan yaşamını tehdit eden taş kütlelerini dinamitle parçalayıp, işe yarar bir madde haline getirebiliyorsak, dahası ondan mucizevi yapılar yaratabiliyorsak, yabani bir insan külesinden de bu öze uygun “harika”lar yaratabiliriz. Kitle kavramı bu tür bir ulvi kaygı sonucunda ortaya çıkmış bir kavramdır. Nitekim, “...kitle kavramının bu denli yaygınlık kazanması, bu gün sosyal bilimlerde kullandığımız pek çok kavram gibi, 1789 Fransız İhtilali’nden sonradır. ... herkes tarafından benimsenen, açık, bilimsel bir tanımı yoktur. ... Politikacı için kitle, seçim döneminde desteğine ihtiyaç duyduğu kişiler demektir. Sömürgeci Avrupalı içinse kitle, Süveyş Kanalı’nın doğusunda, Ekvator çizgisinin güneyinde ve Vistül Irmağının öte yakasında yaşayan, sanayileşmemiş cahil insanlar demektir”(Avci, 1990:13).

Kullanımındaki çeşitlilik nedeniyle sosyologlar tarafından da kitle kavramı bütünüyle nitelenebilmiş değildir. Grup, kalabalık, yığın kavramlarından farklı bir anlam yüklenerek kullanılmaktadır. Grup, belirli etkileşim çerçevesinde oluşturulan değerler ve normların etrafında toplanan bireylerdir. “...bu normlara uyan, ideolojiyi taşıyan, gruba özgü duygusal ortamı yaşayan, ortak değer ve çıkarlar çevresinde birleşen bireylerin toplamından başka bir şey değildir” (Tolan, 1985: 437) ve dışardan gözlendiği zaman ayırt edilebilirler (Dönmezer, 1982:187). Kalabalık ise, “ortak bir dikkat noktasına tepkide bulunan ve kendiliğinden etkileşme ilişkisine giren geçici insanlar topluluğudur” ve “a) İnsanların fiziki olarak bir yerde bulunmaları veya

oraya yakın olmaları b) geçici olarak bir araya gelmeleri, c) iş-bölümü veya statü düzeninin yokluğu, d) nispeten denetimsiz ya da kendiliğinden olan, bundan dolayı da kayıtlanamayan bir etkileşme” (**Lundberg-Schrag-Larsen**, 1970:323) içinde bulunan kalabalıkların genel nitelikleridir. Yiğın ise aralarında yok denecek kadar etkileşim bulunan, her kategori ve meslekten, sınıftan bireyler toplamı olabilir. Yiğında “... karşılıklı bağlılık, tavır ve hareketlerde aynı standartların bölüşülmesi, aynı normların uygulanması gibi bir araya getirici bir tür harç, birleştirici, bütünleştirici unsurlar yoktur” (**Dönmezer**, 1982:189). Kitle kavramı, toplumsal parçaları anlatmaya çalışan bu kavramsal niteliklerin bir ya da birkaçı veya hepsinden ibaret değildir. “...belli bir coğrafi mekanda yayılmış toplumsal atomlar ya da bireyler bütünü” (**Özkök**, 1985:52) olarak tanımlama yapmak da yeterli değildir. Zira kitle üyeleri arasında, grup ya da topluluklardakine benzer belirli normlar, kurallar yoktur. Ama ortaklaştıkları, paylaştıkları kanaatler ve yönelimler söz konusudur. Aralarında doğrudan fiziki bir temas bulunmaz. Ama çoğu zaman aynı ütöpik ülkülerin savunucuları ya da taşıyıcılarıdır. Kitle üyeleri her zaman bir hedefe yönelik, bir noktaya teksif edilmiş değillerdir. Ama her an, önlerindeki engelleri darmadağın edecek kadar gizli bir potansiyeli muhafaza ederler. Aralarında, onları birleştiren, bütünleştiren fiziki ya da sosyolojik bir bağ, “harç” bulmak oldukça güçtür. Ancak bazan küçük bir damla bile onları doldurup, taşırmaya ve coşturmaya yetebilir.

Kavramın karşıladığı çeşitli nitelikleri ve semantiğini (ki *masse* kavramı, kumarda ortaya sürülen parayı bile ifade etmek amacıyla kullanılabiliyor) de göz önüne alarak niteleyici bir tanım şöyle yapılmaktadır: “Taraflı olan parolalarla veya kısmen tesadüflerle toplanmış, aralarında genellikle bir bağ bulunmayan, köksüz; belirli bir mekandan olmayan insanlardan oluşmuş, bütünü ifade eden; kararsız, yapay, değişken, istikrarsız ve belirsizlik anlamlarının hepsini birden içeren bir kavramdır” (**Dallot**, 1974:82). Buna göre kitle kavramının karşıladığı bütünün, a) belirli bir yeri, mekanı, coğrafyası olması şart değildir.

b) Bütünün bireyleri istikrarsız ve tutarsızdır, kısmen tesadüflerle bir araya toplanmışlardır, sloganlarla, parolalarla kolayca güdüm altına alınabilirler. c) Bu bütün belirsiz ve değişkendir, sürekli yer değiştirebilir, bu yüzden de hareket, yön ve yoğunluğunu, gücünü, niyetini belirlemek oldukça güçtür, son derece kaygan ve oynak, bir o kadar da hareketlidir. d) Bu bütün tam anlamıyla kararsız ve istikrarsız parçalardan meydana gelmiştir, bu nedenle bütünün hacmi ve yoğunluğu her an değişebilir, görünüşü yapaydır. e) Kitle bütün bu niteliklerin bir terkididir.

Kitle iletişim araçlarının ürünlerini satın alan, onları tüketen herkese, niteliklerini burada belirtmeye çalıştığımız, kitle (hedef-kitle) denildiğine göre, televizyon veya video “izleyen”; radyo veya kaset, pikap vs. “dinleyen”, gazete, kitap, dergi vs. “okuyan”; sinema, tiyatro vs. “seyreden”ler; aynı anda, aynı kitle iletişim aracı tarafından enforme edilenlerin tümü, kitledir. **Cazaneuve**(1965:66)’e göre bu kişiler, hem bir “mesafeli grup” (groupement a distance) hem de bir ‘kitle’dir ve hiçbir kuşku duymadan belirtmek gerekirse, kitle kavramı, bir grubu değil ‘biz’ tanımlamasının belirli bir derecesini ifade etmektedir (a.y.). Buradaki ‘biz’ tanımlaması kuşkusuz ki Cooley’e de atıf yapmaktadır ama özellikle, kavramı, sosyolojinin önemli isimlerinden Georges Gurvitch’in işlediği içeriğe göre doldurmak daha doğru olacaktır..

Gurvitch (**Cangızbay**, 1985: 44), toplumsal gerçekliğin, bütün içindeki bağlanma biçimleriyle oluşturulduğunu savunmaktadır. Ona göre; toplumsal bütünü oluşturan alt parçalar, sürekli olarak birbirleriyle kaynaşma ve çatışma ilişkisi içindedir. Sözgelimi bir medya örgütü diğer toplumsal unsurlarla hem kaynaşmakta hem de çatışmaktadır. Aynı medya örgütü, diğer medya örgütleriyle olduğu gibi kendi içinde de kaynaşmalara ve çatışmalara sahne olmaktadır. Buna göre ne tümel (makrososyoloji) ne de tikel (mikrososyoloji) bir bakışla toplumu kavramak mümkündür. Karşılıklı kaynaşma ve çatışmalara odaklanarak tümelden tikele, tikelden tümele; yani “analiz iyi yönetilip sürdürüldüğü takdirde, mikrososyoloji aracılığı ile makrososyo-

lojiye, makrososyoloji aracılığı ile mikrososyolojiye ulaşılır ya da gruplaşmaların sosyolojisinden işe başlayarak, zorunlu olarak bir yandan makrososyolojiye, diğer yandan da topyekün toplumların tipolojisine ulaşılmış olacaktır”(Cangızbay, 1985: 45).

Gurvitch, topluma bu tarz yaklaşımı ile büyük ölçüde, kitle iletişim araçlarının tüketicilerinin betimlenmesine de ışık tutmaktadır. ‘Biz’; toplum içinde; ‘ben’, ‘sen’, ‘o’ gibi, çeşitli derecelerde ortaya çıkmakla birlikte, bunların toplamından ibaret değildir. Yani biz, tek tek ‘ben’lere indirgenemez bir bütündür. Zira ‘biz’, karşılıklı katılımla gerçekleşen bir oluşumdur ama bu katılım rızaya ya da zorlamaya dayalı olabilir. Bilinçli ya da yarı bilinçli, hatta bilinçsiz bir katılım olabilir. Çünkü ‘biz’i oluşturan karşılıklı katılım, başkasıyla ilişkilerin ürünüdür ve başkası ile ilişkilerin her zaman sempatiye dayalı olma şartı yoktur. Başkasıyla ilişkiler, simgesel bir iletişim aracılığı ile gerçekleşmektedir ve bu simgeler formel etkileşim amacıyla kullanıldığı gibi informal etkileşim amacıyla da kullanılabilir. Dolayısıyla başkasıyla ilişkiler; bir istifa dilekçesinden aşk mektubuna, domatesin kilosunu sormaktan, annesinin elini öpmeye kadar son derece geniş bir ilişki ağını kapsamaktadır. Bu ağ içinde “başkası’; baba, kardeş, oğul, yoldaş, arkadaş, rakip, yabancı olarak; dost, düşman, efendi, köle, amir memur olarak; huzur ya da huzursuzluk kaynağı, itim ya da çekim merkezi olarak ortaya çıkabilir” (Cangızbay, 1985: 48). Öte yanda başkası ile ilişkiler birey birey arasında olabileceği gibi; birey-grup, grup-grup, grup-kurum, kurum-kurum arasında olabilmektedir. Bu yüzden katılımın fiilen gerçekleşmesi şart değildir. Kısacası ‘biz’ içindeki ilişkiler, oldukça farklı derecelerde ve biçimlerde tezahür etmektedir ve etkileşimin yoğunluğuna bakarak, ‘biz’i; kitle, cemaat, komünyon gibi kategorilere ayırmak gerekmektedir. Kitle, bu kaynaşmanın - katılımının en düşük olduğu dereceyi göstermektedir. Cemaatte kaynaşma ve katılma biraz daha yoğunudur. Kommünnyonda ise kaynaşma ve katılmanın yoğunluğu en yüksek dereceyi bulmaktadır. Demek ki kitle iletişim araçlarının tüketicileri de, ‘biz’in bir kategorisi olarak, kaynaşmanın en az yoğun olduğu sosyolojik bir kategori olarak karşımıza çıkmaktadır ve bu yoğunluğa bağlı

olarak ‘biz’ ile ‘üye-ben’ ilişkileri arasında üç tür korelasyondan söz etmek mümkündür.

1. ‘Biz’ içindeki kaynaşmanın yoğunluğu ile ‘üye-ben’ tarafından hissedilen, ‘biz’in baskısı arasında ters bir orantı bulunmaktadır. Yani ‘biz’ içindeki kaynaşmanın yoğunluk derecesi arttıkça, ‘ben’ tarafından hissedilen ‘biz’ baskısı azalmaktadır. Yahut ‘biz’deki kaynaşmanın yoğunluk derecesi azaldıkça, baskı artmaktadır.
2. ‘Biz’ içindeki kaynaşmanın yoğunluğu ile kaynaşma hacmi arasında da ters orantı bulunmaktadır. ‘Biz’ içindeki kaynaşmanın yoğunluğu arttıkça, “biz”in hacmi, başka deyişle ‘üye-ben’lerin sayısı azalmaktadır.
3. Diğer yandan ‘biz’in kaynaşma yoğunluğu ile çekim gücü arasında ise doğru orantı bulunmaktadır. ‘Biz’ kendini ne denli fazla cazibe merkezi haline getirirse, ‘üye-ben’leri arasındaki kaynaşma, o denli fazla olmaktadır (**Cangızbay**, 1985: 49).

Bu korelasyon, yayınlarla kitle arasındaki bağa ışık tutucu öneriler sunmaktadır. Zira medyatik ürünler; kaynaşma ve katılımın en yoğun olduğu cemaat ve komünyonları, kaynaşma ve katılım yoğunluğunun en düşük olduğu kitleye dönüştürme hevesini açık ya da zımni olarak taşımakta, cemaat ve commün-yon bağlarını çözmeyi hedeflemektedir. Zira, izlediği mass medya yayınlarını, tüketici, başka bazı kaynaklar aracılığı ve o kaynakların süzme ve filtrelemeleri ile kabul ettiği takdirde, mass medya, tüketicisi üzerinde hedeflediği etkiyi yaratma imkanı bulamayacaktır. Daha çok sayıda katılımı sağlamayı amaçladığı için, bir yandan da, katılımın ve kaynaşmanın gevşek olmasını avantaja dönüştürmeyi denemektedir.

2. Mass Medya Yayınları ve Hedef Kitlenin Teşekkülü

Bir televizyon alıcısını aynı anda yüz binlerce kişi izleyebilmekte, radyodan çıkan ses aynı anda milyonlarca kişi tarafından dinlenebilmekte ve gazetenin basılı yazılarını aynı anda binlerce kişi okuyabilmektedir. Kitle iletişim araçlarının yayınları, farklı tekniklerle de olsa, farklı mekan, kategori ve statüdeki insanlara aynı anda ulaşmaktadır. Bu insanlar aynı haberi, yorumu okudukları, aynı diziyi izledikleri ve aynı sesi dinledikleri için; birbirlerini hiç tanımasalar ve aralarında fiziki hiçbir temas bulunmasa da; yapılan yayınların hedef kitlesi oldukları için, yayıncılarla birlikte aynı noktada buluşmakta, katılım gerçekleşmektedir. Orsan Welles'in programıyla çığına dönen, her hafta Dallas izleyerek JR'a küfürler yağdıran, okuduğu bir haberden sonra oyunu falan parti için kullanmaya karar veren kişiler arasında; bir bağ oluşmaktadır. Ancak bu bağ gevşek, kararsız, kaygan ve değişkendir. Çünkü bir başka yayın, bireyin kanaatlerini başka bir mecraaya sürükleyebilmekte ya da aynı araç bir başka yayınıyla, bireyi daha farklı kanaat edinmeye zorlayabilmektedir. Yayınlar filtrelendiği ve süzüldüğü için içerik farklı bir boyut kazanabilmektedir. Bununla birlikte kitle iletişim araçları kuşkusuz ki, hedef aldıkları kitlenin, kendi lehlerinde tutum edinmesini sağlamak amacıyla, kendisini cazibe merkezi haline getirmeyi hedeflemektedir.

Gurvitch'in tahlilleri doğruysa; kitle iletişim araçları, hedef kitlesinin cemaat ya da commünyon karakteri edinmesini sağlamaya çalışmaktadır. Bu amaçla öncelikle, geleneksel toplumalarda 'biz' bilincini işleyen, pekiştiren sosyal kontrol mekanizmalarının (aile, eğitim kurumları, din, ahlak, gelenek v.s.) etkilerini mass medya, tümüyle yok etmek isteyecektir. Medyatik ürüne 'ortak'laşan 'ben'lerin kaynaşma yoğunluğu azaldıkça; yayınlardaki mesajlarla oluşturulan "biz" bilincine sahip "ben"lerin hissettikleri "biz" baskısı artmaktadır. Başka deyişle medya üyelerinin kaynaşma yoğunluğu arttıkça, daha tutkun topluluklar olma eğilimi ağır basmaktadır. Medyanın meydana getirdiği 'biz'

bilincinin kaynaşma yoğunluğu arttıkça, ‘biz’lerin nicel miktarı, yani ‘üye-ben’lerin sayısı azalacaktır. Medya açısından daha az müşteri demektir ki bu arzu edilmeyecektir. Üstelik bu tarz bir cemaatleşme, medyanın muarızlarınca daha keskin sorgulanmasına fırsat tanıyacaktır. Yani medya, kendisini sürekli izleyen, kendi tutkunu “ben”leri; daha kaygan, tutarsız, değişken ama nicel olarak çok daha yaygın bir kitleye tercih etmektedir. Bu nedenle hemen bütün kitle iletişim araçları, her zevk ve eğilime sahip, her meslek mensubuna, her yaş grubuna, cinsiyete, her sosyal statüden insanlara seslenmeye çalışmaktadır. Kuşkusuz spesifik radyo televizyon kanalları ve özellikle basılı yayın araçları vardır ama bunlar ya ticari kaygı gütmeyen yayınlardır ya da evrensel ilgi alanlarını (moda, spor, otomobil, takı v.s.) yakalamaya çalışmaktadırlar.

Kısacası hedef kitlenin katılım ve kaynaşma yoğunluğunun düşük olması, gevşek bir yapı arz etmesi, buna karşılık kitlesinin nicelik olarak hacminin daha büyük olması, medya örgütünün çıkarlarına daha uygundur. Bununla birlikte hedef kitlesinin kendisine sadakatini temin edebilmek için medya, söz konusu katılım ve kaynaşmayı tesis etmek zorundadır. Bunun da, Gurvitch’in üçüncü korelasyonu ile işletildiği, yani mass medyanın kendisini olabildiğince cazibe merkezi haline getirecek sadakati temin etmeye çalıştığı söylenebilir. Bu amaçla öncelikle, müşterilerin, alternatif cazibe merkezi anlamı taşıyan cemaat ve commünyan bağlarından kopartılması gerekecektir. İkinci olarak da medya, kendisini cazibe merkezi haline getirecek mümkün her yola başvuracaktır. Nitekim, Gurvitch’in analizlerine örnek teşkil edecek biçimde Mills, kamu ve kitle adı altında tasniflediği toplumların “kamu toplumu mu, yoksa kitle toplumu mu olduğunu gösteren en belirgin yanın, toplumdaki başat haberleşme biçimi” olduğunu belirterek, medyaya ilişkin kestirimlerimizi haklı çıkartan analizler ortaya koymaktadır.

Ona göre (Mills, 1974:416-417) kitle toplumunda şu genel özellikler vardır: 1. Başkalarının savunduğunu savunan pek çok, kendi fikir, kanaat ve düşüncelerini ifade edenler pek azdır.

Medya, “kamu”larını rahatça biçimlendirip “kitle”leştirmektedir. 2. Bireyler medya örgütlenmelerine tepkilerini anında yansıtamamaktadır. 3. Bireylerin ifade etmek istedikleri kanaat, düşünce ve fikirler, otorite kanallarınca denetlenmekte, onun ifade ve eylem özgürlüğü güdüm altında tutulmaktadır. 4. İktidar odakları birey üzerinde açık veya örtülü bir nüfuza sahiptir. Onların her türlü tepki ve -iktidar odaklarının çıkarına uygun olmayan-etkinlikleri, daha fikir planında önlenmekte, engellenmektedir.

Mills’e göre medya, birincil kamular arasındaki bildirişim ve tartışmaların ufkunu genişletmek ve canlandırmaktan çok, kamusal karakterli toplumları, kitle toplumuna dönüştürmekte ve kendisine kitlesel pazarlar yaratmaya çalışmaktadır. Bu amaçla medya, her geçen gün basitleşmekte ve izleyenlerini psikolojik bilgisizliğe (cehalete) mahkum etmektedir. Bunun dışında Mills’e göre medya şu tür etkilerde bulunmaktadır: Dış dünya ile ilgili kendi başımıza edindiğimiz bilgilerin oranı her geçen gün azalmaktadır. Medya bugün sadece bilgi ve haber vermemekte, “dolaysız bilgi” edindiğimiz yaşam deneyimlerine de yön vermektedir. Dış gerçekliği (reality) algılamakta kullandığımız standartlar, kişisel deneyim ürünü olmaktan çıkmıştır ve kitle iletişim araçlarınca oluşturulmaktadır. Hatta çıplak gözle tanık olduğumuz olaylar bile, medya tarafından “doğru”landıktan sonra pekişmektedir. Medyada, fikirler ve kanaatler değil de, ürünün sunumu ve hedef kitlenin ilgisinin çekilmesine ilişkin rekabet yaşandığından, denge ve denetim mekanizması işlevi ifa edilmemektedir. Dış dünyanın algılanmasında medya bir çeşit süzgeç rolü oynamaktadır: a) Medya kitle içindeki bireylere yeni bir “öz kişilik” vermekte, bunu benimsetmektedir. b) aynı kişilere kim ve nasıl olmaları gerektiğini telkin edip bu yönde isteklilik uyandırmaktadır. c) benimsen bu yeni kişiliklere sahip olmak için neler yapmaları gerektiği onlara önerilmekte, bu yönde belirli bir teknik kazandırılmaktadır. d) bu yeni “öz kişilik”, yaşanılması gereken gerçek dünyaya değil, medyanın düzmece dünyasına ait bir benlik olarak ona benimsetilmektedir. Özellikle televizyon, aile ocağı gibi birincil ilişkilerdeki samimiyeti yok etmiş, izleyicinin

özel hayatına el atmıştır. Onu aydınlatmak, ona yol göstermek yerine, onu adatmakta, oyalamakta, kaçışı yeğlemesine neden olmaktadır. Yani medya, insanların sorunlarına kendilerince bir takım çözümler bulmalarını bile güçleştirmektedir.

Satırlar, mass medyanın etkilerine olumsuz bakanların, ana hatlarıyla, tezlerini özetlemektedir. Demek ki, ister bir külfet isterse bir nimetmiş gibi mass medyaya bakılsın; çok açıktır ki, mass medyanın birey yaşamı üzerinde derin etkileri bulunmaktadır. Mass medyanın bu etkilerinin dengelenmesinde, hedef kitlelerin etkileri son derece sınırlıdır. Mass medya genellikle, onları denetim ve tasarruf altında tutan otorite odaklarınınca kullanılmakta, sadece; mass medyanın cazibesine nasıl kapılacakları, onların çekim gücü içine nasıl alınacakları konularında kitlelerin tepkileri alınmaktadır. Bu tepkiler ayrıca, bireyler üzerindeki güdüm ve egemenliğin nasıl sürdürülebileceğinin tespit edilmesi amaçlarıyla kullanılmaktadır. Yani bir anlamda, hedef kitle içinde yer alan her bir kişinin medyaya ilişkin geri - bildirimde bulunması halinde, bu bildirim medya örgütlenmeleri ve sistemleri tarafından, kişinin nasıl etki ve güdüm altında tutulabileceğine dair bir çıktı üretmek amacıyla, hammadde olarak kullanılmaktadır.

BÖLÜM ÖZETİ

Kitle iletişimi ifadesi, birey ile birey veya gurup gibi bir toplumsal unsur arasındaki iletişimi değil birey ve bireyler ile aygıtlar arası iletişimi anlatmaktadır. Nitekim kitle iletişimi denildiğinde; *"bir iletinin, belirli bir araçla, en kısa zamanda, en fazla sayıda kişiye, en etkin biçimde ulaştırılması; iletiyi alan bireylerin, bu iletinin muhtevasını duyumsaması, onun muhtevasındaki bilgi, düşünce ve tutuma ortak olması"* anlaşılmaktadır. İletişim kavramının ortaklaşma anlamına gelmesi, kitle kavramının da, belirli bir ileti üzerinde ortaklık oluşturmuş insan yığını olarak anlaşılmasına yol açmaktadır ama kitle kavramı, bu denli berrak bir anlam alanına sahip değildir.

Kitle kavramı büyük ölçüde fen bilimlerine ait bir kavramdır. Fen bilimlerinde kütle, doğanın işe yaramaz bir parçasının işe yarar hale getirilmesi hevesinin alametidir. Sosyal bilimlerdeki kitle tabiri de, bireylerin, ehlileştirilmesi gereken sosyal unsurlar olarak tasavvur edilmesi sonucuna vesile olmuştur. Bu nedenle de kitle; grup, kalabalık, yığın gibi sosyolojik kavramlardan farklı bir sübjektif anlam alanına sahiptir. Buna göre kısmen tatmin edici bir kitle tanımı şöyledir: : *"Taraflı olan parolalarla veya kısmen tesadüflerle toplanmış, aralarında genellikle bir bağ bulunmayan, köksüz; belirli bir mekandan olmayan insanlardan oluşmuş, bütünü ifade eden; kararsız, yapay, değişken, istikrarsız ve belirsizlik anlamlarının hepsini birden içeren bir kavramdır"*. Kitle bu tanımıyla Gurvitch'in "biz" kavramı kullanılarak bir ölçüde netleştirilebilir. Biz tek tek kendi unsurlarına indirgenemeyen bir toplamdır zira o, sadece, kendisini oluşturan parçalarla değil, bütünü oluşturan unsurlar arasındaki kaynaşma veya çatışmalarla kendisini açığa vurmaktadır. Mass medya tüketicisi de; biz betimlemesinin üç kategorisi olan kitle, cemaat ve komünyon özellikleri taşıyan bir bütün olarak teşekkül etmektedir ve mass medya ile tüketicisi arasındaki ilişkiler bu kategorilere göre farklılıklar göstermektedir.

Bu farklılıklara göre tebarüz eden medya izleyicisini Mills, “Kitle” ve “Kamu” tavsifleri ile iki ana kategoride ele almaktadır. Mass medya, ona göre, kamu karakterli izleyicilerini, kitle karakterli izleyiciye dönüştürmeye çalışmakta ve kendisine bağlı bilinçsiz izler kitle var etmeye çalışmaktadır.

BU BÖLÜMDE CEVABI SUNULAN SORULAR

1. Kitle İletişimini nasıl tanımlarsınız?
2. Kitle kavramının anlamını tartışınız?
3. Kitle iletişim araçları için geçerli olacak biçimde kitle kavramını tanımlayınız?
4. Gurvitch'in "biz" betimlemesi Kitle kavramını nasıl netleştirmektedir?
5. Mills'e göre kitle ve kamu toplumlarının özellikleri nelerdir?
6. Mills Medyanın olumsuz etkilerini nasıl betimlemektedir?

KAYNAKÇA

- AVCI, Nabi, (1990), **Enformatik Cehalet**, Rehber yay. Ankara
- CANGIZBAY, Kadir, (1985), **Gurvitch Sosyolojisi**, Değişim y. İstanbul
- CAZENUVE, Jean, (1965), **Sociologie de la Radio – Televisiön**, PUF, Paris
- CURRAN, James- Michael Gurevitch- Janet Woollacoff (ed) (1979), **Mass Communication and Society**, Edward Arnold
- CÜCELOĞLU, Doğan (1981), **İnsan İnsana**, 3. Baskı, Altın yay. İstanbul
- DALLOT, Louis, (1974), **Culture Individuelle et Culture de Masse**, PUF, Paris
- DÖNMEZER, Sulhi, (1985) **Sosyoloji**, Savaş yay. Ankara
- ERKAL, Mustafa, (1984), **Sosyal Meselelerimiz ve Sosyal Değişme**, Mayaş y. Ankara
- GASSET, Y. Ortega, (1976), **Kütlelerin İsyanı**, (Çev: Nejat Muallimoğlu) , Bedir y. İstanbul
- GURVİTCH, Georges, (1985), **Sosyoloji ve Felsefe**, (Der: Kadir Cangızbay), Değişim y. İstanbul
- HOFFER, Eric, (1980), **Kesin İnançlılar**, 3. Baskı, (Çev: E. Günur),. Baskı, Tur yay. İstanbul
- KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem, (1988), **İnsan ve İnsanlar**, 7. Baskı, Evrim yay. İstanbul
- LUNDBERG George A., CLARENCE C. SCHRAG, OTTO N. LARSEN, (1970), **Sosyoloji 1-2.**, (Çev: Ö. Ozankaya), Ayyıldız Matbaası, Ankara
- McQUAIL, Denis-WINDAHL. Swen, (1993), **İletişim Modelleri**, (Çev. M. Küçükkurt), İmaj yay., Ankara

- McQUAIL, Denis, (1994), **Kitle İletişim Kuramı**, (Çev. A. Yüksel), Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir
- MILLS, C.Wright, (1981), **İktidar Seçkinleri**, (Çev: Ü. Oskay), Bilgi yay. Ankara
- OSKAY, Ünsal, (1983), **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, AÜBYO yay., Ankara
- OZANKAYA, Özer, (1984), **Toplumbilime Giriş**, 5. Baskı, Say yay. Ankara
- ÖZKÖK, Ertuğrul, (1985), **Kitlelerin Çözülüşü**, Tan y. Ankara
- Schramm, Wilbur, (1985), “Haberleşme Nasıl İşler”, **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, (Çev. Ü. Oskay), AÜBYO yay. No: 7, Ankara, Sh:99-134
- SEVERİN, WerrerrJ., TANBORD James W. (1994), **İletişim Kuramları** (Çev. A. Bir- S.Sever), Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir
- TOLAN, Barlas, (1985), **Toplum Bilimlerine Giriş**, 2. GÜ yay., Ankara

ALTINCI BÖLÜM

ARAÇ BİREY İLİŞKİSİ VE CİHAZLA DOLAYIMLANAN İLETİŞİM

Kitle iletişiminin bir tür alışveriş olduğunu biliyoruz. Fakat bu ilginç bir alışveriştir. Alışveriş yapan taraflar birbirlerini tanımazlar. Belki hiçbir zaman da tanışmayacaklardır. Alışverişlerini bir araçla yaparlar. Müşterinin hemen hemen her zaman malı almama, kabul etmeme veya onu iade etme şansı yoktur. En azından malı bir tür "gürültü" olarak algılamak zorundadır. Malın ne olduğuna gelince, bunun da sınırı yok. Gazete, radyo, televizyondan edinilen haber, yorum, ya da çeşitli bilgiler, eğlendirici - oyalayıcı programlar, sinemada ve sahnelerde sergilenen oyunlar, artistik değeri olan her türlü eser vs. Bunların hepsi maldır/ mesajdır. Sözelimi odada yanan ampul, arkeolojik bir kalıntı, mağaradaki bir çizgi, kafatası ya da totem mesajdır. Çiçeğin kokusu, suyun şırlıtısı, arının vızıltısı da bir mesaj kabul edilebilir, baş ağrısı, mide bulantısı da. Elbette, sevdiğimiz insanlarla sohbet etmemiz, ihtiyaç ve taleplerimizi ulaştırmamız, başka insanlar ve şeyler hakkında doğrudan malumat edinmemiz mesaj sayesinde mümkündür. Acılarımızı, kaygılarımızı, umutlarımızı vs. paylaşmamıza, yaşam için gerekli daha birçok eylemimizi gerçekleştirmemize vesile olan da mesajdır.

1. Yüzyüze İletişimle Kitle İletişiminin Farkları

Yüzyüze iletişim, kişilerin yüz yüze, karşılıklı "konuştukları" durumlarda gerçekleşmektedir. Kitle iletişiminde kaynak ve hedef olan taraflar karşı karşıya gelmemektedirler. Gazete, dergi, film, radyo ve televizyon, kitle iletişiminin kanallarını oluşturmakta ve bu kanallar aracılığı ile kaynak çok sayıda hedefe geniş bir alan ve zaman içinde ulaşabilmektedir. Bunun dışında yüzyüze iletişime göre kitle iletişimi, "geri iletim, iletişim ortamı,

ulaşım sınırlaması, etki” açılarından da farklılıklar arz etmektedir (**Cüceloğlu**, 1982:310). İki kişi yüz yüze konuşurken, kendisine mesaj iletilen taraf geri - bildirim dediğimiz, kendisine iletilen mesaja tepkisini, onunla ilgili fikir ve kanaatini, kısacası, cevabını anında ve doğrudan karşı tarafa iletebilmektedir. Ayrıca geri-bildirim; ses tonu, yüz ve vücut hareketi, duruş şekli vs. gibi herhangi fiziksel bir cevap (ya da sözlü cevaba bu tür bir katkıyla zenginleştirerek) da olabilmektedir. Kitle iletişiminde hedef kitlenin bu şansı ya hiç yoktur ya da gecikmeli ve dolaylıdır. Yani, yüzyüze iletişim zorunlu olarak çift yönlü ve kelimenin her iki anlamıyla interaktiftir. Kitle iletişimi ise genellikle tek yönlü gerçekleştirilmektedir ve taraflardan birisi aktif, diğeri pasiftir.

Kişiler arasında iletişim anne-çocuk, karı-koca, ilişkisi gibi, son derece mahrem ve özel, samimi olabileceği gibi; hoca - öğrenci, müdür - memur ya da hissedarlar arası, tüccarlar arası vs. ilişkisi gibi son derece formel ve geniş bir ortamda cereyan edebilmektedir. Kitle iletişiminde bu ortam belirli biçimsellikler kazanmaktadır. Kaynaklar, örgütlü ya da sistemlidir. Yayıncılar kendilerine biçilmiş rolü ifade etmektedirler.

Yüzyüze iletişimde mesaj alışverişinin gerçekleştiği taraflar hem niteliksel, hem de niceliksel açıdan belli ve sınırlıdır. En azından görsel bir tanışma söz konusudur. Kitle iletişiminde ise hedef kitle sayısı sınırsızdır. Mesajlar uzun zamanda, sınırsız bir mekanda yayılabilmektedir.

Yüzyüze iletişimde her iki taraf da aktif olduğu için, birbirini etkileme şansı; daha doğrusu karşılıklı istek ve çıkarlarını bir denge noktasına getirme, orada tutma şansı daha fazladır. Oysa kitle iletişiminde bilgi, gerektiği zaman da talimat verilmektedir. Kaygan ve değişken olan kitlesine karşı da etkinliği, bireylerin özelliklerine göre farklı olmaktadır.

Yüzyüze iletişimde mekanik bir ara mekanizma yoktur. Mesaj, kişiden kişiye aktarılırken, onu simgeleyen öğelerin neden olduğu biçim ve içerik kaybı en azdır. Kitle iletişiminde mesaj bir araçla aktarıldığı için mesajın kodlanması, araca yüklenmesi,

nakli, hedefe verilmesi süresince uğradığı biçim ve içerik kaybı daha fazladır. Ayrıca haberleri derlerken ve aktarırken, mesajlar istendiği kadar elenebilmekte, süzölebilmektedir.

Yüz yüze iletişimde tarafların birbirlerine gönderdikleri enformasyon oranı arasında çok büyük bir fark yoktur. Bu nedenle taraflar, kendilerine has tutum, kanat ve fikirlerini daha çok ifade; özgür ve bağımsız düşünebilmektedir. Bireysel yaratıcılık, tahayyül ve tasavvurunu kullanma şansı ve sorumluluğuna sahiptirler. Buna karşılık, kitle iletişiminin enformasyonu ile hedef kitlenin geri bildirimi arasında muazzam bir uçurum vardır. Mass medya hedef kitlesinin nasıl geri-bildirimde bulunması gerektiğini; kitle bireyleri geri bildirimde bulunmadan tayin ve tespit edebilmektedir. Yanı sıra, bir tür “düzmece dünya”da fantastik bireyselliklerle tatmin olma imkanlarını onlara sunarak, onun tahayyül ve tasavvur dünyasını, bireysel yaratıcılığını iğfal edebilmektedirler. Her geçen gün kendine bağımlı bir peyk haline gelmesini sağlayabilmektedirler. Bu amaçla da onun kimi sorumluluklarını, onun adına yüklendiğini, ona ima etmektedirler.

Genel özelliklerini kısaca dile getirmeye çalıştığımız yüz-yüze iletişim; kitle iletişimi haline dönüştüğünde; organik bir süreç olan iletişim zorunlu olarak mekanik bir iletişim haline gelmektedir. Zira kitle iletişimi, teknolojik imkanlarla mümkündür. Kitle iletişiminde mesajlar, bir aygıttan bir başka aygıta aktarılmaktadır. Mass medya örgüt veya sektöründe yer alanlar, belirli bir eğitim almış uzmanlardır ve buna uygun bir ücretle çalışmaktadırlar. Hedef kitle, medyatik mamullerden belirli bir ücret karşılığında yararlanabilmektedir. Gelişen rekabet koşulları içinde ileti imalatçıları, daha çok üretmek ve daha çok müşteri kapmak; karşılığında ekonomik tatmin sağlamak ve mesleki prestij elde etmek kaygılarıyla; bireyselliklerinin, çalıştıkları kurum ya da sektör tarafından emilmesine göz yummaktadır. Kitle iletişiminin karşı tarafı hedef kitle ise; dinledikleri, izledikleri okudukları ve seyrettikleriyle övünen; bundan başka bir şey olmadıklarını düşünen tüketim aygıtları haline gelmektedir.

Televizyon kanalı dünyada uzanabildiği en ücra köşede kendisini seyreden çocukla, radyo alıcısı üreten firma her evde kendi markasını taşıyan alıcıyla, gazete traşıyla itibar ve güç kazanırken, güç ve itibarın kaynağı hedef kitle, bu düzeni işleten çarkın dişlisi olma işlevini görmektedir. Diğer taraftan “etkili iletişim” (**Kağıtçıbaşı**, 1988) sayesinde, hedef kitlelerin istenilen tutumu edinmeleri ve umulan, beklenen tepkiyi göstermeleri için bu araçlar ideolojik aygıt (**Althusser**, 2003) olarak kullanılmaktadır. Dahası günümüzde artık, ekonomik çıkar sağlamak-tan ziyade medya, bu çıkarlara zemin hazırlanması amacıyla kullanılmakta, bu amaçla örgütlenmeler oluşturulmakta, profesyonel “kanaat imalatçıları” yetiştirilmektedir.

2. Kitle İletişiminin Yayın Süreci ve Yanlılık

İletişimde bilindiği gibi daima; kaynak, mesaj ve hedef kitle, başka deyişle alıcı, verici ve mesaj unsurlarına ihtiyaç duyulmaktadır(**Schramm**, 1985: 99-134). Kaynak adı verilen kitle iletişim örgütü, çevreden den “girdi” toplamaktadır. Bunlar, muhabirlerin topladıkları “ham bilgiler”dir. Bu bilgiler hedef kitlenin kendiliğinden gönderdiği(reactions spontanees) veya mass medya örgütünün çeşitli biçimlerde bizzat topladığı (reactions provoques) tepki, görüş ve düşünceler olabilmektedir (**Cazaneuve**, 1965:15). Mass medya örgütü belirli bir organizasyon içinde bu bilgileri işlemekte ve yorumlamaktadır. Programlar hazırlanmakta, haberler redakte ve “hikaye” edilmektedir. Teknik işlemler tamamlanmakta, malzeme yayına hazır hale getirilmekte ve mesajlar her yayın türü için ayrı bir kodlamaya tabi tutularak, ilgili kanala verilmektedir. Kanal, radyo ve televizyon için boşluktaki dalgalar, basılı olarak nakle-dilecek mesajlar için kağıttır. Dalgalarla gerçekleştirilen radyo ve televizyon yayınları önce bir alıcı tarafından toplanmaktadır. Alıcının görevi; kodlanmış yayını toplayıp kodunu açıklamak ve bunu, izleyici veya dinleyicinin anlayabileceği biçimde deşifre et-mektir. Basılı yayında, basılı malzeme doğrudan hedef kitleye

ulaştırılmaktadır. Kaynakta bilgiler kodlanarak işaretler halinde kanala verilmekte; kanalla iletilen işaretlerin, “kod açıcı” tarafından kodu açılmakta ve mesajlar hedef kitleye ulaştırılmaktadır. Kodlayıcı yerine mikrofon, kod açıcı yerine kulaklık koyduğumuz zaman da, elektronik bir haberleşmeden söz etmiş oluruz. Kaynak bir kişi, kodlayıcı dudak, işaretler konuşma simgeleri, kulak kod açıcı, sesi algılayan da bir başka kişiye, bu durumda da insan haberleşmesi söz konusudur. Buradaki araçların yerine mekanik aygıtlar koyduğumuz zaman da kitle iletişimini gerçekleştirmiş oluyoruz.

Bu süreç hiçbir zaman tersine işlemez. Yani, kanallar, hiçbir biçimde tersine akmaz. Çünkü kitle iletişim tekniği böyledir. Bu teknik, ciddi bir finansman ve büyük bir organizasyonla gerçekleştirildiği için, aynı sürecin karşı taraftan geri döndürülmesi mümkün değildir. Ayrıca kitle iletişiminde bu süreç, hiçbir zaman nesnel ve yansız işlemez. Önce, çevreden bilgi toplayan muhabirler tüm insani zaaf ve yanlılıkları ile birer insandır. Bir projektör, mercek, radar değillerdir. İkincisi, bilgiyi yorumlayan, değerlendiren ve kodlayanlar da bireydir. Bir makine gibi sadece “bilgisay”mazlar. Bilgiyi adeta yeniden üretirler. Kaldı ki ham bilgiyi öykülemeye, kurgulamaya, onu kendilerince cazip ve anlamlı kılmaya hakları her zaman vardır. Ayrıca mesaj kodlanırken, kanalla aktarılırken, alıcı tarafından alınırken ve kod açılırken kimi parazitler devreye girebilir. Kısacası mesajın biçim ve içeriğinde istenmese bile kayıplar olabilir.

3. Hedef kitlenin Mesajları Algılaması

Öncelikle, mesajın istenildiği gibi algılanması, onun, hedef kitle bireylerinin “izafet çerçevesi” ile ne kadar örtüştüğüne bağlıdır. Bunu da başarmak oldukça güçtür. Çünkü yayına hedef olanlar; çocuk olabilir, doktor, işçi, köylü, öğretim üyesi, kullanılan dile/simgeye yabancı birisi olabilir. İkincisi, mesajı anlattığı düşünülen dilin tasavvur edilme süreci ile ilgilidir. Çünkü bir simgeyi anlamlandırmak; belirli bir mantık yürütmeyi, ilgi ve dikkat

göstermeyi gerektirmektedir. Üçüncüsü, hedef kitle bireylerinin yayın geldiği andaki psikolojik durumudur. Sevgilisi ya da karısıyla kavga eden, işten atılan, senedini ödeyemeyen, piyangodan ikramiye kazanan vs; bireylerin değişik psişik durumlarına göre mesajın anlamı farklı yorumlanmakta ve algılanmaktadır. Son olarak, kaynağın güvenilirliği, saygınlığı, cazibesi vs. etkenler de mesajın yorumlanması, algılanmasını etkilemektedir. Bu tür etkenlerden sonra mesaj, kitle içinde süzülerek yayılmaktadır. Kanaat önderleri, grup liderleri, referans merkezleri vs. mesajın her yayılma aşamasında onu süzmekte, filtrelemektedirler.

Mesaj varlık ve niteliğini yitirinceye kadar yayılmaktadır. Elbette bu arada daha uzun sürelerde daha çok kişiye ulaşmakta, ama mesajın süzülmesi de devam etmektedir. Yayıldığı süreçte de yeni bir bireyi “hedef kitle” sine dahil etmektedir. Tanımını da buradan almaktadır. Bir dairenin tam orta noktasından dairenin her yanına yapılan atış gibi, karavana ihtimali yoktur. Ama eğer yukarıda belirttiğimiz etkenler olmasaydı; tıpkı mekanik/elektronik bir alıcı gibi, mesajları aynen kaydedip aktaran bir hedef kitle olsaydı; yayınlarda gerçekten de karavana hiç olmazdı. Bir bakıma karavana, alıcı ve verici tarafların arasındaki muazzam farkı da işaret etmektedir. Verici, bireylerden oluşmasına karşın, teknik bir merkezdir. Çeşitli teknolojik malzemelere ihtiyaç duymaktadır. Yapılan işin teknik bölümü ve kullanılan araçların hemen tamamı uzmanlık ve mühendislikle ilgilidir. Alıcı olan diğer taraf ise bireylerden, aileden, gruplardan oluşmaktadır. Bu nedenle psikoloji, sosyal psikoloji ve sosyolojinin sahasına girmektedir (**Cazeneuve**, 1965:8). Ama bu farklılığa rağmen kitle iletişim teknikleri; mekanik/elektronik düzenekten, insana değil, bir başka mekanik elektronik düzeneğe mesaj aktarılıyor muş gibi kullanılmaktadır. Yani birey ve bireyler bir makine, bir araç varsayılmakta, kabul edilmektedir. Belki de sırf bu yüzden kitlelere mal edilmiş ve bu sayede de kendisine kitleler “mal” olmuştur. Böylece ilk insandan bu yana, hep var olan, insanoğlunun en doğal etkinliği, böylesine metalik bir kalıba dökülmüştür.

Nitekim özellikle buna vurgu yapan Dallas Smythe, medyanın, tekelci kapitalizmin bir ürünü olduğunu söylemekte ve bu araçların izleyicileri, kitleler halinde reklamcılara sattığını belirtmektedir. Medya, kitle haline getirdiği izleyici, dinleyici, okuyucuyu tüketime yönlendirmekte, türlü tekniklerle ürün ya da firma imajını onların şuur altlarına yerleştirmektedir. Hem kendi tüketicisi haline getirmesi hem de bu şekilde reklamcılara peşkeş çekmesi; medyanın kitleleri paketlenmiş birer emtiaya indirgemesi anlamına gelmektedir. Medya onları kendi malı, ürünü gibi pazarlamaktadır. Çeşitli eğlence ve spor programlarını, balığa sunulan oltadaki yem ya da bedava öğle yemeği olarak kullanmaktadır. Bu ve benzeri çeşitli yollarla kitleleri kendilerine çekmekte; kendisinin sadık müşterisi ve tüketicisi haline getirdiği kitleyi, siyasal pazarlarda ve reklam pazarlarında da ayrıca ambalajlanmış malı gibi pazarlamaktadır. Medya, artık altyapının ana parçasıdır. Çünkü bu araçların ürünü izleyicilerdir ve bu izleyicileri kitle halinde pazarlamakla, üretici gibi bir iş yapmaktadır (**Mattelart**, 1995).

4. İlgi Gösteren ve Katılan Taraflar Olarak Araç ve Kitle

Mass Medyanın tüketici hedef kitleleri ile ilişkisini; Hegel'in, **Kojeve** tarafından kaleme alınan "Efendi Köle Diyalektiği" (2001, 79-108) isimli makalesini eksen olarak anmayı denemek, belki de ufuk açıcı sonuçlara vesile alabilir:

Hegel Felsefesine göre, her şeye hakim ve her türlü bilgiye vakıf olan, bir ruh ya da akıl bulunmaktadır. Bu ruh veya akıl, yararlı olmak amacıyla kendini gerçekleştirmekte ve böylece, belirli bir kişinin fiziksel varlığında, fail (özne) hale dönüşmektedir. Aklın fail olma tutkusunu; -ki tutku her şeyin dinamiğidir- özgür olma isteğinden kaynaklanmaktadır. Fail olma amacı ise, tüm mef'ulleri (nesne) özgür kılma iyi niyetinin sonucudur. Özgür olmanın iki yolu bulunmaktadır: birisi ilgi göstermek, diğeri kâtilmaktır. Fail, mefulle ilgilenmekte, mef'ul de bu ilgiye minnetin

bir ifadesi olarak faille katılmaktadır. İlgi ve katılma gerçekleşikten sonra fiil, ilk iki unsura sahip olduğu için kendisini ortaya çıkarmaktadır. İki ögeden birisi olmadığı takdirde fiil varolmaz. Fail ile mefululun bir araya gelmesiyle kanaat, iş, oluş, davranış veya hareket olarak varolan fiil, diyalektik bir süreç içermektedir.

Bu formülasyonda mass medya fail, hedef kitle mef’uldur. Ortaya çıkan fiil ise mass medya tarafından enforme edilen bireyin, bu işleminden sonra edindiği tutum ve kanaatlerdir. Enformasyon işlemi gerçekleştirildiğinde ise mesajın içeriği ya da taşıdığı anlam mef’ul mesajı algılamaya, anlamaya, yorumlamaya, işlemeye çalışan bireysel zihin faildir. Mesajın bu diyalektik süreçten sonra kabul veya ret edilmesi ise bir fiildir.

Diyalektik yokoluş fikrini, Hegelci bir dille, olabildiğince başitleştirerek şöyle anlatmak mümkündür: “İstekler” diyor Hegel, “İnsanı insan kılan isteklerdir.” İnsanın kendi gerçekliğini ortaya koyma, kendini tanıtmaya, kendi bilincini açığa çıkarma ve hatta insanın ölesiye savaşları göze almasını gerektiren istek; kabul ettirme ya da kabul edilmiş olma istekleri; kabul etme isteğini isteyerek, onun aracılığı ile kendini gerçekleştirmektedir. Demek ki bu gerçekleştirme; kabul edilme isteği taşıyan hakiimin sahip olduğu değerlerin, kabul eden mahkumun bu değerleri benimsemesi ile ortaya çıkacaktır. Gerçekten de insan varlığı ancak bir başka isteğe yönelen bir isteğin, yani kabul edilme isteğinin ürünü olarak oluşmaktadır. O halde, bu isteklerden ikisi karşı karşıya gelirse insan varlığı oluşabilmektedir. Özbilinç bir başka özbilinç için varolduğu ölçüde ve ondan dolayı (kendinde ve kendisi için); yani o ancak kabul edilmiş bir varlık olarak varolmaktadır. Bu durum, isteklerin birbiri içinde diyalektik yok oluşudur. Diyalektik yok oluş “ben”in ben olarak kendi gerçekliğini açığa vurması yolu ile gerçekleşmektedir. Örneğin kişi bir nesneyi düşündüğünde, seyrettiğinde, düşünülen nesne bu yolla öznedeymiş; özne de aynı yolla nesnede kendini açığa vurmaktadır. Özne nesneyi düşünmüş, nesne özne tarafından düşünülmüştür. Yani, insan bir varlığı görmüşse, varlık onun tarafından fark edilmiş olmaktadır. Artık varlık o kişi için ne fark

edilmezden önceki varlıktır, ne de kişi, varlığı fark etmezden önceki kişidir. Bu yeni oluşum, fark eden ve fark edilen öğelerinin oluşturduğu ama, her birinden daha mükemmel olan bir oluşumdur. Bu oluşum; rahatlığa karşıt olan, onu huzursuz eden, eyleme iten “istek”in, kendisini tatmin etmesi için özneyi “olumsuzlama” yapmaya zorlaması sonucunda meydana gelmektedir. Olumsuzlama öznenin nesneyi yeni bir hale dönüştürmesi, gerekiyorsa onu yok etmesidir. Sözelimi yemek yiyen bir kişi gıdaları “olumsuz”lamaktadır. O, veri olanı olduğu gibi bırakmak şöyle dursun, onu varlık olarak olmasa da veri olan biçimiyle yok etmektedir. Veri olana yönelik her olumsuzlayıcı olumsuzluk, (negativite-negatrice) zorunlu olarak aktiftir. Ama olumsuzlayıcı eylem yalnızca yıkıcı değildir, çünkü her ne kadar istekten doğan eylem, isteği doyurmak için nesnel bir gerçekliği yıkıyorsa da, onun yerine, tam da bu yıkımın içinde ve onun yoluyla öznel bir gerçeklik yaratmaktadır. Mesela, yemek yiyen bir varlık, kendisinin olmayan bir gerçekliğin ortadan kaldırılışı yoluyla, başka bir gerçekliği kendi gerçekliğine dönüştürerek, yabancı, dış bir gerçekliği kendine mal ederek ve içselleştirerek kendi gerçekliğini yaratmakta ve sürdürmektedir.

İstek, “ben” olamamış bir varlığa yöneldiği durumda istekler karşılıklı, karşıt ve diyalektik sürece gebedir. Karşıtlar sürekli birbirini olumsuzlayarak çoğalmaktadır ve ilerleme ile gelişme bu yolla sağlanmaktadır. İnsanları toplumsal kılan ve toplumsallıklarını sürdürmelerini sağlayan, her bir üyenin isteklerinin diğerine, yani birbirlerine yönelik olmasıdır. Karşılıklı isteklerle kurulan bir toplumun gerçekleşmesi için, insanı insan kılan ve özgürlüğünü ona teslim eden isteğe karşı istek duymak şarttır. Bir insanı “istemek” ve “isteme” karşı “istenmiş olmak” kabul etmek ve edilmek, insanın diğer doğal nesnelere duyduğu istekler gibi bir istektir ve sadece insan, insan olduğu için; diğerlerinin istediği şeyi, onlar onu istediği için istemektedir. Bu isteklerden oluşan bütünün parçaları “ilgi gösteren” ile “katılan”dır. Bütün parçalardan daha gerçek ve daha önemlidir. Her parça bütün içinde bir işlev görmektedir. Bütün içindeki parçaların

bu işlevi bir anlamda, kendisini karşısındakine tanıtmaya, kendini kanıtlamaya çabasıdır. Bu çaba da etkin olmayı gerektirmektedir. Etkinlikler karşı etkinliklerle çatışarak, tanıtmaya - tanınmaya, katılmaya - katılma, hakim - mahkum ilişkilerini doğurmaktadır. Özgür olmayı beceren, ağırlığını ortaya koyabilen hakimler; doğaları gereği kendilerini savunmaktan aciz mahkumlara hükmetmektedirler. Karşılıklı tanınma taleplerinin doğurduğu bu efendi-köle ilişkileri, her ikisinin de kendilerini ortaya koymaları sonucunda, zaman içinde oluştuğu için, her zaman en mükemmel sonuçlar doğurmaktadır. Çünkü, kendi bilincini, bir başka varlık karşısında ortaya koyma ve bağımsızlık yeteneğine sahip olma becerisinden mahrum kişiler, hayatlarını sürdürebilmek için özgürlüklerini terk etmek zorundadırlar. Kişilikten yoksun olan bu insanlar, kendi kişiliklerini başkalarının kişiliklerinde bulacaklardır. Efendiler de hizmetkarlarının irade ve özgürlüğünü kendilerinde yok etmiş olacaklarından, kendi irade ve özgürlüklerinin yüceliğini hissedeceklerdir.

Hegel'in paradigması ve formülasyonlarından yola çıkarsak, diyebiliriz ki; tüm yayınlarıyla mass medya kitlenin karşısına çıkmakta ve kendi tüketicisini diyalektik olarak kendinde yok olmaya, "katılmaya" çağırmaktadır. Bu yönde başarı elde ettikçe mass medya isteklerini tatmin etmiş olmaktadır. Hedef kitle de medyanın ürünlerini diyalektik olarak yok etmekte; böylece medyatik ürün tüketicileri, hem "ilgi gösteren" hem de "katılan" konumlarını elde ederek isteklerini tatmin etmekte, bundan da her iki taraf doyum sağlamaktadır. Medya tüketicisi, medyadan gelen mesajlara katılmakta ve "ortak"lık bu yolla gerçekleşmektedir. Bu süreçte medya etken, tüketici edilgendir. Ancak medya tüketicisi gelen mesajları algımlarken onları "olumsuz"layarak algılamaktadır. Bu süreç işlerken de tüketici etken, mesaj edilgendir. Bireyler, algıladıkları mesajlar nedeniyle ve bu bilgiler sayesinde kendi varoluşlarını gerçekleştirmiş olmaktadır. Çünkü birey tarafından algılanmış mesaj artık araçtan verilen mesaj değildir. Birey tarafından öğütölmüş, süzölmüş bir mesajdır. Diğer taraftan mesajın çıktığı araç karşısında, katılan bir unsur

rolünü üstlenen bireyler de “diyalektik” olarak araç tarafından yok edilmektedirler. Burada araç bireyi “olumsuz”lamıştır; kendi hedef kitlesine katmış, en fazla sayıda bireye ulaşma çabası sarf ederken yeni bir yol kat etmiş, kendini kanıtlamış, yeni bir bireye kendini tanıtmıştır.

Birey ve araç böylece isteklerini tatmin etmişlerdir. Bu çift taraflı bir istektir. Araç bu bütünsellik içinde ilgi gösterme, ilgi uyandırma, kendine katma, fail olma rolünü üstlenerek doyuma ulaşmıştır. Birey hem bu bütüne, “katılan” rolünü üstlenerek isteklerini tatmin etmiş; hem de mesajı “olumsuzlayarak” kendi “ben”ini, ben olarak, kendi gerçekliği içinde açığa vurma şansını elde etmiştir. Fakat dikkat edilirse bu gerçekleştirme işlemi, medyanın onu emdiği alan içinde cereyan etmektedir. Dolayısıyla, her şey medyanın kurduğu düzmece dünyada olup bitmektedir. Bu demektir ki, hedef kitlenin medya karşısında, “kendi bilinçlerini ortaya koyma ve bağımsızlık yeteneği” gösterme imkanı yoktur. Bireyselliklerini sürdürebilmek için kendi bilinçlerini medyaya vermekte ve onlardan, mesaj aracılığı ile “yapay-bilinç” almaktadırlar.

Sonuç olarak, medya sürekli aktif ve “ilgi gösteren” rolü üstlenmekte, bireyler salt mekanik/elektronik bir alıcı olmadıkları için araç karşısında pasif; mesaj karşısında aktif bir rol üstlenmektedirler. Bu durum, sanal bir tatmin sağlamakla birlikte, tatmin; medya tüketicilerinin mekanik - elektronik bir araç tarafından emilmesi işlemi perdeleme işine yaramaktadır. Dolayısıyla, otomobillerimizdeki metalik renk ya da metalik müzik tutkularımız gibi bütünüyle örtülü, gizemli ve hatta “senfonik” tarzda bir metalik tutsaklıkla yüz yüze kaldığımız anlamına gelmektedir.

BÖLÜM ÖZETİ

Yüzyüze iletişim ile kitle iletişimi arasında geri besleme, iletişim ortamı, ulaşım sınırları ve etki gibi önemli bazı farklılıklar bulunmaktadır. Her şeyden önce yeni medya da dahil, geleneksel mass medya ile gerçekleştirilen iletişimde, beden dili ve sesiz dilin bulunmaması, tarafların birbirlerini anlamaları açısından ciddi bir engeldir. Yüzyüze iletişim, duygu alışverişine uygundur ancak geleneksel ve yeni medyada duygusal etkileşim mümkün değildir. Kısacası başka pek çok nedenden dolayı organik iletişim olan yüzyüze iletişimin yerini kitle iletişimi aldığı takdirde, iletişim taraflarının arasına mekanik bir sistem girmekte ve iletişim tarafları mekanik sistemin insafına terk edilmektedir.

Hedef kitlenin mesajları algılama sürecinde, mesajın, aktarmak istenen içeriği hedef kitleye eksiksiz ulaştırması mümkün değildir. Çünkü mesajı hazırlayanlar da mesajı algılayanlar da insandır ve insani zaafılara maruz kalmaktadırlar.

Kitle iletişiminde mesajın üretim sürecinde insani zaafılar söz konusu olmakla birlikte, mesajın bir cihazdan bir başka cihaza aktarılması sürecinde taraflar organik birer varlık olarak değil, mekanik birer varlık olarak tasarlanmaktadır. Dolayısıyla, mesajı kodlayan da mesajın kodunu açımlayan da mekanik sistemlerdir. Bunun sonucunda mekanik sistemlerle gerçekleştirilen iletişimde, özellikle hedef kitle, kaçınılmaz olarak, bir makine gibi tasarlanmakta ve ona cihaz muamelesi reva görülmektedir. Dolayısıyla modern mass medya dolayımıyla gerçekleştirilen iletişim, hem vericiler hem de alıcılar açısından, bir met’a alışverişinden ibaret hale gelmiş olmaktadır.

Hedef kitle ile mekanik bir aygıt olan mass medya arasında gerçekleşen bu ilişkiyi anlayabilmek için Hegel’in Efendi Köle diyalektiğini eksen almayı deneyebiliriz. Buna göre mass medya fail olarak, hedef kitle olan meful ile bir iletişim ilişkisine girmekte ve bu ilişki enformasyon fiilini doğurmaktadır. Mass medya bir araç olarak hedef kitlesini diyalektik olarak yok etmektedir.

Hedef kitlede yer alan her bir birey de mass medyanın yayınlarını diyalektik olarak yok etmektedir. Dolayısıyla her iki diyalektik yok etme sürecinde de karşılıklı bir doyum söz konusudur.

Ancak burada dikkate alınması gereken şudur: İnsan varlığı beslendiği zaman yediği yemekleri sindirip bir tatmin elde etmektedir ve bu tatminin koşullarını kendisi takdir etmekte, süreci kendi inisiyatifine göre işletmektedir. Ancak mass medya ile hedef kitle ilişkisinde süreç, her zaman, mass medyanın takdir ve inisiyatif alanı içinde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla bireyler mass medya tarafından önceden belirlenmiş ve organize edilmiş alan ve koşullara göre bir tatmin sağlamış bulunmaktadır.

BU BÖLÜMDE CEVABI SUNULAN SORULAR

1. Kişiler arası iletişimle kitle iletişimi arasındaki farkları belirtiniz?
2. İletişim taraflarının arasına mekanik bir aygıtın girmesinin sonuçlarını tartışınız?
3. Hedef kitleye ulaştırılmak istenen mesajın içeriği neden eksiksiz algılanmamaktadır?
4. Mekanik bir merkezden mekanik bir merkeze gerçekleşen iletişimde insanın, mekanik bir sistem olarak kabul edilmesinin sonuçlarını tartışınız?
5. Efende Köle Diyalektiğine göre mass medya ve hedef kitle nasıl formüle edilmektedir?
6. Mass Medya ile Hedef kitle arasındaki efendi köle diyalektiği neden farklıdır?

KAYNAKÇA

ALTHUSSER, Louis, (2003), **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, (Çev: A. Tümertekin) Haki yay. İstanbul

AVCI, Nabi, (1990), **Enformatik Cehalet**, Rehber yay. Ankara

CANGIZBAY, Kadir, (1985), **Gurvitch Sosyolojisi**, Değişim yay. İstanbul

CAZENUVE, Jean, (1983), **Sociologie de la Radio – Television**, PUF, Paris

CÜCELOĞLU, Doğan, (1981), **İnsan İnsana**, Üçüncü Baskı, Altın y. İstanbul

GURVITCH, Georges, (1985) **Sosyoloji ve Felsefe**, (Der: Kadir Cangızbay), Değişim y. İstanbul

KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem, (1988), **İnsan ve İnsanlar**, Yedinci Baskı, Evrim y. İstanbul

KOJEVE, Alexandre, (2001), **Hegel Felsefesine Giriş**, (Cev. S. Hilav), 2. Baskı, YKY yay. İstanbul

MATTELART, Armand, (1995), **Beyin İğfal Şebekesi** (Çev: I. Gürbüz), Ayrıntı yay. İstanbul

RUSSELL, Bertrand, (1981), **Batı Felsefesi Tarihi**, (Çev: Muammer Sencer), Üçüncü Baskı, Say y. İstanbul

SCHRAMM, Wilbur- Donald F. Robert (ed.) (1985) “Haberleşme Nasıl İşler”, **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, (Cev. Ü. Oskay), AÜBYO yay. No: 7, Ankara, Sh:99-134

SCHILLER, Herbert, (1993), **Zihin Yönlendirenler** (Çev. C. Cerit), Pınar yay. İstanbul

SEVERİN, Werrerr.J., TANBORD James W. (1994), **İletişim Kuramları** (Çev. Bir Sever), Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir

TOLAN, Barlas, (1985), **Toplum Bilimlerine Giriş**, II.Y, İkinci Baskı, GÜ, Ankara

YUMLU, Konca, (1990), **Kitle İletişim Araştırmaları**. Neşa yay. İzmir

Genel Sonuç Niyetiyle; SONUÇ

Karanlık Olmayan Arka Yüz

Kuşkusuz ki bu kadar karamsar bir tablo ile geleceğe ilişkin, “ters ütopya”lardan birisinin daha temelini atmak niyetinde değiliz. Çünkü tarihin bu tür karanlık projeksiyonları inkar eden kayıtları vardır. Korkunç yapılar (Nemrutları, firavunları düşününce) halindeki nice güç odakları vardır ki, bilginin üretim ve yayılımını tam anlamıyla tekeline alan; günü geldiğinde, bizzat tekellerindeki bilgi yüzünden onların iktidarları tarumar olmuştur.

Gerçekten de çağdaş “Avvisi” ve “Tia Pao”ların, bugün, tek bir zihniyete sahip olduğu ve bu bağlamda tekel kurmuş oldukları doğrudur (**Shiller**, 1993). İletişim ve iletişimci özgürlüğü kavramlarının en az “görünmez el” kadar efsunlu olduğuna da kuşku yoktur. Buna rağmen iletişimin doğasında; güç odakları kurmak, onları pekiştirmek ve korumak kadar; kurulu düzeni tarumar etme işlevinin de bulunduğu unutulmamalıdır.

Gurvitch(1985:121-142)’e göre “toplumsal yapılar, edim halinde olan, belirginleştirilmiş ve somut bir nitelik verilmiş bütünlerin görünüş biçimleri ve ikameleridir.” Bu yapılar toplumsal kurum, örgüt ve olgulardan ibaret değildir. Kurum, önceden kurulmuş, düzenlenmiş, bütünsel yapı tipine özgü fonksiyonel gruplaşmaların hiyerarşisidir. Örgüt ise, yapının dengelerinde rol oynayan öğelerden birisidir. Olgular; yapılardan daha geniş, onlardan önce de varolan ve yapıları kolaylıkla aşabilen, gerektiğinde konjonktür yaratarak, toplumsal yapılara can veren, tümü kapsayıcı birimlerdir. Toplumsal yapı bitmeyen bir süreçtir. Kesiksiz olarak yapısızlaşır (destruction) ve yeniden yapılaşır (reconstruction). Tümü kapsayıcı toplumsal olgunun kaynaklık ettiği konjonktür; yapının yapılaşmasını (structuration) veya yapısızlaşmasını ya da yeniden yapılanmasını sağlar. Ama yapı, kendi özelliklerini konjonktüre de yansıtabilir. Bu, eğreti duran, sürekli hareket halindeki yapıyla, konjonktürün, diyalektik bir ilişki için-

de olduğuna işaret etmektedir. Bu nedenle toplumsal yapılar kültürel eserlerin hem üreticisidir, hem de onların ürünleridir.

Bir toplumu oluşturan bireylerin en doğal etkinliği olan iletişim, aynı zamanda, toplumsal bir olgudur. Toplumsal olgular konjonktür üreten birer kaynak olarak toplumsal yapıları sürekli devindirmekte ve onları “kararsız denge”de tutmaktadırlar. Gelişim ve değişime yapılar bu sayede uyum sağlayabilmektedirler. Yani toplumdaki yapısal ve kurumsal uzantılarıyla; toplumsal güç odaklarının egemenliklerini kurmalarına, iktidarlarını geliştirip pekiştirmelerine ve korumalarına iletişim aracılık etmektedir. Bununla birlikte toplumsal bir olgu olan iletişim, konjonktürel kaynak olarak, toplumu aynı zamanda kararsız bir dengede tutmakta, yapı ve kurumları değişime, dönüşüme ve sürekli yeneden kurulmaya icbar etmektedir. Bu yüzden güç odaklarının emrine amade iletişim aynı zamanda, güç odaklarının korkulu rüyası olma özelliği arz etmektedir. Bu vasıf, toplumsal zeminin ‘sui generis’ özelliği olan ve olagelen bir dinamizmdir.

Toplumsal zeminde iletişim, bilgiden bir yapı kurabildiği gibi günü geldiğinde kurulan yapı, gene bilgi ile değiştirilip dönüştürülmekte, yani yenilenmektedir (Firavun, Nemrut, Tanrı-kral ya da yarı tanrı kralların tahtlarının baki olmamasının nedeni budur) Bu yüzden bilgi ve her türlü mesajdan kaçınmak, onları birtakım biçimsel ve normatif sınırlarla engellemeye çalışmak boşuna bir uğraştır. Yapılması gereken sürekli alternatif bilgi üretmek; geliştirmek ve yaymaktır.

Son bir notla bu çalışmayı noktalayalım.

Sermayenin ulus aşırılışması ile son yıllarda ilginç bir ‘corperation – state’ çatışması yaşanmaktadır. Oysa bilindiği gibi, merkantilizmle doruğa çıkan ‘corperation’ tetikçiliği işlevi yükümlenen ‘state’cilik tarih kitaplarında tescillidir. 2000’lere girdiğimiz yıllarda, ne oldu da, azmettiricilerle tetikçiler karşı karşıya geldi? Tekelci kapitalizmin yükselmesiyle birlikte ekonomik boyunduruk, siyasal ve sosyo-kültürel boyundurukla yerleştirilip, pekiştirilerek; kapitalizm, kendi siyasal ve sosyo-kültürel

yapılarını global düzleme yaymayı amaçlamıştır. Sermayenin bu amaçla uluslar arası boyut kazanması halsız devletlerin (İMF, Dünya Bankası v.s.) yeni bir tür ‘state’ işlevi yükümlenmek üzere devreye sokulmasını gerektirmiştir. Sırf bu yüzden olsa gerek, yani, eski tür ‘state’in yeni tür ‘state’le rollerinin karışmış olması nedeniyledir ki, muhtemelen, “yeni dünya”; sınıf, ulus, din, ümet, medeni-gayri medeni gibi amiller gerekçesiyle değil, doğrudan doğruya “pay” ve “parsa” gerekçe gösterilerek tanzim edilecektir. Belki de sermayenin ulus-aşırılacağı kavramı özellikle bu yeni paylaşım sınırlarına imaan üretilmiştir.

Ana tanrıçaların tahrip, baba tanrıların hadım edilmesi gibi, ‘state’ler tarafından, günü geldiğinde ‘corperation’ların yutulup sindirildiğine tanık olmuştuk. Bu günlerde de muhtemelen, eski tür “state” imparatorlukları, kendi yavruları halsız devletler (yeni tür ‘state’ler) tarafından tehdit edilmektedir. Uranos’u kendi oğlu Kronos hadım etmiş, iktidarına son vermişti. Kronos’u da onun oğlu Zeus öldürmüştü ve Titan devrini kapatmıştı. Zeus’un da her zaman Prometheus ile başı belada olmuştur.

Tarih kendini yaşıyor.

EK-1:

Anık Cengiz (1999) “*Varoluşçuluk ve İletişim*” **İletişim** 99/1 Kış, İletişim Fakültesi Dergisi, 1999, s: 99-119

VAROLUŞÇULUK VE İLETİŞİM

GİRİŞ

Varoluşçulukla iletişim arasındaki bağlara ilişkin çalışmalar, kuşkusuz ki yeni değildir. Bu konudaki en ufuk açıcı çalışmanın Watzlawick ve arkadaşları tarafından “*Une Logique de la Communication*”ın ‘ağyarı mani efradı cami’ niteliğindeki son bölümünde yer aldığı söylenebilir. O çalışmadan geniş ölçüde yararlanan bu ‘deneme’nin amacı, “perspektif” ya da “model” ortaya koymak değil, kullanılan bazı temel iletişim kavramlarına alternatif olması mümkün bir kavramsal düzeneğin kurulup kurulamayacağına göz atmaktır.

Felsefenin; evreni, insanı ve değerleri anlamak için sürdürülen bütünleştirici bir çaba (**Gürsoy** 1988: 87) olduğu tanımından hareket edilirse, kuramsal bir çalışmanın, varlık ve varlığa ilişkin olabildiğince soyut da olsa, her alana el atması doğal karşılanmalıdır. Bununla birlikte, varoluşçuluk gibi, daha çok belirli bir takım odakları olan akımla, hemen her alana olabildiğince dağılmış, yayılmış, serpilmiş iletişim arasındaki bağlantıları, bir noktadan görmeyi denemenin güçlükleri de açıktır. Belki de varoluşçuluğun bizatihi kendisi, bu güçlüğü aşılmasına katkı sağlayabilir; iletişimin kendi odak konularının birisinde yoğunlaşmasına vesile olarak, onun bu noktada açılım kazanmasına destek olabilir.

Konu varlık olduğu için alanın sınırlarını çizmek oldukça güçtür. Bilgi, ahlak, sanat, değer, tarih; bir varlık olarak insan ve doğa; felsefenin alanında yer almaktadır. İnsan ve insanın ilişkisi, etkileşim dünyasını anlama söz konusu olduğunda ise birey ve toplumların gözlem konusu olan etkinliklerinin yanında gözlem konusu yapılmasında güçlüklerle karşılaşılır, belki de bu yüzden anlatılamayacağı, açıklanamayacağı ve belirli kurallarının saptan-

namayacağı düşünölen duygu ve sezgi etkinliklerini ihmâl etme, hatta yok sayma ihtimali ortaya çıkmaktadır. Zira insanın somut dünyasından soyut dünyasına geçişte, nesnelliğin yerini kaçınılmaz olarak öznelliğin alması bir handikap olarak belirlemektedir. Varoluşçuluğun bu açıdan önemli olduğı düşünölebilir.

Varoluşçu düşünörlerden Kierkegaard felsefeyi, var olanın geleceğı yönelik düşünsel eylemi gibi görürken (**Wahl** 1964: 19); Heidegger, varlığın bir varlıkça sorgu konusu edilmesine (**Heidegger** 1990: 46) felsefe demektir. Jaspers'e göre “bütün gerçek bilgilerden yararlanarak, bu bilgilerin üstünde bulunan ve insanın birliğini kapsayan alanı kavrama” (**Jaspers** 1986: 5) felsefedir. Sonuç olarak denilebilir ki “varoluşçuluğa göre felsefenin birincil sorunu, tüm uzanım içinde varoluş değil, insan varoluşudur.”(**Mounier** 1986: 45) Böylece insan varoluşuna odaklanan varoluşçulukla, bir varlık olan insan iletişimi çerçeve içine alınmakta ve aksiyomatik olarak, “varoluşçu ilgi” ile iletişim konusu zımnen örtöştürölmektedir.

A. VAROLUŞ FELSEFESİNİN ANA HATLARI

Kökleri, ilk çağlara kadar uzanmasına karşın Varoluşçuluk, 20.yy.ın ortalarında yaygınlaşmış bir akımdır. Köklü felsefi temelleri olan varoluşçuluk dünya savaşları, 1930 mali krizi, Marksist hareketlerin sonuçlarının yarattığı hayal kırıklıkları gibi etkenler nedeniyle, bu dönemde, kötümser bir sıkıntı felsefesi haline dönüştüştür. Bununla birlikte “yüzyılın son saçmalığı varoluşçuluk modası”(**Mounier** 1986: 43) günümüzde, entelektöel bir bunalım söylemi olmaktan sıyrılıp çeşitli akım, ekol ve disiplinlerde izler bırakarak düşünce tarihi içindeki yerini almıştır. Sartre birini telin ve teyid eden çok sayıda varoluş düşünçesini iki ana kolda toplamaktadır:

“Birinci çeşit varoluşçular, Hristiyan varoluşçulardır. Katolik mezhebinden Jaspers’le Marcel bunlardandır. İkinci çeşit varoluşçular ise tanrı tanımaz varoluşçulardır. Bunlar arasında Heidegger’i, Fransız varoluşçularını ve beni sayabilirsiniz. Bu iki kolu birleştiren ortak yan, her ikisinin de şu düşünceyi benimsemiş olmasıdır: Varoluş özden önce ge-

lir. İsterseniz buna öznellikten hareket etmek gerekir de diyebilirsiniz” (Sartre 1985: 61).

Varoluşçular bir ağaca benzetildiğinde kökleri Sokrat’a, Stoicler’e, St Augustinus ve St Bernard’a kadar dayanmakta ve bu kökler, Pascal ile Main de Brani’i doğurmaktadır. Kierkegaard varoluş ağacının gövdesi, Fenomenologlar ise bu gövdenin üzerinde dallanıp budaklanan uzantılardır. Bu gövdeden uzanan ateist dalda Nietche, Heidegger; diğer dalda tanrıya inanan Jespers, Marcel ve diğerleri yer almaktadır (**Mounier** 1986: 48).

Kuşkusuz ki bu filozof, edebiyatçı ve düşünürleri tek tek ele almak gereksizdir. Varoluş düşüncesinde köşe taşı sayılabilecek birkaç düşünürün iletişimle ilgili düşüncelerine değinmek yeterli olacaktır. Ancak varoluş düşüncesinin köklerinden gelen bir kaç özelliğini de vurgulamak gerekmektedir.

Sokrates aynı zamanda bir ahlakçı olması ve sürekli sorgulayan üslubuyla varoluşçu düşüncüyü etkilemiştir. Birçok filozof gibi Sokrat’ın da öncelikle sorguladığı konular; insanın ne olduğu, nereden gelip nereye gideceği, bugün kimin için ne yapmakta olduğu gibi sorulardan doğmaktadır. Stoic’lerin en fazla irdeledikleri konular erdem ve ahlaktır. Stoicler ve Sokrat’ın buradaki önemi, çevresel koşulların birey üzerinde olumlu ya da olumsuz etkilerinin bulunduğunu vurgulamalarıdır. St Augustinus ve diğer Hristiyan azizlerin, tahmin edilebileceği gibi varoluşçulara hediyesi ilk günahıdır. İlk günahın hem Hristiyan hem de ateist varoluşçulara göre bireyde derin etkileri bulunmaktadır. Söz gelimi “fırlatılmışlık” kavramının altında “ilk günah” bulunabilir. Kierkegaard’ın onaylayıp, Heidegger’in reddettiği “kader” anlatısı da ilk günahın izlerini taşımaktadır. Kısacası kökleri ve tezleri ne olursa olsun, ister hristiyan, isterse ateist olsun varoluşçuluk, vülgarize edilerek özetlenmeye çalışılırsa şu yargılarla ifade edilebilir:

- Varlığı tanrının yarattığına inananlar, tanrının varlığı özüne uygun, yani önce özünü sonra varlığı yarattığını söylemektedirler. İnanmayanlar ise her varlıkta

nesnel bir öz, ayniyet, tabiat olduğunu söylemektedirler. Buna itiraz edenler, önce varoluşun sonra özün geldiğini savunmaktadırlar. Varlık (özel olarak insan) öncelikle vardır. Özünü (düşünce, kültür, yetenek, beceri vs.)yaşayarak, mücadele ederek kazanmaktadır.

- Öznel olan her şeyden önce gelmektedir. Geleneksel felsefe nesneye daha fazla önem vermektedir. Bu yüzden de kabukta, kılıfta, yüzeyde kalmaktadır. Oysa asıl derinlik içerde, çekirdekte, yani özdedir.
- Modernite ve onun dayattığı üretim biçimi insanı nesneleştirmiş, yabancılaştırmış, makinanın egemenliği altına sokmuştur. Birey özünü, benliğini, bilincini yitirmiştir. Bunun sonucunda da birey anlamsız, mantıksız, nedensiz bir yaratık haline gelmiştir.
- Baskıdan, zorbalıktan kurtulmak, özgürlüğe kavuşmak için özneliği yüceltmek şarttır. Birey; toplumsal ve kamusal normlardan kurtulup; tekdüze, birbirinin eşi yaratıklar olmayı reddederek varlığını, özneliğini koruyabilir. Öznelik; yalnızlık, bireycilik, buhalım, kaygı, umutsuzluk içinde belirlemektedir. Bu kaosla birlikte öznelik korunabilir, içe dalış gerçekleşir, bireysel şifreler çözülebilir.
- Birey dünyaya kimsesiz, savunmasız ve zavallı biçimde fırlatılmış durumdadır. Ne denli savaşı, çabalar, gayret gösterirse, kendi varoluşunu o kadar gerçekleştirebilir, özünü kazanabilir, varoluşun hazzını tadabilir.

B. VAROLUŞÇULUKTA İLETİŞİM DÜŞÜNCESİ

Kuşkusuz ki bu denemenin konusu, varoluşçu akım ve varoluşçu filozofların dile getirdikleri iletişim düşüncesini çözümlemek değildir. Böyle bir çaba, hem bu denemenin boyutlarını aşar hem de yapılacak iş yazarın alanının dışında kalmaktadır.

Burada sadece, izleyen bölümde kurulacak olan varsayıma zemin teşkil edecek değinilerde bulunma amaçlanmaktadır.

Varlık kavramının bizatihi kendisi iletişimi gerektirmektedir. Varlığın iletişim olmadan var olması ya da var oluşun ortaya çıkması mümkün değildir. Nitekim varoluşçularda da iletişim, vazgeçilmez bir varlık edimi olarak görülmektedir. Hatta iletişim varlığın tüm etkinliklerinin bütününe kapsamaktadır. Kierkegaard için iletişim bundan da öte bir işleve sahiptir.

Öznelliğin yoğun duygu yükünün varoluşu gerçekleştirdiğini belirten Kierkegaard, bir yöntem olarak ‘öze dalışı’ önermektedir. Ona göre iman bu öze dalış sonucunda yaşanan iletişimden başka bir şey değildir. Bu yolla beş duyunun ötesinde gerçekleşen iletişimi göstermeye çalışan Kierkegaard, bilginin özne ile nesne iletişiminin ürünü olduğunu vurgulamakta, somut varlıklarla arasındaki dolaysız iletişimle birlikte, somut varlıkla soyut varlık arasındaki dolaylı iletişimin varlığından söz ederek, İbrahim’in oğlunu kurban etme ‘kıssa’sını, bu tür bir iletişimsel bilgilenimin sonucuna bağlamaktadır (**Kierkegaard** 1990).

Genel açıklamalardan ziyade şu an yaşanan olayların bizzat onu yaşayanlar açısından betimlenmesini temel ilke olarak benimseyen fenomenoloji ile, onun kurucusu Husserl; varoluşçuluğu sistemli bir düşünce haline getirdiği ve Sartre ile Heidegger’e dayanak teşkil ettiği için (**Gürsoy** Tarihsiz, 48-49) önem arz etmektedir. **Husserl** (1997)’e göre nesne sadece bir veridir. Bu nedenle bu veriye önceden edinilmiş öngörülerle bakılmamalıdır. Fenomenolojik yöntem; görerek, aydınlanarak, anlam belirleyerek ve anlam ayrımı yaparak nesneyi betimlemeye çalışmaktadır. Ama bundan genellemeler çıkarmak gerekmez Zira her öznenin gördüğü, nesnenin kendini gösterdiği ile sınırlıdır. Bu nedenle ‘görünüş’ ile ‘görünen şey’ (**Husserl** 1997: 42) arasında bir ayrım yapmak gerekmektedir. Demek ki gören özne ile görülen nesne ilişkisiyle gerçekleşen iletişim sonucunda ortaya çıkan bilginin yansızlığının ölçütü, gören öznenin bilincinde içkin durumdadır (**Husserl** 1995). Kısacası öngörülerin

bu çalışma açısından anlamı; çevresinden ileti alan kişilerin, bu iletiye yükledikleri öznel içeriğe fenomenolojinin parmak basmış olmasıdır. Elbette bu yaklaşım bilimsellik adına ileti sunan öznenin nesnelliğini kuşkulu hale getirdiği gibi, nesnenin özne üzerindeki egemenliğini de tartışma konusu yapmaktadır.

Ateist varoluşçu akımın üç köşe taşı Nietzsche, Heidegger ve Sartre'dir. Sartre bu ikisinin arasında en popüler olanıdır. Zira Sartre, edebiyatın çeşitli dallarında ürünler verdiği ve varoluşçuluğu popülize ettiği için daha fazla tanınmaktadır. "Putları devirme" (**Nietzsche** 1983)'yi kendine sanat edinen Nietzsche, nesnelliğe karşı öznelliği yüceltmektedir. Hatta ona göre tanrı bile bireyin öznelliği karşısında yok olmaktadır. Bir iletişim aracı olan dilin sınırlarına ve özellikle düşünceyi dilin tutsak almasına değinen **Nietzsche (1990)**, özne ile nesnenin birbirleriyle sürekli olarak etkileşen dinamik varlıklar olduğunu vurgulamaktadır. Heidegger'e göre çevre bireye kaygı veren, onu rahatsız eden bir ortamdır. Ona göre birey fırlatılmış olarak vardır. Bu fırlatılmışlık dünyaya kaygılı bir bağlılığı beraberinde getirmektedir. Kendi rızasının dışında var olan birey, çevreyle iletişim kurarak ilişkilerini düzenlemektedir. Dolayısıyla Heidegger göre "...insan var olan bir şeydir. Var olan bir şey olarak insan tıpkı taş, ağaç ve kartal gibi varlığın bütününe aittir. ...varlığın içine dizilmiş durumdadır. ... Ancak insanın ayırt edici özelliği, insanın düşünen varlık olmasıdır" (**Heidegger** 1997 18). Nesnel bütünün bir parçası olan insan bu ayırt edici özelliği ile öznelleşmektedir. "Düşünümün yolları durmadan değişir; yol üzerinde bir patikanın başladığı yere göre, yolun patika geçen kesimine göre, yol boyunca soruşturmaya değer olan şeye açılan uzaktaki bir manzaraya göre hep durmadan değişir" (**Heidegger** 1998b: 43). Dolayısıyla nesne öznel bir edim olan düşünmeyi de etkilemektedir. Kuşkusuz ki düşünme ediminin "laf söyleme"den ibaret olmaması için de kişinin "soruşturma karakteri"ni kaybetmemesi şarttır(**Heidegger** 1998b: 44). Böylece kendine ait oluşun yol açtığı bir enformasyonla nesne özneyi iletişim havuzunda tutsak almakta, özne ise öznel bir edim olan düşünme yetisi ile bu havuzda hareket ederek hem havuzda var olma yollarını bulmakta

hem de bu yolları keşfederken havuzun karakterine nüfuz eden etkilere bulunmaktadır. Felsefe, edebiyat, deneme, eleştiri, oyun-senaryo gibi çok çeşitli alanlarda ürün veren Sartre, çağdaş varoluşçuluğu Heidegger'den daha yüzeysel biçimde anlatarak yaygınlaştırmıştır. Bir anlamda, başta Heidegger olmak üzere varoluşçuların düşüncelerini derleyip toparlayıp, özlü ve vülger biçimde aktarmaktadır. **Sartre**(1985: 65)'a göre "insan kendi kendini" seçmektedir. Kendini seçme aynı zamanda başka insanları da seçme demektir. "...başkası hem varoluşum hem de kendimi bilişim için gerekli"dir diyen (**Sartre** 1985: 85)'a göre bir başkası görüldüğü zaman o kişi aynı zamanda 'bir başka'ları tarafından da görülmektedir. Demek ki birey başkalarıyla iletişim kurarak varlığını fark etmektedir. "insanın kendini bulma"sı, "özünü elde etme"(**Sartre** 1985: 99)'si, bu tür bir iletişim etkinliğine dayanmaktadır. Zira başkalarını görmedikçe kişinin kendini görmesi, kendi varoluşunu gerçekleştirme olanaklı değildir.

Başkasının değil, kendisi olanının ne olduğu sorununa eğilen, Hristiyan varoluşçulardan Marcel'e göre, bir şey fark edildiği zaman ona sahip de olunmaktadır. Aksi olsaydı, çevresini algılayan bilinç, çevresi gibi nesnelleşmiş olurdu. Ona göre başkasıyla iletişim bütünleşmeyi sağlamaktadır. İletişim, tarafların birbirlerinin özgürlüğüne katılma fırsatı doğurmaktadır (**Mounier** 1986: 154). Jaspers, iletişimi varoluşun zorunlu bir gereği olarak görmektedir. Bir anlamda iletişim onun düşünce-sinde merkezi bir konuma sahiptir. Jaspers'e göre gerçeği bulmanın yolu insandır. Varoluşun kaynağı da bireyin bir başka bireyle ilişki kurmasıdır. Bu bağ, bireyin varoluşunu açığa çıkarmaktadır. Varoluşun temel ögesi olarak karşımıza çıkan iletişim, kimi zaman metafizik derinliği ile, şifre ve simgeler aracılığı ile gerçekleşmektedir. Böylece felsefenin temelini teşkil eden iletişim, toplumsal ve bireysel alanda, karşılıklı bağlanmalarda ya da tartışmalarda, zıtlıklarda belirlemektedir. İletişimi sadece "anlıktan anlığa, tinden tine değil, insan varlığından insan varlığına giden, kişisel olmayan bütün içerik ve değer gerçeklerinin aracı" olacak biçimde, geniş kapsamlı düşünen Jaspers, iletişimin eko-

nomik, siyasal, sözsel ilişkileri açıklayan yönünü kolay iletişim olarak görmektedir

“Benim için, tek başıma kendisiyle geçinebileceğim bir gerçeklik olsaydı, onunla yetinirdim, bu olabilirdi. Ben, gerçekliğin salt yalnızlığı içinde güven altında bulunursam, azalmakta olan iletişim yüzünden doğan bir sıkıntı ve gerçek iletişim içindeki tek düzeyli doyum bizi felsefeyle ilgili kılmazdı. Oysa ben, başkalarıyla bağlantılıyım, kendi başıma hiçbir nesne değilim” (Jaspers 1986: 57).

Dil ile ilgili olarak şöyle bir yaklaşım tarzını benimseyen Jaspers, “dil” der, “ilkin her zaman konuşmaktır.” İkinci olarak dil bir ihtiyaç, üçüncü olarak ise insan olmanın bir göstergesidir (Jaspers 1986: 57). Dili, öğeleriyle ve çeşitli yönleriyle ele alan Jaspers, dil ile düşünce arasındaki bağı da ortaya koymaya çalışmaktadır.

C. VAROLUŞÇU BİR BAKIŞLA İLETİŞİM (Kuramsal Bir Deneme)

Varoluşçu bir yaklaşımla, iletişime kuramsal bir giriş denemesi, varoluşçuların sorunsallarının bazı önermelere dökülerek bu önermelerin çıkış noktası olarak kullanılmasını gerektirmektedir. Bu önermelerden dört tanesi kanaatimizce konunun çıkış noktalarını teşkil etmektedir:

1. Öncelikle insan vardır. Birey iletişim kurarak; çevresinden etkilenecek ve çevresini etkilemeye çalışarak varoluşuna özünü kazandırmaktadır.
2. İletişim; sadece çevre ile merkezin duyuşal etkileşimini değil, aynı zamanda duygusal etkileşimini de kapsamaktadır.
3. Merkez çevre iletişimsizliği entropiyi hızlandırmaktadır.
4. Çevre, merkezin etkinlik ve eylem alanını sınırlandırmaktadır.

Dört varoluşçu önerme, bu çalışma için ileri sürülen **“bi-rey çevreyle etkileşim içindedir ama iletiye karşı daima et-kendir”** varsayımını değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Anılan dört önermenin bu amaca hizmet etmede yeterli olacağı düşünülmektedir.

1. Özne Nesne Sorunu

Varoluşçuların en önemli savlarından birisi olan “önce varlık vardır, öz sonra kazanılır” savı, kendi içinde çelişkili gibi görünmektedir. Yani, çevre bireyin üzerinde bu denli etkili olabiliyorsa, demek ki, önemli olan nesnedir. Oysa varoluşçulara göre önemli olan öznedir.

“Nesne ileti kaynağı, özne de iletiyi ‘kendine göre’ algılama imkanına sahip olduğu için; her ikisi de önemlidir” yaklaşımı çerçevesinde, bu soruna bir ölçüde açılım kazandırılabilir.

Varoluşçulara göre özne fırlatılmış olarak vardır. Yaşamı boyunca edindikleri ile özünü oluşturur. Demek ki bireyin özünü oluşturabilmesi için çevresi ile iletişim kurması gerekmektedir. Birey bu yolla kişiliğini oluşturmakta, yeteneklerini geliştirmekte, toplumsal bağlar oluşturmakta, kısacası yaşama kendini entegre etmektedir. Özne ile nesne arasındaki bu iletişim, bir tür egemenlik ilişkisidir. Nesne içindeki bir özne, bir başka -nesne içindeki- özne ya da öznelerle iletişim kuracak, ama her ikisi de karşısındakini nesne olarak görecektir. “özne ve nesne kendi benzeri varlıklar tarafından tüketil” (**Watzlawick** v.d. 1972: 262)ecektir.

Geştalt psikologları öznenin nesneyi algılamasının parçacıl değil bütüncül olduğunu söylemektedirler (**Escarpit** 1976: 86-87). Buna göre, zemin üzerindeki bir figürün belirlilik kazanması için, nesneden özneye gelen iletinin içeriğinin zemine ilişkin olan yanının daha yüzeysel, figüre ilişkin olan yanının daha ayrıntılı olması gerekecektir. Nesne, zemin içindeki figürle, iletinin içeriğindeki belirli yanlara vurgu yapma imkanına

sahipken, özne de figür ya da zemindeki belirli bazı ayrıntıları seçme, belirli bazı ayrıntıları ayıklama, görmezden gelme ya da savaşımla şansına sahiptir. Yani ne tümüyle nesne özneyi ne de özne nesneyi tümüyle biçimlendirme ya da “tüketme” şansına sahiptir. Nitekim Jaspers de “ne nesnesiz özne, ne öznesiz nesne vardır”(Jaspers 1986: 332) derken bunu ima etmektedir. Bu noktada çıkartılması gereken sonuç şudur: Nesne ile özne arasındaki bu iletişimsel ilişkiden sonra demek ki, ne özne iletişimden önceki özne ne de nesne iletişimden önceki nesne olarak değişmeden kendini koruyabilmektedir. O halde özne ile nesne arasındaki iletişim kendi doğallığı içinde karşılıklı gerçekleşmektedir.

Varoluşçuların ilk önermesinden ortaya çıkan sonuca göre, bireyin çevresinden etkilenmesinin ve çevresini etkilemesinin aracı iletişimdir. Birey her iletişimsel eylemden sonra çevresini tüketerek, çevreden kendisi adına bir kazanım elde etmekte ama aynı zamanda da kendi varoluşuyla çevreye bir katkı sağlamaktadır. Sistem düşüncesinin kavramlarıyla söylenecek olursa çevresinden girdi olan birey aynı zamanda çevreye bir çıktı sunmaktadır. Böylece, hem kendisinin hem de çevresinin sürekli olarak değişime mahkum olduğu dinamik bir ortam yaratılmış olmaktadır. Bu ortamda ne tümüyle öznenin nesneyi ne de tümüyle nesnenin özneyi “gözlemle”diği, “kavra”dığı, “tüket”tiğinin iddia edilmesi mümkündür. Demek ki böyle bir ortamdaki süreci, ‘**iletişimsel etkileşim süreci**’ gibi bir kavramla ifade etmek gerekmektedir.

2. Girdinin Hayati Önemi

Varoluşçulara göre insanın özünü oluşturmalarını sağlayan çevrenin, hayati bir önemi bulunmaktadır. Özne çevreden, bilgi-enerji-madde sağlayarak yaşamını sürdürmektedir. Aynı zamanda da çevreye çıktı sunmaktadır.

Sistem kuramcıları bütün disiplinleri yöneten kuralların aynı olduğunu (**Sözen** 1980: 51) savunmaktadırlar. Sistem ku-

ramına göre her sistem girdi elde etmek zorundadır. Bu girdiler iki ana başlıkta toplanmaktadır: Bunlar varlık koruma girdileri ve üretim girdileridir. “Varlık koruma girdileri sistemi ayakta tutan enerji alımlarıdır. Üretim girdileri ise üretken bir sonuç verecek biçimde işlenen enerji alımlarıdır” (**Katz ve Kahn** 1977: 35). Açık sistemler çevreleriyle sürekli madde-bilgi enerji alışverişi yaparak daha karmaşık katmanlara doğru evrimleşmekte ve denge durumlarını süreğen kılmaktadırlar (**Watzlawick** v.d. 1972: 262). Bireyler çevrelerinden bilenen bazı biyolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla girdi almamakta, “yaşamak için sadece, metabolizmalarına gerekli maddeleri değil, aynı zamanda çevresel alemleriyle ilgili bilgileri de” (**Watzlawick** v.d. 1972: 262) çevrelerinden edinmektedirler. Bu anlamıyla çevre her açıdan birey için yaşam kaynağıdır. “Demek ki, iletişim ve varlık birbirlerinden kopmaz kavramlardır” (**Watzlawick** v.d. 1972: 262).

Girdi alımı ile ilgili olarak mekanik sistemlerle organik sistemler arasında azımsanmayacak bir fark bulunmaktadır. Bir bilgisayar, programlanmış olduğu her tür bilgiye açıktır. Ancak organik sistemler, çevreden aldıkları girdinin kodunu açımlayabilme yeteneklerine bağlı olarak, yaşamlarını sürdürebilmektedirler. Mekanik sistemlerde ise programlama dili uygun olduğu takdirde girdi alımı kusursuz bir düzeydedir. Organik sistemlerde, özellikle insan söz konusu edildiğinde, bireyin çevrede bulunan girdilere reaksiyonu, varoluşçu bir terimle duygunun girdi alımında etkili olduğu göz önüne alındığında, çevrenin bireyi etkilemesinden değil “karmaşık etkileşimler”den söz etmek gerekmektedir. Yani, “varoluş, organizma ile ortamı arasındaki bir ilişkinin fonksiyonu” (**Watzlawick** v.d. 1972: 263) olmaktadır.

Sonuç olarak “yaşam, -veya gerçeklik, yazgı, tanrı, varoluş, adını nasıl koymak istersek isteyelim- inkar ve tasvip ettiğimiz duygularımız tarafından reddedilen veya kabul edilen bir partnerdir” (**Watzlawick** v.d. 1972: 263). Bu partner, çevreye uyum ya da uyumsuzluklar çerçevesinde biçim ve içerik kazanmaktadır. Buna göre onun dışındaki bir varlık olan çevreye

ilişkin bireyin uyum ya da uyumsuzlukları, doğrudan doğruya çevreye karşı değil çevreden gelen iletilere göre belirlenmektedir. Çünkü çevresel iletilerin kodunun açılması, organizma olarak bir organ kullanmayı gerektirmektedir. Bu organlar; duysal, duygusal ve aşkın olmak üzere üç ana kategoriye ayrılabilir. Demek ki insanın çevre ile iletişimi bir bilgisayar programında olduğu gibi doğrudan değil onun uzantısı olan bir araçla gerçekleşmektedir. Bu aracı kullanma becerisi, bir partner olan yaşamın içeriğinin anlamını belirlemektedir. Daha doğrusu, çevresel iletilerin kodunun açılarak bu araçlar tarafından iletinin organizmaya uygun hale getirilmesi; iletinin organizma için yeniden üretilmesi, dönüştürülmesi, işlenmesi ya da kodlanması anlamına gelmektedir. Bireye nüfuz etmek amacıyla ona ileti gönderen çevrenin etkisi, iletinin, bireyin herhangi bir organı tarafından yeniden üretilmesinden dolayı, tek yönlü değil çift yönlü gerçekleşmekte; bu yüzden de bireyin çevreyi ya da çevrenin bireyi etkilemesinden değil, “karmaşık etkileşim”den söz etmek gerekmektedir. Buradan hareketle de bireyin doğrudan doğruya çevreye değil, ‘**çevresel iletilere karşı etken**’ olduğu sonucu çıkartılabilir.

3. İletişimsel Soyutlama

Hatırlanabileceği gibi varoluşçuların görüşlerine dayanarak ileri sürülen önermelerden bir diğeri, “iletişim sadece çevre ile merkezin duysal etkileşimini değil, aynı zamanda duygusal etkileşimini de kapsamaktadır” önermesiydi. Bu önermeden yola çıkılarak iletişimin gerçekleşme biçimi üçe ayrılabilir: a) duysal iletişim, b) duygusal iletişim, c) aşkın iletişim.

İnsanların ihtiyaçlarının hiyerarşik olduğu ve bu ihtiyaçlara göre insanların seçici davrandığı çok sağlam ampirik temellere dayanmamakla birlikte genel olarak kabul görmektedir. Gestalt psikolojisinin öngördüğü biçimde, zemin-figür algılamalarındaki farklılıklarda olduğu gibi; birey, bir bütün olarak karşısında yer alan çevreyi, belirli bazı etkenlerin tesiriyle algıla-

maktadır. Bireyin içinde bulunduğu kültür, biyolojik - sosyolojik ihtiyaçlar, çevreyi algılamasında, bireyi bazı seçimler yapmaya zorlamaktadır. Berkowitz bu işlemi “kategorileştirme” kavramı ile anlatmaktadır. “Bu kategoriler, duyularımıza varlıklarını fark ettirmeye çalışan sayısız algı nesnesi arasında, hangilerini seçeceğimize karar vermemizi kolaylaştırmaktadır” (**Tolan** v.d. 1991: 93) ve bu kategorileştirme hiyerarşik bir sistemdir. “Genel olarak insan yaşantısında daha sık karşılaşılan kategoriler, bu hiyerarşide daha üst yerleri tutmak” (**Tolan** v.d. 1991: 93)adırlar.

Bu açıdan bakılırsa algılamanın öznel bir işlem olduğu rahatlıkla söylenebilir. Nitekim “Schneiders’e göre algılama; tekil, duysal iletilerin (görülen nesne, ağızdaki tad v.s.) öznel bir biçimde örgütlenmiş bütünüdür. Bu bütün, içindeki parçaların, yani duyuların ilettiği iletilerin toplamından ibaret değildir.” (**Tolan** v.d. 1991: 100). Algılamanın yapısal ve işlevsel iki temel etken altında gerçekleştiğini belirten Krech ve Crutchfield de idrakin fonksiyonel bakımdan seçici olduğunu (**Krech ve Crutchfield** 1970: 91) belirtmektedir. Bununla birlikte özne ile nesne arasında iletişimin mümkün hale gelmesi için anlamların nesnel olması da gerekmektedir. Yani algısal her anlam, kişisel özelliklerden ibaret olsaydı anlaşma, daha doğrusu toplumsal ortak simgeler ortaya çıkmazdı. Hatta (kişiler arasında) iletişim olmazdı (**Wiredu** 1983:2).

Demek ki çevrede bulunan nesnelerin nesnel anlamı içsel olarak bireyde öznelleşerek tutum, tavır, kanaat, düşünce v.s. oluşturmaktadır. Bunu açıklığa kavuşturmak isteyen Watzlawick ve arkadaşları, iki tür bilgiyi (W. James’te olduğu gibi) birbirinden ayırmaktadırlar. Bunlar şeylerin bilgisi ve şey üzerine bilgisidir. Pavlov’un deneyleri üzerine görüşlerini bina eden yazarlara göre, şeylerin bilgisi duyularla elde edilen bilgilerdir. Köpeğin elipse veya çembere ilişkin bilgisi böyle bir bilgidir. Köpek bu bilgi üzerine yeni bir takım bilgiler inşa etmektedir. Zira bu iki geometrik şekil arasında ayırım yapabilmesi, onun hayatta kalmasını sağlamaktadır (**Watzlawick** v.d. 1972: 265).

Burada üç aşamalı bir soyutlamadan söz etmek mümkün görünmektedir:

1. iki farklı geometrik veya matematik bilgi **öğrenilmektedir**.
2. Onların yaklaşma veya uzaklaşma objeleri olduğu **fark edilmektedir**.
3. Bunun yaşamsal olduğu **anlaşılmaktadır**

Böylece, organik bir sistemdeki basit iletişimsel soyutlama ortaya çıkmaktadır. Bir nesne ile iletişim, onun, fonksiyonel ve yapısal özelliklerine ilişkin bir ileti alınması ile başlamakta, bu ileti ile yüz yüze gelme nedeni ve iletinin içeriğinin ne anlam ifade ettiği fark edilmekte ve bu bilgilerin üzerine “ben” ve “o” tanımlaması yapılarak, ‘o’nun, ‘ben’ için ne anlam ifade edeceği veya ne işe yarayacağı belirlenmektedir.

İnsan, duyguları ile diğer canlılardan çok daha fazla bir biçimde bilgiyi soyutlayabilmektedir. Diğer canlılardan farklı olarak onların başaramadığı “aşkın iletişim” denilebilecek etkinliği ile, bu bilgi üzerindeki soyutlamasını sonsuz düzeyde devam ettirebilmektedir. Bu soyutlama sonucunda öznenin öznelleşmesi, nesne açısından anlamsız hatta saçma bulunabilir. Bilgi bağlamında özne ile aynı anda ve aynı düzeyde öznelleşmemiş olan nesne, mevcut bilgi düzeyi ile öznedeki değişimi öğrenip, fark edip, anlayıp; bu bilgileri örgütleyemediği için, öznedeki değişimleri anlamsız - saçma bulmaktadır. Nitekim Watzlawicks ve arkadaşları, “insan zihninin sınırlarına dayanan” bu tür bir öznelleşme halini, “sezginin, empatinin, mistik deneyimlerin alanı” olarak görmektedirler. Onlara göre bu alan aynı zamanda terapinin de gerçekleştirilebileceği daha üst bir bilgi düzeyidir(**Watzlawick** v.d. 1972: 271). Bu düzeye ulaşıldıktan sonra onun alt düzeyindeki bilgileri hiyerarşik olarak değiştirme imkanı doğmaktadır. Yani alışkanlıklar, deneyimler ve çevreye gösterilen tepkilerin sonucunda organize olmuş; kanaat, tutum, kalıp yargı gibi yapılar bu düzeyde gerçekleşen bir soyutlama ile değiştirilebilmektedir (**Watzlawick** v.d. 1972: 265). Aşkın iletişim olarak tabir edilebilecek olan insan etkinliği ile ulaşılan bu düzey aynı zamanda birer öğrenilmiş bilgi -olağan- olan bilimsel paradigmalar içindeki,

mantıksal, matematiksel veya gözleme dayalı paradoxları fark edip, onları kavramayı-anlamayı da kapsamaktadır.

4. Özne Nesne Etkileşimi

Hatırlanacağı gibi son önerme şuydu: “Çevre, merkezin etkinlik ve eylem alanını sınırlandırmaktadır. Ancak öznel bir güç olan merkez, bu sınırları etkileyebilmektedir.”

Dünyaya fırlatılmış olmak, zavallı ve yalnız kalmak, nesnenin özne üzerindeki egemenliğini göstermektedir. Varoluşçulara göre çevresel koşullar bireyi çepeçevre kuşatmıştır ve bireyin yapabileceği pek fazla bir şey yoktur. Birey **Camus** (1994)’nın, “Yabancı” gibi kendini savunma ihtiyacı bile duymamaktadır. Kaldı ki kendini savunsa bile güneş yüzünden adam öldürdüğüne kimse inanmayacaktır. Öte yandan varoluşçulara göre, yeryüzüne yapayalnız ve zavallı biçimde fırlatılmış olan birey, kendini nesne olmaktan kurtarmalı, öznelliğini yüceltmeli, özne olduğunu çevresine haykırmalıdır. O var olmuştur ve özünü ancak bu yolla kazanabilecektir. Çevre ile savaşmanın diğer adı yaşamdır. Yaşam, gerçeği aramanın aracıdır ve “en geniş anlamıyla yapıp ettiğimiz şeydir, gerçek” (**Watzlawick** v.d. 1972: 266). Özne gerçeğin bilgisini bulmayı başaramadığı zaman yaşam saçmadır. Varoluşçu filozoflar “...insanı biçimsiz, saçma, donuk bir dünyaya içinde fırlatılmış gibi görmektedirler. İnsan kendi konumunu orada yaratmayı başarmaktadır (**Watzlawick** v.d. 1972: 265). Özneliğin yüceltilmesi ve öznenin yaratıcı kılınması, bu “donuk, saçma, biçimsiz” dünyayı yaşanılır hale getirmektedir.

Daha önce de değinildiği gibi varoluş düşüncesindeki bu paradox, aynı zamanda bir çıkış yolu da sunmaktadır: Nesne özneyi etkilemektedir. Öznenin tepki gösterebileceği tüm koşulları belirlemektedir. Ancak özne de nesneyi etkilemektedir. Çünkü bu etkileme onun öznelliğinin bir göstergesi olmaktadır. Nesnenin özneyi etkilemek amacıyla ona gönderdiği ileti, özne tarafından işlenmekte ve yeni koşullar yaratmasına yol açacak bir içerikle nesneye, özne tarafından geri gönderilmektedir. Sonuç olarak özne ile nesne arasındaki bu ilişkiyi, etkileşim olarak görmek gerekmektedir. Bu etkileşimi mümkün hale getiren de iletişimdir.

SONUÇ

Bilindiği gibi iletişim alanındaki çalışmaların ağırlığı “etki”ye ilişkindir. Bir grup iletişimci medyanın sınırsız etkileri üzerinde ısrarlı iken bir kısmı da sınırlı etkiye ilişkin ampirik çalışmalar sunmaya devam etmektedir. Bu arada iletişimin katalizör rolü üzerindeki yaklaşımları da zikretmek gerekmektedir. Bu yaklaşımlarının tümünün iletişim için önerilen kaynak, ileti, hedef kitle gibi temel kavramlar üzerine inşa edildiği söylenebilir. Bu temel kavramlar öngörülürken, etkileyen - etkilenen gibi bir paradigmadan hareket edildiği de vurgulanmalıdır. Bunun haklı nedenleri de vardır. Zira iletişime ilişkin çalışmaların başlangıçta “ikna” odaklı olduğu ve ağırlıklı olarak kitle iletişimi üzerinde yoğunluk arz ettiği bilinmektedir.

Ancak günümüzde, iletişim stili, kimi özgün yanlarını korumakla birlikte kitlesel iletişim, yüz yüze iletişime doğru evrimleşmektedir. “...alıcı ve verici eskiden ayrıştırılabilir iki kaynakla inşa edilirken artık etkileşimli iletişim sistemiyle bu ayrıştırma geçersiz hale gelmektedir” (Lazar 1992: 99). Kişiler; ister kaynak isterse hedef kitle safında yer alsın, veb sayfeleri ile, fiziksel olarak birbirlerini görmeseler de -görmeleri de mümkün- mesafe ve ortam ne olursa olsun, yüz yüze iletişim kurabilmektedirler. Kısacası geleneksel kitle iletişimindeki “feed back”in karakteri değişmektedir. Dolayısıyla sözü edilen kavramların kuşatıcılığı ve tanımlayıcılığı da azalmaktadır. Bu durumda, tartışılması gereken sorun; kanaatimizce, kitlesel iletişim de dahil, her tür iletişim etkinliği için, yeni bazı kavramlara ihtiyaç hasıl olup olmadığıdır.

Bize göre varoluşçuluğun bu bağlamda katkıları olabilir.

1. Varoluşçu ilk önerme, kişilerin, çevreleri ile iletişim kurarak, kendi varlıklarını ortaya koydukları iddiasına dayanmaktadır. Buradaki “nesne”, iletişim kaynakları olarak somutlandığında, çevrenin bireyi iletilerle kuşa-

tıp biçimlendirmeye çalıştığı söylenebilir. Buňa karşılık da birey, bir özne kimliği ile ve kimi zaman çevrenin oluşturduğu koşullar doğrultusunda, kimi zaman da çevrenin oluşturduğu koşulların doğrultusuna kendisini kaptırmadan, çevrelerine ileti sunmaktadırlar.

Birey ile çevresi arasında cereyan eden bu etkileşim süreci esnasında birey, çevresini kavrayabildiği düzeyde varoluşunu ortaya koymakta ve çevresindeki koşulları etkileyebilmekte, çevre de bireye kendini kavratılabildiği düzeyde, onun kendi koşullarına göre biçimlenmesini sağlamaktadır.

Varolmanın kaçınılmaz ve varoluşun zorunlu bir sonucu olan bu etkileşim, demek ki, etken-edilgen ya da etkileyen-etkilenen arasında cereyan etmemekte; daha ziyade iki **taraf** ya da **tarafklar** arasında gerçekleşmektedir. Zira çevre tarafından ileti, ne denli manipülatif kodlarla bezenirse bezensin, birey sonuçta bu kodu, 'kendine göre' açıklamakta ve işlemekte, bu açıklama ve işlemeye müstenid bir ileti ortaya koymaktadır.

2. Girdi alışverişi her varlığın var olması ve var kalması için hayati önem arz eden bir etkinliktir. Girdi alışverişinin gerçekleştirilmesinin aracı da iletişimdir. Tüm girdiyi 'bilgi'ye, girdi alışverişini iletişime indirgemek iddialı bir yargı gibi görünmektedir. Ancak kategorize edildiği takdirde, bu indirgeme, olgunun şümülünü daraltmadığı gibi, olgunun şematik biçimde netleşmesine katkı sağlamaktadır. Bu da gereklidir. Nitekim mekanik, inorganik ve organik sistemlerin her birinde, girdi alışverişi, farklı bir karakter arz etmektedir. Hatta insanın bilgi alışverişi hem diğer tüm sistemlerden ayrılmakta hem de kendi içinde kategorize etmeyi gerektirmektedir. Bu kategorileştirmenin, bura-

da önem arz eden bir nedeni şudur: Mekanik, hatta inorganik ve çoğu organik sistemde ‘programlanma’ biçimi ve ‘program dili’ uygun olduğu oranda bilgi alışverişinin kusursuz gerçekleşmesi mümkündür. İnsanda ise bu alışveriş bir ‘organ’ -ya da uzantıları- aracılığı ile gerçekleşmektedir. Bu “aracılar” girdiyi organizmaya uygun hale getirmekle mükelleftirler ve bu ‘mükellefiyet’, girdinin yeniden “kod”lanması, “işlen”mesi, organizmaya “uygun hale” getirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu da çevre, ne tür biçim ve içerikte ileti sunarsa sunsun, her girdi alımı sürecinde iletinin yeniden üretildiği anlamına gelmektedir.

3. İnsan iletişimi tüm diğer iletişim kategorilerinden farklı olarak, daha yoğun bir duygusal iletişimle, aşkın iletişimi de kapsamakta, dolayısıyla daha üst bir iletişimsel soyutlama yapılmaktadır.

Çevresindeki özne, nesne, simge, kavram gibi varlıkları kendine göre kategorize eden birey, bu varlıklardan gelen iletilerin ne olduğunu önce **öğren**mekte, daha sonra iletinin kendisi açısından anlamının ne olduğunu **fark** etmekte -diğerlerinden ayırıştırarak- ve nihayet ne **işe yaradığını anlamaktadır**. İleti, nasıl bir biçim ve içerikte olursa olsun, bu iletişimsel soyutlama sürecinde, birey, her soyutlama aşamasında iletiyi yeniden işlemekte ve “kendine özgü” hale getirmektedir; ileti bu soyutlamadan sonra bireyin bir **işine yarar**amaktadır. Hatta ihtiyaç duyuyorsa bu soyutlamayı birey “zihinsel sınırlarına” kadar genişletmekte ve bu alanda “mistik deneyimler” yaşamaktadır. Daha da önemlisi, bu düzeyde yaşanan bir zihinsel değişim, hiyerarşik olarak, altta yer alan yapıları da değiştirmektedir. Dolayısıyla birey bu alanda, kendi öznelliğinin en uç sınırlarına kadar uzanabilmektedir. Bu öznellik

düzeyi, çevrenin manipülatif nüfuzunun indirgendiği - azaltıldığı düzeyi de göstermektedir. Bu işlem aynı zamanda, bireyin çevreyi etkileme, değiştirme, dönüştürme çabasına girişme sürecinin de ilk aşamasıdır.

4. Varoluşçuluk bilindiği gibi bireye, “biçimsiz, donuk, saçma” dünyayı yaşanılır kılma misyonu yüklemektedir. Buna göre birey, çevreden edindiği enformasyonu, birkaç aşamada işledikten sonra çevresini de enforme etmektedir. Bireyin her enformasyon etkinliği, çevre üzerinde nüfuz edinme çabası olarak kabul edilebilir. Ancak çevrenin bu nüfuza rıza gösterme düzeyi, kuşkusuz ki, bireyin çabasının biçimi, içeriği ve şiddetiyle orantılı olacaktır. Demek ki, az veya çok, şiddetli veya şiddetsiz her birey, çevreye nüfuz etme çabası sarf etmektedir. Tek başına ele alındığında ise birey, tüm bu nüfuz çabalarının -bu çabanın sadece kişilerden ibaret olduğu düşünülmemelidir. Grup, kurum, toplumsal olgular ve yapılar, simgeler, doğa v.s. bireyden bağımsız olarak nüfuz etme çabası sarf etmektedirler.- hem muhatabı hem de aynı zamanda nüfuz edici müsebbibi olarak belirlemektedir. Bu **etkileşim sürecine de kısaca ve kabaca “yaşam” denilmekte, bu anlamıyla yaşamın içi, iletişim etkinlikleriyle doldurulmaktadır.**

KAYNAKÇA

- Camus, Albert (1994). **Yabancı**. Çev: Semih Tiryakioğlu. İstanbul: Varlık
- Escarpit, Robert (1976). **Theorie Generale de L'Information et de la Communication**. Paris: Libraire Hachette
- Foulquie, Paul (1974). **L'Existentialisme**. Paris: PUF
- Gürsoy, Kenan (1988). **Ekzistans ve Felsefe Üzerine Görüşler**. Ankara: Akçağ
- (Tarihsiz). **J.P. Sartre Ateizminin Doğurduğu Problemler**. 2. Baskı, Ankara: Akçağ
- Heidegger, Martin (1990). **Nedir Bu Felsefe?**. Çev: Dürrin Tunç İstanbul: Logos
- (1997). **Özdeşlik ve Ayrım**. Çev: Necati Aca. İstanbul : Bilim ve sanat
- (1998a). **Teknik ve Dönüş**. Çev: Necati Aca. İstanbul : Bilim ve sanat
- (1998b). **Bilim Üzerine İki ders**. Çev: Hakkı Hünler. İstanbul : Paradigma
- Husserl, Edmund (1995). **Kesin Bir Bilim Olarak Felsefe**. Cev: Tomris Mengüşoğlu. İstanbul Yapı Kredi
- (1997). **Fenomenoloji Üzerine Beş Ders**. Çev: Harun Tepe. Ankara: Bilim ve Sanat
- Jaspers, Karl (1986). **Felsefe Nedir?** Çev: İ.Zeki Eyüpoğlu. İstanbul: Say
- Katz D. ve L.R. Kahn (1977). **Örgütlerin Toplumsal Psikolojisi**. Çev: Cin-Baydaş. İstanbul: Doğan
- Kierkegaard, Soren (1990). **Korku ve Titreme Diyalektik Lirik**. Çev: N. Ekrem Düzen. İstanbul: Ara
- Krech ve Crutchfield (1970). **Sosyal Psikoloji**. Çev: Erol

Güngör. II. Baskı, İstanbul : İ.Ü.E.F. Yayınları No:1154

Lazar, Judith (1992). **La Science de la Communication**. Paris: PUF

Marcel, Gabriel (1935). **Etre et Avoir**. Paris: Aubier

Mounier, Emmanuel (1986). **Varoluş Felsefelerine Giriş**. Çev: S.Rifat Kırkoğlu. İstanbul: Alan

Nietzsche, Friedrich (1983) **Ecce Homo Kişi Nasıl Kendisi Olur**. Çev: Can Alkor. İstanbul: Say

(1986). **Tarih Üzerine**. Çev: Nejat Bozkurt. İstanbul: Say

(1990). **İyinin Kötünün Ötesinde**. Çev: Ahmet İnam İstanbul: Ara

Russell Bertrand (1964). **Varoluşçunun Bunalımı**. Çev: Türkan Araz. İstanbul: Ataç Kitabevi

Sartre J.P. (1983). **Sözcükler**. Çev: Alp Tümertekin. İstanbul: Ada

(1984). **Yazınsal Denemeler**. Çev: Bertan Onaran. İstanbul: Payel

(1985). **Aydınların Savunusu**. Çev: S.Rifat Kırkoğlu. İstanbul: Alan

(1985). **Varoluşçuluk (existentialisme)**. Çev: Asım Bezirci. İstanbul: Say Dağıtım

Schaff A.ve Pyame P. Gaidenko (1966). **Marxizm, Varoluşçuluk ve Birey**. Çev. Evinç Dinçer İstanbul: De

Schopenhauer (1963). **Aşkın Metafiziği**. Çev: Selahattin Hilav. İstanbul: Oluş

Sözen, Vural (1980). **Örgütlenme Kuramı Karşılaştırmalı bir İrdeleme**. Ankara: İlksan

Tolan B., G. İsen ve V.Batmaz (1991). **Sosyal Psikoloji**. Ankara: Adım

- Topçu, Nurettin (1973). **Varoluş Felsefesi egzistansiyalizm.** İkinci baskı. İstanbul: Hareket
- WAHL, Jean (1964). **Existentialisme’in Tarihi.** Çev: Bertan Onaran İstanbul: Elif
- Watzlawick P, J. H. Beavin ve D.D. Jackson (1972) **Une Logique de la Communication.** Fransızcaya tercüme eden: Edition du Seuil
- Wiredu, Kwasi (1983). “İnsan İletişimi Kavramına Felsefi Bir Bakış” Çev: İoanna Kucuradi **İletişim ve Toplum Sorunları Kuram ve Uygulama.** Ankara: Olgaç Matbaası, s:1-10

ÖZET

Bu makalede, varoluşçu akımın iletişim olgusuna kavramsal bir açıklık kazandırıp kazandıramayacağı konusu işlenmektedir.

Varoluşçuluğa kısa bir göz atıştan sonra, bu akım dört önerme halinde takdim edilmektedir. Her önermenin iletişim olgusu açısından anlamı çözümlenmeye ve her önermenin bir diğeri ile arasındaki bağlantılar belirlenmeye çalışılmaktadır.

Bu çözümlmeler ışığında, kaynak-hedef kitle gibi temel iletişim kavramlarının yetersizliği sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca iletişimin temel kavramlarına alternatif olarak “taraf” terimi önerilmektedir.

ABSTRACT

In this article it is dealed that it existentialist ecole gives a clarity to the fact of communication or not. After having a short glance at the existentialism, the ecole is presented as four proposals. It is tried to analyze the meaning of each of the proposals in view of the fact of communication, and to show the links between one proposal to another. In the light of that analyses it is reached to the inefficiency of the of the concepts of source and target. Furthermore the term “taraf” (the part / side) is offered to the basic concepts of communication as an alternative term.

EK-2:

Anık Cengiz (2009) “*Bilginin Toplumsal İşlevlerine İlişkin Yaklaşımları Tasnif Denemesi*” **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Bahar-2009 Sayı 28, s:1-28

BİLGİNİN TOPLUMSAL İŞLEVLERİNE İLİŞKİN YAKLAŞIMLARI TASNİFLEME DENEMESİ

Özet

Bu çalışmada, bilginin toplumsal işlevi ile ilgili bazı yaklaşımların dökümü ve tasnifi yapılmaktadır. İletişim, ilişki, etkileşim ve bilgi kavramları bu çerçeve içine alınmaktadır. Birey - toplum etkileşimi ekseninde iletişim olgusunun rolü gözlemlenmeye çalışılmaktadır.

Anahtar kavramlar: Bilgi, Etkileşim, İletişim, İlişki, Medya

ABSTRACT

In this study, the casting and classification of various approaches about the social function of knowledge are done. The concepts of communication, relation, interaction and knowledge are considered in this context. It is tried to observe the role of communication fact in the axis of individual society interaction.

Keywords: Knowledge; Communication; Interaction; Relation; Media

Giriş

Bilginin en fazla göze çarpan parametrelerinden birisi olan teknoloji için, bilindiği gibi, “insan bedeninin uzantısıdır” aforizması çok kullanılan bir betimlemedir. Gerçekten de teknoloji, insan varlığının sınırlarını aşmak amacıyla üretilen tekniklerdir. Her bir teknik, şu veya bu biçimde sergilenmiş bir insan hüneridir. Bu insani hünerler - beceriler lojikleştirilerek teknolojiler üretilmektedir.

İnsani hüner-beceri dendiği için, sadece insan varlığına özgü bir özellik bahis konusudur. Çünkü sadece insan varlığının davranışlarının ve hüner - becerilerinin “tek”liğinden söz etmek mümkündür. Her insan yürür, ama her birinin yürüyüşü kendine özgüdür. Dolayısıyla her genel davranış, her bir insan için ona özgüdür. Asıl önemlisi ise, herkesin yapabildiği bir hünerin, bazı insanlar tarafından çok özel bir beceri olarak sergilenmesidir. Sahanda yumurta yapmasını genelde herkes bilir. Ama bazı insanların yaptığı sahanda yumurta inanılmaz lezzetli olur. Her insan kendi söküğünü diker, kendini tıraş eder. Ama terzilik ve berberlik, mesleki bir hünerdir.

Bu özel hünerler, daha da özel hale getirildikten sonra, en genel hale dönüştürüldüğünde, teknoloji dediğimiz marifet ortaya çıkmaktadır ki, artık bu yaratı, en özel insani hüner gibi “tek” değildir ve aynı zamanda özel insani hünerin sahip olduğu sınırların ve boyutların çok daha ötesine taşacak kadar, şamil, kamil ve yetkin bir üründür.

Medya teknolojileri için de aynı durum geçerlidir. Görebilmek için göze ihtiyaç vardır ama gözün bakma sınırları ve görme boyutları bulunmaktadır. Oysa görsel medya bakmayı ve görmeyi adeta sınırsız ve boyutsuz hale getirmiştir. Duyma, konuşma, yazma; hatta hissetme, algılama, haberdar olma gibi pek çok insani hüneri medya teknolojileri sınırsız ve boyutsuz hale getirip, yetkinleştirmiş, kamil ve şumullü kılmıştır.

Günümüzde, tahayyülleri aşan boyutlara ulaşmış bu işle-
yişin; anahtardan öte, maymuncuk kavramı bilgidir. Bilgi; insani
her bir kayıt, her bir nakliyat, her bir algı, hatta her bir tasavvur
olma özelliği ile, odaklanılmayı en fazla hak eden bir kavram
olmakla birlikte, onun üzerinde bu bağlamda yeterince ve yet-
kinlikle çalışılmış olduğunu söylemek pek mümkün görünme-
mektedir.

Bu çalışmada bilgi, kendisiyle akraba olan; etkileşim, iliş-
ki, iletişim, medya kavramlarıyla birlikte ele alınmakla birlikte,
çalışmanın sorunsalını teşkil etmemektedir. Şu veya bu şekilde
(felsefe, epistemoloji v.s. tarafından) bilginin kendisi, öteden
beri sorunsallaştırılmaktadır. Burada, bilginin toplumsal bağlamı
ile ilgilenen bazı yaklaşımların nasıl sınıflandırılabilceği sorunu
üzerinde durulmaktadır.

Yegane bilgi kaynağı “toplumsal unsur” bireydir. Birey, bil-
gi aracılığı ile “toplumsal unsur” haline gelmektedir.

Karmaşık gibi görünen bu varsayıma bir ölçüde açılım ka-
zandırma iddiası ile ortaya konulmuş bazı yaklaşımları tasnifle-
yerek, araştırmacılara, daha az kaypak bir zemin oluşturma ça-
bası, bu çalışmanın amacını teşkil etmektedir. Özellikle iletişim
bilimi disiplini çerçevesinde ürünler ortaya koymak isteyenlere,
bu tasnifle, kapsam ve sınır tespiti ile ilgili bir miktar kılavuzluk
desteği sağlanacağı umut edilmektedir ki, çalışmanın, bu bağ-
lamda önemli olduğu düşünülmektedir.

A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. Etkileşim, İlişki, İletişim ve Medya Kavramları

Gündelik hayatta kullanılan pek çok kavram gibi konuyla
ilgili anahtar kavramlar olan; etkileşim (interaction), ilişki (re-
lation) iletişim (communication) ve medya kavramları da çoğu
zaman yerli yerince kullanılmamaktadır. Uzmanları bile bazen,
iletişim kavramının anlamını medya ile karşılamakta, bazen da

medya kavramını kullanması gerekirken iletişimi kullanmaktadır. Örneğin “Yeni İletişim...” değil de “Yeni Medya Teknolojileri...” demek daha tutarlıdır. Elbette söz konusu teknoloji, iletişim amacına yönelik olarak kullanılmaktadır. Zira iletişim süreci kaçınılmaz olarak aracı bir mekanizmaya ihtiyaç duymaktadır. Teknoloji de bu aracı mekanizma ile ilgilidir. Gerçi bu tür ifadelerde neyin bahsedildiği bellidir. Ancak akademik bir mülahaza söz konusu olduğunda, konunun özellikle anahtar kavramlarının netleştirilmesi elzemdir.

İletişim kavramı communication’un karşılığı olarak kullanılmaktadır. Oysa ki terimin anlamı tercüme edildiğinde ‘ortaklaşım’ sözcüğünü kullanmak gerekecektir. Zira communication; haberleşme ya da yakın anlamlı diğer kavramlardan farklı bir içerikle yüklüdür. İletişimi tanımlarken, bilgi alışverişi gibi, yalın bir ifadeyle yetinmek de iletişim sürecini eksik anlamak ve anlatmak demektir. Nitekim bu alanda çalışanların pek çoğu, bu ayrıntıya dikkat çekmektedir.

“İletişimsizlik mümkün müdür?” aforizması etrafında görüşlerini organize eden iletişim bilimcilere göre, ilk bakışta iletişimsizlik mümkün değildir (Watzlawicks v.d. 1972). Zira bireyler, bitkisel hayata girmediği sürece, mutlaka bilgi alışverişine maruz kalmaktadırlar. Bireyler her gün sınırsız sayıdaki bilgi kaynakları tarafından enforme edilmektedir. Görme, duyma, hissetme, algılama v.s. duyuları işlediği sürece, bireyin iletişim kurmaması imkansızdır. Ayrıca her bireyin, içinde bulunduğu fiziksel – kültürel ortam, mekan ve uzay, sürekli olarak, bilgi kaynağı olarak çalışmaktadır. Aksi söz konusu olsaydı, yani; kişi, üşüdüğüne dair fiziksel çevresinden aldığı bilgiyi anlamasa, uygunsuz davranışlar sergilediğinde cezalandırılacağına, dışlanacağına dair ileti alıyor olmasa, balkondan atladığında yerçekimi nedeniyle parçalanacağına dair bilgiden bihaber olsa v.s. yaşamını sürdürmesi mümkün olmazdı. Demek ki iletişim sürecinin işlemesi için mutlaka bir kaynak tarafından yazılı ya da sözlü bir iletiye muhatap olmak şart değildir. Zira kişi “sessiz dil” (Hall, 1973) denilen pek

çok kaynağın muhatabı olduğu gibi, içinde yer aldığı ortam da ona sürekli sayısız iletiler ulaştırmaktadır.

Bununla birlikte iletişimsizlik mümkündür. Yani ormanda yıkılan ağacın sesi duyulmadığı zaman iletişim (Mattelard, 1998: 56) olmaz. Ne söylenirse söylensin, karşıdaki kişi duymuyorsa, anlamıyorsa ya da duymak veya anlamak istemiyorsa, iletişimsizlik mümkündür. Zira iletişimi mümkün kılan niyettir. Demek ki her etkileşim (interaction'daki action kavramı Türkçe'deki; hem etki hem hareket hem de eylem kavramlarını bir mecaz olarak algılanmalıdır.) olayı, mutlaka bir iletişim sürecine teka-bül etmemektedir. Bu önemlidir. Zira her etkileşim olayı da tıpkı iletişim gibi aracı bir mekanizmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu aracı mekanizmanın etkileşimi gerçekleştirmiş olması demek, her koşulda ve her zaman iletişimi de gerçekleştirmiş olduğu anlamına gelmez. Çünkü iletişimde ortaklaşmanın gerçekleşmiş olma şartı vardır ve ortaklaşmanın gerçekleşmesi için de niyet şarttır. Böylece iletişim için şart olan niyet, ilişki kavramını doğurmaktadır. İlişki kavramı iletişim sürecinin bilmek (savoir)'ten ibaret olmadığını, aynı zamanda tanıdık (connaitre) olmayı gerektirdiğini ifade etmektedir. Gerçekten de ilişki (Fransızca'da tanıdık, anlatı kavramlarının karşılığı olarak da kullanılan relation kavramı, iletişim söz konusu olduğunda; hem contact'ın tercümesi ilişki-temas hem de interet'in tercümesi ilgi-çıkarcı kavramlarının anlamlarını yükümlenmektedir); ilişkin olmayı, daha doğrusu olmazsa olmazı (mütemmim cüz) anlatmaktadır. Sözelimi savcı iddianamesine kanıtları ve belgeleri iliştiemediği zaman, haksız itham nedeniyle kendisi suçlu duruma düşecektir.

Kısacası her etkileşim olayı karşılıklı niyeti yaratıyor ve bu yolla bir ilişki gerçekleşiyorsa, bu etkileşim sürecinin adı iletişimdir. Bu süreç mutlaka aracı bir mekanizma tarafından dolaylanmaktadır. Bu aracı mekanizmanın adı da medyadır.

Medya, medyum'un çoğuludur. Gündelik dildeki medyum sözcüğü ile hemen hemen aynı anlamı taşımaktadır. Çünkü medyum, doğrudan doğruya kurulamayan ilişkilere ara-

cılık (dolayım-lama - mediating) eden bir araçtır. Ancak bilindiği gibi medyum, belediye otobüsü gibi bir taşıma aracı (vehicule) aracı değil; insiyatifin (hatta izzetin) insafına terk edildiği bir araçtır ki, iletişim partnerleri iletişim kurarken, insiyatif (ve izzet)'lerini işte bu aracıya, medyaya emanet etmektedirler. Bu yüzden medya teknolojileri çok büyük bir önem arz etmektedir. Zira etkileşmek için niyet eden iki iletişim partneri arasındaki ilişkinin mimarı medyadır ve bu teknolojik harikalar, bu yüzden, kişiler arası (kuşkusuz ki aynı zamanda birey - grup, birey - örgüt, birey - kurum, grup - örgüt, grup - kurum, örgüt - kurum v.s.) ilişkilerin kurulmasında ve işleminde son derece kritik bir rol oynamaktadırlar.

Bilgi, iletişimin varolabilmesi için varolması gereken yegane hammaddedir. Bilgi olmazsa iletişim olmaz. Bilgiyi hem girdi olarak kullanan hem de çıktı olarak sunan ise medyadır ve medya, bilgiyi işleyen bir mekanizmadır.

2. Bilgi Kavramı

Hemen her şeyi açıklamak amacıyla kullanılan birçok kavram gibi bilgi kavramı da her şeyi tanımlar, betimler görünmekle birlikte, kendini anlatmaktan acizdir.

Örneğin bilgi, kamera kayıtları gibi bireyin yaşamı boyunca gerçekleştirdiği kayıtlardan mı ibarettir? Yoksa genetik kodlarında mündemiç işaretler midir? Bir atölyeye giren her tür hammadde, "lojik" in insan hüneriyle yoğunlaşması sonucunda "teknolojik ürün" e dönüşüyorsa, işletmeye girdi olarak ne dahil olmuşsa onun adı bilgi midir? Toplumsal varlığı her bakımdan ifade edilebilir kılan kültürel simgeler birer bilgi midir? Yoksa bilgi alışverişi tarifine uygun işlevler ifa eden kitle iletişim araçlarının ürünlerine mi sadece bilgi denmeli? Daha da basit ama genel bir tanımlama ile kişinin bildiği ve bilmek zorunda olduğu örgün - yaygın eğitim kurumlarının öğrettikleri mi bilgidir? Yoksa yaşam deneyimi olarak algılananlar - bellenenler mi bilgidir? Çok okuyan mı bilir, çok gören - yaşayan mı?

Kısacası bilgi kavramı, kullanıldığı alana, disipline ya da gündelik yaşamın icaplarına uygun anlamlar kazanmıştır. Bu da doğaldır. Zira her tanım, kavramın anlam alanını, kapsamını belirleyerek, onun ifade yeteneğini sınırlandırmaktadır.

Popüler sözlüklerde bilgi kavramına; “bir iş, konu, olay veya herhangi bir şey konusunda bilinen, malumat” denilmektedir. Benzer ifadelerle; “bir konu ya da iş konusunda bilinen, bir konu ya da iş konusunda öğrenilen ya da öğretilen şey”, “genel olarak ve ilk sezi halinde zihinsel olarak kavranmış temel düşünceler”, “bir yargılama yapabilmek ve bir yargıya varabilmek için gereken öğelerin her biri”, “bir şeyi bilme hali” şeklinde tanımlanmaktadır.

“Malumat” kavramıyla ifade edildiği gibi çoğu zaman bilgi ile malumat, alim ile bilgin, malum ile bilinen ve özellikle ilim ile bilim birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Gündelik kullanımda bu ayrıma çok dikkat edilmemekle birlikte, malumat ile bilgi kavramları arasındaki çizgiye atıf yapılabilecek biçimde, ilim ve bilim kavramlarının anlamlarına ilişkin farklılığa özellikle vurgu yapıldığı da görülmektedir. Buna göre tanrının insanlara telkin ettiği bilgi ile insanların kendi çabalarıyla elde ettiği bilgi arasında bir ayrım yapılmaktadır (Özbilgen, 1986). Türkçe’deki “bilinen” kavramının anlamı Arapça’da “malum” ve “maruf” olmak üzere iki ayrı kavramla ifade edilmektedir. “İlim”; okuyarak, yaşayarak elde edilen bilgiyi anlatmaktadır. Nitekim Kur’an-ı Kerim kendine özgü bir anlam yüklemekten önce “cahiliye döneminde” ilim kavramı, “kişilerin yaşayarak ve deneyerek, bizzat elde ettikleri bilgi” anlamında kullanılmaktadır. Yakın anlamlı irfan kavramı ise sezinlemelerle elde edilen bilgiyi anlatmaktadır. Alim ile arif kavramlarına da buna bağlı olarak farklı anlamlar yüklenmektedir. Arif, tanrıdan bilgileri doğrudan doğruya alarak iman eden, ma’rifet sahibi kişidir. Alim ise deneyerek, yaşayarak, gözleyerek bilgi edinen, bilgiyi biriktiren, işleyen, malumat sahibi kişidir. Kısacası arif ma’rifeti, alim delaleti ile Allah’ı bulan kişidir (İzutsu, Tarihsiz: 47-48). Yani malum olan; tanıklık ede-

rek, gözleyerek, deneyimleyerek edinilen bilgilerdir. Maruf olan ise sezgiyle, ilhamla, marifetle edinilebilecek bilgilerdir.

Bu ayrım batı dillerinde de nettir. İngilizce'deki knowledge; malumat, kanaat anlamındadır. Know bilmek, fark etmek yüklemelerini karşılamaktadır. Gnostic kavramı ise "ruhani sıralara vukufiyeti" ifade etmektedir. Fransızca'daki ayrım daha da nettir. Connaitre; tanımak, tatmak, görmek, ulaşmak; connaissance; ayırt edebilmek, tanışıklık; savoir ise bilmek, bellemek anlamlarında kullanılmaktadır. Nitekim Foucault (2000b: 90-91) tarafından da "popüler, tekil, fikir birliğinden yoksun, boyun eğdirilmiş, sıradan insanların (savoir des gens)" bilgisiyile; "kılı kırk yaran, erüdüsyon yüklü (connaissance)" bilgiler arasına çizgi çekilmekte, hatta hakim ve mahkum ilişkilerinde bu kavramların betimleyiciliğine dikkat çekilmektedir.

Kavramsal ayrıştırma açık biçimde göstermektedir ki; bireysel ve toplumsal bilgi; yaşam boyunca edinilen, yaşanan ya da deneyimlenen, teknik anlamıyla gözlemlenen veya rasyonel muhakemelerle üretilen bilgilerden ibaret değildir. Öte yandan bilgisayar belleği gibi insanın ve toplumun bilgisine, "toplumsal bellekteki ya da genetik kayıtlardaki donanımlardır" demek de mümkün değildir. Bunların her ikisinin toplamı, bireyin ve toplumun bilgi donanımını teşkil etmektedir. Başka bir ifade ile insan bilgisini ne sadece doğal - sosyal çevre ona işlemektedir ne de kişi genetik kayıtlarının tutsağıdır. Birincisi birey, ait olduğu sosyal ve doğal çevresinin ve özellikle müntesip hissettiği grubunun bellettiği bilgi donanımlarına sahiptir ki, sosyal-doğal (ve grup) çevresi onu bu yolla zihinsel olarak inşa etmektedir. İkincisi, kendine has bir delaleti olduğu için birey, bilgi edinme, işleme ve üretme becerisine sahiptir ki, sosyal-doğal çevrenin belleğini bu "delaleti" ölçüsünde inşa edebilmektedir.

Kısacası hem üretilmiş, üretilen, üretilmekte olan bilginin nesnesi hem de bilgi üretmiş, bilgi üreten ve bilgi üretmekte olan bir özne olması, onun "ses doubles" (Foucault 1966:314-354) oluşuna delil teşkil etmektedir.

Demek ki bilgi, insanın doğal ve sosyal çevresiyle etkileşimi ve iletişimi sonucunda ortaya çıkan bir üretilerdir. Sosyal ve doğal çevresini tarayan bir varlık olarak birey, bilgi üreten bir öznedir. Sosyal ve doğal çevrenin nüfuz alanı içindeki bir varlık olarak da birey, bilme etkinliklerinin nesnesidir. Başka bir ifade ile, “kendimiz ve çevremizdeki kişilere, olay ile süreçlere ilişkin düşüncelerimiz, başkalarınca da anlamlandırılıp, denetlenebiliyorsa, bunlar bilgi değeri taşıyor” demektir (Duralı: 43). Yani ortaya konulan bir düşünce, başkaları tarafından tespit ve tahkik edilebiliyorsa (a.y.) o bilgidir. Kısacası, bilgi özne ve nesne arasında kurulan bir bağıdır (Cücen, 2001: 17). Bu bağları gündelik, dinsel, teknik, sanatsal, bilimsel gibi türlere (a.y.) ayırmak da mümkündür. Hatta bu sıralama hiyerarşik olarak aşamalandırılabilir. Çünkü bilgi, gündelik yaşamdan, bilime ve felsefeye kadar geniş bir alanda düzenlenen ve edinilen kazanımlardır. Bu kazanımların içindeki bilgilerden, sadece; bir sorunsalı çözmek amacıyla, akıl yürütme ile yönelip, metodolojik biçimde sistematik olarak insanın elde ettiği; düzenli, tutarlı, geçerli ve güvenilir, kanıtlanabilir ve denenebilir (Cücen, 21), teste ve denetime müsait bilgilere bilimsel bilgi denilebilir ve bu bilgiler, kuramsal bir karakter arz ediyorsa, aynı zamanda akademik bilgi vasfı taşımaktadır.

Ancak, ne denli bilimsel ve akademik bilgi ortaya konulursa konulsun hem bunlar öznel bir nitelik arz etmekte hem de toplumsal bir veri olan simgelerle ifade edildikleri için, nesnel bir çerçevenin içine hapsedilmiş olmaktadır. Bu karışıklığın bir ölçüde aydınlanmasına, bize göre, malum ve maruf kavramları arasındaki ayrım ışık tutabilir.

Malum kavramı; yaşayarak, deneyerek, gözleyerek, bizzat elde edinilen bilgileri anlatmaktadır. Maruf kavramı ise tanrı, yani belirli bir otorite tarafından telkin edilen, öğretilen, benimsetilen ve sorgulanmadan iman edilen bilgileri tanımlamaktadır. Benzer bir biçimde de knowledge; malumat, kanaat, bizzat edinilen; gnostic; ruhani, vahyedilen, ilhamla edinilen sezgisel bilgi anlamına gelmektedir. Daha net bir anlatımla savoir; benimseti-

len, işlenen ve sorgulanmadan kabul edilen bilgileri; connaitre ise incelenerek, sorgulanarak, irdelenerek elde edilen bilgilere karşılık kullanılmaktadır.

Demek ki insan belleğindeki kayıtlar, ya belirli bir otorite tarafından işlenmekte ya da bizzat kişisel çabalarla edinilmektedir. Yani bilgi adı altında sahip olunan tüm müktesabat ya bildik ya da tanıdık şeylerdir.

3. Bilgi Sosyolojisinde Bilgi

Bilgi sosyolojisinin odak konu olarak ilgilendiği bilgi, daha geniş bir alana tekabül etmektedir.

Toplumsal zihniyet alanını, birey üzerinde belirleyici rol oynayan ya da bireyin sosyalleşme sürecinde devreye giren sosyal bir mekanizma olarak görmek yeterli değildir. Bu alan, “toplumun dilleri, inançları, normları ve dünya görüşü biçiminde görülen, kültürel bilgidен meydana” (Carthy, 2002: 14) gelmektedir. Ama aynı zamanda bu alan, “insan deneyimi, kavramsallaştırma yeteneği ve davranışından” (a.y.) oluşmaktadır.

Daha genel bir ifadeyle, bireyin temsiliyet yeteneği (Anık, 2003: 18), konjonktürel kimi fırsatlar yakaladığında, toplumsal kodlara; bireyler arasında iletilen, paylaşılan simgelere dönüşmektedir. Birey, doğal ve sosyal çevresindeki her şeyi bir simge ile temsil etmektedir ki, bu temsiliyet sisteminin en kuşatıcı örneği dildir. Dille, her tür sosyal ve doğal varlığa ilişkin bir tavsif ve tanım getirilmekte, daha da önemlisi, bu tanım ve tavsif kapsamı içinde yer alan nesne ya da varlıklara ilişkin mevcut, muhtemel ve potansiyel ilişki ve etkileşimler, kimi temsili simgelerle ifade edilmektedir. Doğal-sosyal bir varlığa tekabül etmese de, bu tür kavramsallaştırmalarla bir bakıma, hiçbir şeyden bir şey üretilmektedir.

Bireysel bağlamda gerçekleşen tüm bu üretimlere ilişkin anlamlar, toplumsal ortak kodlar olarak paylaşıldıktan sonra, bireyler için öğretici, yönlendirici ve belirleyici bir mekanizma

olarak, toplumsal bütün tarafından, yeniden bireylere iade edilmektedir. Bu iletişimsel süreç toplumsal zihniyet alanının sınırlarını tayin etmektedir. Toplumsal zihniyetin en önemli işlevi ise, toplumsal sınırları tayin ve tesbit eden bir mekanizma olmasıdır (Cohen, 1985).

Sonuç olarak bilgi “bir ya da daha fazla toplumsal grup ya da insan topluluğu tarafından kabul edilen her türlü fikir ve edim biçimleri; onların kendileri ve ötekiler için gerçek kabul ettikleri olgulara ilişkin fikirler, edimler”(Carthy: 2002: 50) şeklinde tanımlanabilir. Bu tanımda, ilk olarak, toplumsal gerçekliğin işlem halinde olduğu vurgulanmakta ve toplum ya da belirli bir insan grubuna egemen bilgilerin toplumsal gerçekliği inşa ettiğine (a.y.) değinilmektedir. İkincisi bilgi, toplumsal sistemi oluşturan unsurlar arasında sürekli tedavül eden bir toplumsal parça olma özelliği kazanmaktadır. Toplumsal zihniyetin hem hammaddesi hem de mamul ürünü olarak, toplumun ayırt edici vasfı olma, toplumun sınırlarını tayin ve tesbit etme ve içeriğini görünür kılma özelliği ile de bilgi, üçüncü bir diğer sıfatla tavsif edilmektedir.

B. BİLGİNİN TOPLUMSAL İŞLEVLERİNE İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR

Bilginin tanımı ve bu tanımda altı çizilen üç vasfı, aynı zamanda, bilginin toplumsal işlevlerini de açığa çıkarmaktadır. Bilginin üç özelliği esasen, bilgi sosyolojisinin inceleme konularının da bir özeti niteliğindedir.

1. Toplumsal Etkileşim Aracı Bilgi

Bilgi kavramının içerdiği özelliklerden biri, bilginin; toplumsal sistemi oluşturan unsurlar arasında sürekli tedavül eden bir toplumsal parça olması ve tedavül ettikçe toplumsal gerçekliği, sürekli olarak yeniden inşa etmesidir.

Almanya'daki kaynaklardan beslenerek geliştirdiği yaklaşımını, 1930'lu yıllarda göç ettiği, ABD'de önemli ölçüde be-

nimseten, Amerikalı sosyal bilimcilerin bilgi sosyolojisi anlayışını şekillendiren ve öncelikle George Herbert Mead’la neredeyse özdeş bağları olan (Hekman, 1999: 45) Alfred Schutz, anlamın toplumsal düzlemde nasıl oluştuğunu çözümlemeyi amaçlamaktadır. Zira bu çözümleme, toplumsal gerçekliğin oluşma sürecini gün yüzüne çıkartacaktır. Schutz’un tezi, anlamın özneye özgü bir ürün olduğudur. Buna göre anlam, birey tarafından oluşturulmaktadır. Birey, sosyal bir varlık olduğundan, kendi anlamını paylaşabilmek amacıyla, onu iletişimsel bir materyale dönüştürmektedir ve böylece anlama ilişkin ortaklaşma gerçekleştirilmekte ve anlam nesnelleşmektedir. Bununla birlikte anlam, toplumsal unsurlar arasında tedavül ettikçe, bireyler tarafından öznel yüklemelere maruz kalmaktadır. Yani anlam, öznel arası bir özellik arz etmektedir. Bu da sürekli olarak, öznelere her seferinde yeniden, ‘anlam’ bağlamında etkileşimini zorunlu kılmaktadır. Çünkü anlam, tedavül etme süreci içinde, öznelere özgü boyuta indirgendikçe, iletişimsel materyal olma özelliğini kaybetmektedir. Anlama ilişkin yeniden ortaklık oluşturabilmek için onu yeniden nesnelleştirmek gerekmektedir. Böylece anlam toplumsal tedavül süreci içinde sürekli yeniden üretilmektedir (Hekman, 1999: 46-48).

Anlamın bu tarz öznel arası ilişkisi toplumsal gerçekliği inşa etmektedir ki, Schutz’un bu vargısı, Berger ve Luckmann için çıkış noktası olmaktadır. Ama önce Mead’a göz atmak daha doğrudur.

Bilginin işlevinin Almanya’daki bilgi sosyologları ve ABD’deki pragmatistler açısından özel bir ilgi konusu olduğu söylenebilir.

“İki gelenek de bireylerin yaşadıkları özel toplumsal bağlam içinde nasıl düşündüklerini; düşünmenin ve bilincin özel toplumsal ve tarihsel bağlamlardan nasıl miras alındığını; toplu eğilimlerin, insanların erişebilecekleri toplumsal nesneleri kesin olarak nasıl sağladığını anlamaya çalışmıştır. Her iki gelenekle uğraşanlar, geleneksel bilgi felsefelerini tanımladıklarını açıkça belirtmişler, insan

bilincinin ve düşüncesinin işleme biçimine ilişkin kendi anlayışlarını kurmak üzere modern görgül bilimlere yönelmişler”(McCarthy, 2002: 122)dir.

Bu iki gelenekten, toplumsal varlığın ve zihinsel alanın sürekli değişim ve etkileşim içinde olduğu, en önemli miras olarak bugüne kalmıştır (McCarthy, 2002: 125). Bu mirasın özünü, Mead’ın, benliklerin ve toplumun sürekli değişim içinde olduğu, insan eyleminin toplumsal bir dünya tarafından kurulduğu tezi teşkil etmektedir (a.y.). Bu tezi Mead, (W. James’den ilhamla) bireysel benliği özne ben (I) ve nesne ben (me) olmak üzere iki kategoriye ayırarak temellendirmektedir. Nesne ben bireyin toplumsal yanıdır. Özne ben ise bireysel yanını göstermektedir. Toplumsal ilişki süreci içinde kişi, başkalarının kendisi hakkında neler düşünüyor, ne tür kanaatler taşıyor olduğuna ilişkin tahminlerde bulunmaktadır. Bu tahminlere göre kendisine çeki düzen vermektedir. En çok sayıda başkasının gözüne girmek amacıyla, kendisini, onların görmek istediği kişi gibi göstermeye çalışmaktadır ki, bu onun nesnel benliğidir. Toplumsal olan her şey de kişiye bu şekilde sirayet etmekte, benimsetilmekte ve yerleştirilmektedir. Başkalarının kendisi hakkındaki yüklemelerine kişi, içinden geldiği gibi bir tepki verdiği durumlarda ise bireyin özne beni açığa çıkmaktadır. Kısacası özne ben ve nesne ben olarak bireysel benlik, toplumsal iletişim akışı içinde belirlemekte, belirlenmektedir (Coser, 1990: 323). Dolayısıyla her birey toplumsal yaşamı içinde ona yüklenen rolün ne olduğunu kavramaya, kendisinden ne beklendiğini anlamaya çalışmaktadır. Başkalarının ilgi, saygı, takdir ve taltiflerini kazanmak amacıyla, onların gözüyle kendine bakıp, kendisini onların istediği bir kişiye dönüştürmeye çalışarak, bu yolla başkalarının görüş alanına girmeyi başarmaktadır. Kimi zaman da başkalarının istediği gibi değil, kendi istediği gibi başkalarına görünmektedir (Lazar, 2001:18). Kısacası nesne ben aracılığı ile toplum bireyi inşa ederken, özne ben aracılığı ile de birey toplumu inşa etmektedir (Coser, 1990: 323).

Bu inşa, anlamlarla gerçekleştirilen bir süreçtir. Anlam, sabit bir yafta olarak başlangıçta herkesin kendi istediği gibi ürettiği ama iletişimsel boyut kazanabilmesi için toplumsal muhtabakatla içeriği belirlenen, bu yüzden de sürekli değişen yakıştırmalardır. Zira etkileşim – iletişim süreci içinde bağ kurulan varlıklara ilişkin yorumlamalar, sürekli gözden geçirilmekte, yeniden biçimlendirilmekte, her defasında yeniden üretilmektedir (Blumer 1969: 5). Eylem halindeki insanların toplamı olarak kabul edilmesi gereken toplum (a.y. 85) içinde birey; sürekli olarak kendini açığa vuran (self indication), çevresindeki bazı varlıklara dikkatini odaklayan, onları gören, okuyan, yorumlayan ve bu yolla toplumun iletişim mekanizmasını sürekli işleten; aynı zamanda da ayna (reflexive) rolüyle başkalarını sürekli ölçüp tartan, gözetleyen, onların beklentilerine göre kendi kanaat ve davranışlarını şekillendiren özne ve nesnedir (a.y. 81). Toplum, birbirini bu şekilde inşa eden ve birbirlerince inşa edilen insan varlıklarının temel taşı olarak oluşturduğu bir bütündür ve bu bütün, birbirine ilişkin yakıştırmalar sonucunda anlamlandırılan bir kurgudan ibarettir.

Bu kurgu sürecini Berger ve Luckmann, nesnel ve öznel gerçekliğin diyalektiği olarak tasarımılamaktadır.

Bu diyalektik tasarıma göre birey ya dışa vurum (externalization) yoluyla toplumsal gerçekliği işlemekte ya da sindirme (internalization) yoluyla toplumsal gerçeklik tarafından işlenmektedir.

Yazarlara göre, gerçek, düşünür ve hatta bilim adamlarının zannettiği kadar derin ve sofistike bir toplumsal durum değildir. Bu yanılgıya, tek bir gerçek gerçeklik neden olmaktadır. Oysa toplum, bir yığın gerçeklik (multiple realities) halinde kurulmaktadır. Bunun nedeni toplumun kurulma sürecinin hiçbir zaman sonra ermemesidir. Toplum üyesi olan insanlar, gündelik yaşamlarında kendileri için düzenlenmiş (ordered) ve yapılandırılmış (patterned) nesnel gerçeklikleri başkalarıyla paylaştıkça, tipik hale getirilmiş rollerinin ne olduğunu öğrenmektedirler. Bu,

onlar için; yani herkesle aynı şeyi paylaşıyor olmak, tipik rolün uygun gördüğü tarzda başkalarıyla bağlar kurmak, kendini rahat ve güvende hissetmenin, toplumsal müntesip olmanın yoludur. Dolayısıyla, toplumsal gerçekliği bu şekilde işleyen, nesnel boyutlu anlamlandırmalar; kişinin seçme özgürlüğünü kısıtlamakla birlikte, onun kafa karışıklığını önlemekte ve toplumsal harmoniyi temin etmektedir (Luckmann-Berger, 1966: 72-79). Ancak sınırlandırılmış olsa da kişilerin alternatifleri (tipik roller dışındaki başka rol tipleri) tümüyle ortadan kalkmamaktadır.

Esasen, toplumun nesnel gerçeği, her birey için bir uğrak noktası (moment) olarak düşünülmelidir. Zira öznel gerçeklik, kendini her koşulda korumaktadır. Toplumun benimsetmeye ve bireyin sindirmeye (internalization) çalıştığı nesnel gerçekliğin kusursuz biçimde özümsemişi mümkün değildir. Yani bu nesnel gerçeklik her bireyde farklı bir öznel boyutla yansıtılmaktadır. Bu yansıtma açık ya da zımni bir yığın gerçekliğe işaret etmektedir (Luckmann-Berger, 1966: 130-133). Öznel gerçeklikleri aşan, kuşatan nesnel bir gerçeklik olsa da, öznel gerçeklikler nesnel gerçekliğin her an yeniden kurgulanmasını potansiyel olarak içermektedir ve bu diyalektik süreç, toplumsal gerçekliğin anlamsal düzeyde, sonu olmayan bir kurgulama olarak sürekli inşa edilmesine vesile olmaktadır.

Bilginin toplumsal işlevlerini inceleyerek elde ettiğimiz ilk veri, bilginin süreç içerikli; yani sürekli değişebilen ve asla katılaşmayan, donuklaşmayan ve buzlanmayan toplumsal unsur olduğudur. Böyle olmasının nedeni, bilginin yegane hammaddesinin anlam olması ve anlamın da sadece özne - birey tarafından üretilebilmesidir.

Kuşkusuz ki birey tarafından üretilen anlam, herhangi bir anlam olarak kaldığında, toplumsal bir işleve sahip değildir. Anlam, iletişimsel bir materyale dönüştürüldüğü, paylaşıldığı takdirde toplumsal bir içerik kazanmaktadır ki, bu da etkileşimi zorunlu kılmaktadır. Yani öznel anlamın nesnel işlevini açığa vuran simgesel etkileşimdir ve anlam, öznel alanla nesnel alan

arasında sürekli işlendiği; eksildiği veya fazlalaştığı, geliştiği ya da dönüştüğü, sürekli olarak değiştiği için simgeler hiçbir zaman sabit bir içerik yüklenmemektedir. Etkileşim bu diriliğin hem nedeni hem de sonucudur. Zira özneler arasında anlamın nasıl bir içeriğe sahip olduğunu görmek için iletişim kurmak gerekmektedir. Anlam, özneler arasında aktarıldıkça öznel alana indirgenmekte, ortaklaşmayı (iletişimi) temin etmek için anlamı yeniden nesnel alana çekmek gerekmemekte, etkileşim böylece kendi iç dinamiklerinden aldığı enerjiyle bitimsiz ve sınırsız bir seyir izlemektedir.

2. Toplumsal Yapı Harcı Bilgi

Yukarıdaki tanımda bilgi, toplumsal zihniyetin hem hammaddesi hem de mamul ürünü olarak, toplumun ayırt edici vasfı olma, toplumun sınırlarını tayin ve tespit etme, içeriğini görünür kılma özelliği ile tavsif edilmiştir.

Bilginin bu özelliği, toplumsal zihniyetin muhtevası olan bilginin; bireyi biçimlendiren, sınırlandıran, ona çeki düzen veren ve hatta dayatmalarda bulunan bir toplumsal mekanizma olduğuna atıf yapmaktadır. Bununla birlikte aynı mekanizma, topluma intisap etmiş her bir birey tarafından onun süzüldüğü, elendiği, filtrelendiği; bu süreç içinde hem toplumsal ürün hem değil, hem bireysel ürün hem değil; daha doğrusu bireyin de toplumun da hem girdisi hem çıktısı olduğuna işaret etmektedir.

Nitekim Hakikat ve Yöntem’de Hans-Georg Gadamer (1975) toplumların dillerinde tezahür eden hakikat’ın (truth) ne olduğunu gün yüzüne çıkarmaya çalışmaktadır. Dil, topluma ait anlaşılabilen tek varlıktır ve üstelik dil, bireylerin kullandığı toplumsal bir varlıktır. Kısacası dil, toplum ile bireyin kesiştiği, kaynaştığı ya da çatıştığı merkezi bir bölgedir.

Dilin birinci örneği konuşmadır ve konuşma, neredeyse sınırsız bir anlam alanı ortaya koymaktadır. İkinci örnek yazıdır. Yazıda anlam kısıtlanmakta, sınırlandırılmaktadır. Hatta

konuşurken alabildiğine yayılan anlam, yazıda sabitlendiği için, yazı, bir süre sonra yazanın da yabancı kaldığı bir dilsel üründür (Gadamer, 1975: 350-355). Dilin bir diğer örneği yorumdur. Yazı ya da söze dökülme de yorum, dilsel bir üründür. Zira eninde sonunda dile ihtiyaç duymaktadır (Gadamer, 1975: 360). Sonuç olarak dil aracılığı ile toplumsal olan her şeyi edinilir ve dil aracılığı ile toplumsal olan her şeyi işlenir. Bu bağlamda dil, bir dünya sunmaktadır. Dünyaya ilişkin her tür bilginin aracı dildir (Gadamer, 1975: 445). Dil bireye bir dünya taşıdığı gibi birey de kendi dünyasını dille taşımaktadır (Gadamer, 1975: 404).

Tam da bu noktada dil, hem öznelliğin hem de nesnelliğin kaynaşma alanını tesis etmektedir. Dilin simgelerine, toplumun her bir üyesi yakın anlamlar yüklediği için dil, iletişimsel bir işlev görmektedir, ortaklaşma yaratmaktadır. Ama aynı simgenin, her bir bireyin zihninde, diğeriyle asla örtüştürülemeyecek öznel anlamları da bulunmaktadır. İşte bu öznel anlamlar, yan yana gelerek nesnel anlamları üretmektedir. Bir toplumun dilsel nesnesi gibi konumlandığı her kesitte birey, kendi öznel anlamını dilsel simgeye sindirerek, toplumsal dil ortamındaki yerini almaktadır. Bireyin dış dünya ile teması her zaman iki biçimde gerçekleşmektedir. Birincisi birey, dilin kendisine taşıdığı dış dünya gerçekliği kadar, gerçek dünyayı görebilmektedir (Gadamer, 1975: 495). İkincisi birey, dış dünyada olup bitenlerin sadece bilmek istediklerini bilmektedir (Gadamer, 1975: 446) ve bu; bireysel olanla toplumsal olanın buluşması olayı, önyargı (prejudice) kavramında mündemiçtir.

Gadamer (1975: 237), çevresinde olup bitenleri anlaması için yorumcunun her an “emrine amade” bulunan zihinsel kayıtları tarif etmek amacıyla önyargı kavramını kullanmaktadır. Bu kayıtlar her bir bireye ait ve özgü olmakla birlikte, tümüyle tarihsel ve toplumsaldır. Aynı zamanda önyargı sadece bir kişinin değil; grubun, topluluğun, toplumun, hatta dönemlerin gözlükleri de olabilmektedir. Nitekim aydınlanmanın geleneksel önyargılara karşı sergilediği keskin tavır, aydınlanmanın önyargısıdır. Bu yüzden meşru olan ve olmayan önyargı ayırımına gidilmesi daha

isabetlidir. Bu bağlamda gizli ya da gizlenmiş önyargıların toplumsal tehlikeler içerdiğinin bilinmesi gerekir. Zira bunlar despotça bir tarzla varlıklarını sürdürebilmektedir (Gadamer, 1975: 239-240). Böylece bilme işinde bizi doğruya yönelten önyargılarımız meşru, yanlışa yöneltenler ise gayri meşrudur (Gadamer, 1975: 266).

Gadamer’e göre tarih, tarihte var olan kişi ve toplumların ya da olay tanıklarının gözüyle görülemez. Çünkü o şekilde görmek için de kişisel önyargıya ihtiyaç vardır (Gadamer, 1975: 271). Toplumu topyekün görmek için de her bir toplumsal unsurun gözüyle toplumu görmek gerekir. Bu da mümkün değildir ve fakat görme, anlama işi; tüm bunların karışması, kaynaşmasının sonucunda gerçekleşmektedir. Bir bakıma bakış açısında ya da önyargıda, toplumsal ve bireysel olan ne varsa hepsi birbirine karışmış halde tezahür etmekte ve anlamlandırma bu şekilde gerçekleşmektedir ki, bu; bilginin alınma, işlenme, üretilme ve tedavül etme sürecini anlatmaktadır.

Toplumsal ve bireysel olanın önyargıda kaynaşması sayesindedir ki, toplum ve birey, simgeleri sayesinde, başka kişi ve toplumlarla aralarına simgesel sınır çizgileri çizebilmektedirler.

“...simgeler başka bir şeylerin yerini tutmaktan ya da başka bir şeyleri temsil etmekten daha fazlasını yaparlar. Aslına bakılırsa tüm yaptıkları bundan ibaret olsaydı geçerliliklerini kaybederlerdi. Simgeler aynı zamanda kendilerini kullananlara, anlamlarının bir kısmını kendilerine kazandırmalarına izin verir. ...bu simgelerin anlamları aynı biçimde paylaşılmaz. Simgelerin her birinin anlamı, bireyin kendine özgü tecrübesinin dolayımından geçer”. (Cohen, 1999: 11)

Tezini bu cümlelerle ortaya koyan Cohen (1999: 14), etkileşimleri sonucunda örülen “anlam ağları”nı insanların yaşadıkça sürekli yenilediklerini; bu anlam ağlarının ne mutlak belirleyici ne de etkisiz – nüfuzsuz olduğunu, sadece insan varlığının toplumsal davranışa anlam ilaştırma yeteneği ile mücehhez olduğunu belirtmektedir.

“Bizler gözlemlediğimiz şeye anlam veririz. Verdiğimiz bu anlam bize aittir ve davranışı gerçekleştirenin amaçladığı anlamla çakışabilir de, çakışmayabilir de. Böylelikle, etrafımızda sürüp giden ve katıldığımız davranışı anladığımız ölçüde davranışı yorumlarız ve bu yorumdan hareketle edimde bulunuruz; davranışa anlam iliştmeye bakarız. Toplumsal etkileşim bunun gibi yorumlara yaslanır. Toplumsal etkileşim özünde anlamların gördüğü iştir” (Cohen, 1999: 15).

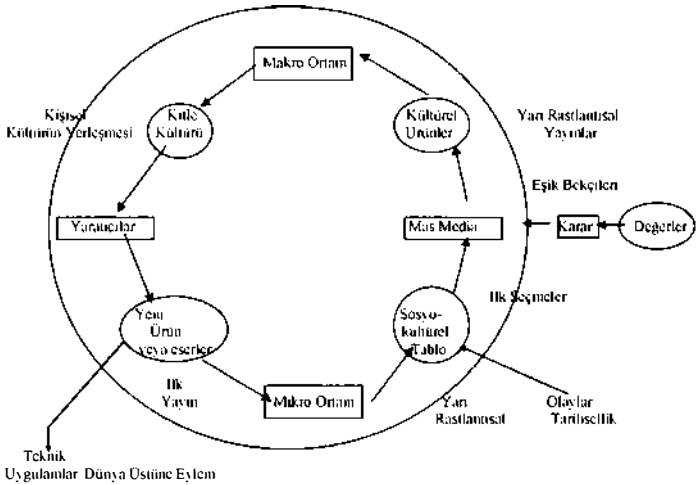
Toplumsal bütünlüğü tesis eden etkileşim, Cohen’e göre doğaları gereği simgelerin yoruma açık olmaları sayesinde gerçekleşmektedir.

“Simgeler, şekil verilebilir olduklarından, bireyin koşullarına uymaları sağlanabilir. Bu sayede bireylerin kendi bireyselliklerinden vazgeçmeksizin bir topluluğa olan bağlılıklarını yaşantılayabilecekleri ve dışavurabilecekleri koşulları (media) sağlayabilirler. Simgeler o denli çok yönlüdürler ki, sıklıkla özgün anlam kalıplarına uydurulabilirken, aynı simgeyi aynı anda kullanan başka kimseler bu çarpıtmaların farkına varmazlar” (Cohen, 1999: 16).

Bu sayede yani, simgeler hem öznel hem de nesnel olabildikleri için “...bireysellik ve genellik uzlaştırılabil” (Cohen, 1999: 20)’mektedir. Aynı simgeye yakın anlamlar yüklenebilmesi, daha doğrusu simgelerin insanlara böyle bir nimet sunması, onların hem bir toplum üyesi olma hazzını elde etmelerini hem de bireyselliklerini koruyarak öznel kimliklerini taşıyabilmelerini temin etmektedir. Kısacası simgesel düzeyde hem birey hem de toplum kurgulanmış, kurulmuş olmakta ve böylece sınırları da tayin ve tespit edilmektedir.

Abraham A. Moles (T.siz: 68-75) bu süreci, sosyo kültürel devre adını verdiği bir şema ile modelleştirmektedir.

A. Moles'in Kültürlenme Modeli



Kültürlenme kuramını açıklarken Moles, sosyo-kültürel devre içinde medyanın, mozaik kültür inşacısı işlevi gördüğünü belirtmektedir.

Ona göre her birey yaratıcıdır. Keşif ya da icat yapabilir. Yaratmanın hammaddesi ise bilgidir. Bu yüzden her yaratıcının ürünü tedavül etmez. Bu, herkesin hayal kurabilmesine ama hayallerini daha mükemmel biçimde yazan ya da söyleyenlerin yazar-şair ya da edebiyatçı sayılmasına benzemektedir. Yani, icat ya da keşiflerini tedavüle sürebilenlerin yaratıcılıkları fark edilmektedir. Zira onların hayalleri medyatik bir materyale dönüştürülmekte, öznel alandan çıkıp nesnel ortamda yayılmaktadır. Bununla birlikte sosyo-kültürel devre içinde bu süreç görülmek istendiğinde, tanımına aykırı bir biçimde sürecin ne başını ne de bitişini belirlemek mümkündür. Zira yaratıcının kuluçkadaki zihinsel ürünlerini açığa çıkaran simgeler, devre içinde sürekli dolaşan bilgileri taşımaktadır ve her durakta bilginin içeriği kayıp ya da katkılara maruz kalmaktadır. Yaratıcının da ürünü, kendisinden kurtulur kurtulmaz, evrenin her bir ögesi tarafından tüketilmekte ya da yeniden işlenmekte ve yaratıcının ürünü olma

özelliğini hızla kaybetmektedir. Kısacası bu devre Moles'un (T.siz:71) ifadesiyle şöyledir:

“Burada (şu) ögeler bulunmaktadır: Fikri, entelektüel eserleri dönüştüren ve bir mikro-çevrede yayan yaratıcı, kitle iletişim araçlarının beslendikleri genel bir depoda fikirleri, olayları ve olguları toplayan sosyo-kültürel tablo, yaratıcının da içinde yer aldığı makro çevreyi veya alanı sulayan kitle iletişim araçları.. Bu şekil, devrenin kendi üstüne göreli kapalılığını vurgulamaktadır. Yeni fikirler, dünyadaki olaylarca doğurganlaşan eski fikirlerden hareketle yapılmaktadır. Devre, dış dünyaya dört ögeyle bağlanmaktadır. Bir yandan yaratıcının imgesel oyunu, öte yandan nesneler dünyasına açılan gerçekleştirmeler, bir başka yandan tarihsel olaylara haberleri bağlayıcılar ve nihayet devreyi sosyal değerlere bağlayan iletişim araçları yöneticileri.”

Moles'in bu modeli öznel alandan nesnel alana bilginin nasıl sirayet ve tedavül ettiğini de kısmen göstermektedir. Bir toplumdaki entelektüel – artistik – edebi ya da teknokrat yaratıcılar, kendilerinin de içinde bulunduğu bir mikro ortamda, ilk yayın olarak eserlerini tedavüle bırakmaktadırlar. Bu ortam bir tür, toplumun yaratıcı sitesidir. İcatlar, keşifler, araştırmalar ve diğer benzeri yapıtlar bu sitede üretilmekte ve paylaşılmaktadır. Bu site aynı zamanda toplumun sosyo-kültürel tablosunun repertuarıdır. Bu repertuardan medya seçmeler yapmakta ve medyatik tercih ve kararlara göre bu seçmeler yeniden işlenerek, işlenmiş yeni kültürel ürünler olarak makro ortama sunulmaktadır. Bu ortam toplumun tümünü kapsayacak genişliktedir. Nihayet bu ortamda kişisel yaratılar toplumun geneline yayılmakta ve kitle kültürü olarak da tüketilmektedir.

Bu model, döngüyü kısmen göstermektedir. Bireylerin, tedavül eden ürünleri alımlama aşamasındaki anlamlandırma-ları kısmen görmezden gelinmektedir. Model, bireysel bir yapının toplumsallaşmasını kapsamakla birlikte, toplumsal olanın bireysel düzlemde kabul edilmesini içermemektedir. Bununla birlikte model, özellikle siyasal içerikli ürünlerin topluma mal edilme sürecini açıklamakta işe yarar görünmektedir. Zira siya-

sal program, proje ve planlarda belirli bir yaratıcılar sitesinde üretildikten sonra medya aracılığı ile topluma benimsetilmeye ve özellikle kitle kültürü ürünü olarak tüketilmesi temin edilmeye çalışılmaktadır.

3. Toplumsal Gerçekliği İnşa Eden Bilgi

Bilginin bir diğer özelliği, toplumsal gerçeği işlemesi, yansıması, taşıyıp aktarmasıdır. Bu vasfıyla bilgi aynı zamanda, toplumun tarihsel birikimidir ve zaman içinde değişmekle birlikte bilgi, toplumun ya da en azından toplumsal bütün içindeki belirli bir grubun egemen görüşünü de simgelemekte, somutlamaktadır.

Bilgi - toplum etkileşimi bağlamında bilgiyi ele alan Max Scheler, bir toplumdaki egemen fikir ikliminin, belirli bir grup tarafından üretildiğini, ancak bu fikirlerin, “mutlak gerçek”lerle hiçbir zaman tam anlamıyla örtüşmeyeceği için, toplumsal zemin (toplumun maddi koşullarıyla, mevcut örf, adet, gelenekleri v.s.) tarafından içerik değişikliğine uğrayabileceğini belirtmektedir. Buna göre grup fikirleri ile toplumsal zemin ne kadar uzlaşa halinde olursa, üretilen bilgi o denli toplumsal işleve sahip olacaktır. Dolayısıyla bir grubun bilgisi, toplumun mevcut - tarihsel birikimi ile karşılaştıktan sonra “cisim”leşmektedir. Kısacası ona göre ne belirli bir grup (aristokrat, burjuva, proleterya v.s.) tek başına topluma belirli bir ideoloji benimsetmeye muktedirdir. Ne de toplum kendi içindeki grupların tümünü zemini içinde eritip sindirebilmektedir. Genellikle bu karşılıklı etkileşim biçiminde tezahür etmektedir (Hekman, 1999: 40-43).

Aynı sorunsala odaklı Mannheim, daha geniş bir açı ortaya koymaktadır. Mannheim (2002:27). ... *“belirli düşünce biçimlerinin toplumsal kökenleri açığa kavuşmadığı takdirde, bu düşünce biçimlerinin olması gerektiği gibi anlaşılamayacağı”* tezinden hareket etmekte ve bilgiyi *“...herkesin ortak bir kader, ortak bir eylemsellik bağlamında ve ortak zorlukların üstesinden gelme çabası içerisinde (ki bu süreçlere herkes farklı biçimlerde katılır) başından beri geliştirdiği, işbirlikçi bir grup*

süreci” (Mannheim, 2002:53) şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanıma göre toplumsal gibi görünen bilgi, belirli bir grubun ürünü olma özelliği taşımaktadır. Daha doğrusu, bilgi ne toplumun ne grubun, ama aynı zamanda hem toplumun hem grubun malı olarak anlandırılmaktadır. Zira topluma egemen olan kollektif bilgi, son kertede bir grup tarafından üretilmiş olsa bile, topluma mal olma sürecinde, grubun bilgisi olma özelliğini kaybetmekte, toplumun önceki bilgi kalıntıları ile sentezlenmekte ve toplumsal unsurlara ve bireylere bu haliyle yansıtılmakta, benimsenmektedir. Mannheim bu süreci ideoloji ve ütopya kavramlarıyla çözümlemektedir.

Mannheim’e (2002:27) göre, “...düşünce yeteneğine sadece birey” sahiptir. Onun ötesinde ve üstünde düşünen başka bir toplumsal unsur mevcut değildir. Fakat bu gerçek, bireysel etkinliği “düşünen varlık”ın kendi başına tayin ve tespit ettiği anlamına gelmez.

“Birey, kendine atfettiğimiz konuşma ve düşünce biçimini, sadece çok sınırlı bir anlamda kendiliğinden yaratabilir. Birey, içinde bulunduğu grubun dilini konuşur; içinde bulunduğu grubun düşündüğü gibi düşünür. Belli sözcükleri ve sözcüklerin anlamını, kullanımına sunulmak üzere hazır bulur” (a.y.).

Bu nedenle bilgi sosyolojisi önce bireyin düşünce ve davranışlarının kaynağı olan toplumsal bağlamı açığa çıkarmak zorundadır. İkinci olarak da bilgi sosyologları, bu bağlam içindeki bireyin “kendilerini çevreleyen dünyaya daima farklı açılardan bakmaya eğilimli” olduğunu gözden ırak tutmamalıdır (Mannheim, 2002: 28-29).

Bu iki görevle yükümlenen Mannheim, çok açık olmakla birlikte, bir toplumdaki egemen bilgi örgüsünü ideoloji, toplumsal bağlamları içindeki her bir bireyin (ya da grubun) bilgi örgülerini ise ütopya olarak tasarımılamaktadır. Ütopya toplumsal gerçekliğe tosladıkça “hayal ürünü” olmaktan kurtulmakta ama toplumsal gerçekliği inşa eden, pekiştiren toplumsal unsurlara işleyen, sindiren ideolojiyi de hırpalamakta, onun yeni-

lenmesine, hatta ikame edilmesine neden olmaktadır. Bu süreci çözümlmek amacıyla Mannheim (2002, 83-85) ideolojiyi kısmi ve total olmak üzere iki kategoriye ayırmaktadır. Birincisi, belirli bir grubun iddialarının bir kısmını temsil ediyorsa kısmi; onun tüm dünya görüşünü anlatıyorsa total ideolojidir. İkincisi, kısmi ideoloji, doğrudan bireysel zihinleri tanzim etmeye yönelik olarak; total ideoloji de dönemleri, çağları, tarihsel süreçleri ayırtırmak, karşılaştırmak amacıyla kullanılmaktadır. Üçüncüsü, kısmi ideoloji bireysel davranış ve konumlara odaklanırken, total ideoloji toplumsal statü ve rollerle ilgilenmektedir.

Bu ayırtırma, bireysel düşüncenin toplumsal düşünceye dönüşümünü açıklamaktadır. Öncelikle birey, toplumsal bir varlık olduğu için topluma egemen total ideolojinin etkisi altında düşünme eylemini gerçekleştirmektedir. Zira, “düşünceler ve bilgiyle ilgili içeriksel değler ... büyük dahilerin ansızın aklına gelen fikirler olarak çıkmazlar. Dahiyane fikirlerin arkasında da, düşünen bireyin önünde belirlenmiş olarak duran, ancak asla ‘tin’ olarak varsayılmaması ve özelleştirilmemesi gereken kolektif – tarihsel bir deneyimsel bağımlılığın karakteristik tarzı durmaktadır” (Mannheim, 2002: 288). Bununla birlikte bireyi ayakta tutan bu zemin sadece “tek bir deneyimsel bağlamlılık” veya “tek bir düşünce akımı” şeklinde varolmamaktadır. Bu zemin birbirinden farklı, kimi zaman kesişen, uzlaşan; kimi zaman çatışan fikirlerin ahengiyle teşekkül etmektedir. Bu şekillenme ise birey ya da grup ütopyalarından toplumsal kısmi ya da total ideolojilere kadar sürekli değışen, dönüşen toplumsal fikir iklimiyle gerçekleşmektedir.

Ütopya ile ideoloji arasındaki çizgiyi toplumsal gerçeklik çizmektedir. “...kendi bakış açısından hareketle, prensip olarak hiçbir zaman gerçekleştirilemeyecek tasarımlar ütopya olarak adlandırılır”maktadır (Mannheim, 2002: 220) ve ütopyalar, “karşı etkileşimle değıştirilemedikleri ölçüde ideolojiler değildir” (a.y.). Ütopya, toplumsal gerçeklikle etkileşime girdikçe ideolojikleşmektedir. Ütopyalar uygun toplumsal koşullar hasıl olduğunda, kısmi ideolojiler olarak toplumsal zemin üzerinde kendilerini

belli etmekte; birbiriyle kesişmeler, uzlaşmalar ve özellikle de çatışmalar halinde tezahür etmektedirler. Uygun koşullarda bu etkileşimden total ideolojiler doğmakta ve gelişip yayılmakta, başka bir takım ütopyalar veya kısmi ideolojilerle etkileşime girdikçe renkleri, tonları değişmekte ya da bu etkileşimle oluşan başka total ideolojilerce ikame edilmektedirler.

Marksist gelenek, özellikle Althusser, Mannheim'den elde ettiğimiz “süreç” odaklı, bilginin bu tarz işlevini, kanalın bir yönünü dikkate alarak çözümlemektedir.

Eleştirel akımın kaynaklarından birisi olan Marx ile Engels'in, meşhur eseri Alman İdeolojisi(1987); “kitle'lerin te-oriye kurban edilmekte” olduğunu ihbar eden ilk eserlerden birisidir.

Esere göre, üretim araçlarını inhisarında bulunduran güç-ler, maddi egemenliklerini pekiştirip, sürdürebilmek amacıyla, kurulu düzeni meşrulaştıran ve koruyan bilgi üretmektedirler. Bu ideolojidir. Topluma egemen olan düşünce yapıları maddi altyapının eseridir. Dolayısıyla bilginin egemenlik ilişkilerindeki rolünü görebilmek için maddi yaşam koşullarını açığa çıkarmak gerekmektedir. Bu açıdan, dikkatle bakıldığında, hakikatin, ol-duğundan nasıl farklı bir biçimde gösterildiği hemen fark edile-cektir. Bu, yanılsama ideolojisi ile gerçekleştirilmekte ve hakikat olan her şey, olduğundan farklı bir biçimde hayal ettirilmektedir. Yani ideoloji, maddi yaşamın çelişkilerini ört bas etmek, mevcut egemen güçleri korumak ve kurulu düzeni meşrulaştırmak ama-çıyla üretilmiş, sahte gerçekler sunan, bozulmuş, yanılsamala-ra neden olan; doğru ve hakiki bilgileri ikame amacına yönelik olarak tedavüle sokulmuş bilgilerdir. Dahası ideoloji, belirli bir grubun çıkarlarını ve maddi yaşamdaki tahakkümlerini koruyup pekiştirmek ve ört bas etmek amacıyla üretilen, uyduruk bilgile-rin sistematize edilmesiyle oluşturulduğu için, sürekli “öteki”ni hedef almaktadır. Dolayısıyla ideolojik söylemde mutlaka bir hasım bulunmaktadır. Hatta ideoloji, “hasım”a karşı uyarma, koruma, kollama v.s. vaat eden bir siyasal söylem olarak var

olmakta ve var kalmaktadır. Bunun için de ideoloji simgesel düzeyde kendini konumlandırmakta, mit ve ikonlarıyla “mağdur” ve “mazlum”ları, gerçek yaşam koşullarından koparıp, onları kendi hakikatlarına yabancılaştırmakta, onların kimliklerinden ve misyonlarından uzaklaşmalarını sağlayarak, onlara çeşitli maskeler takmaktadır. Daha da önemlisi ideoloji, müstezafları, sanal cennetlerle avutmakta, onların sorgulayıcı eğilimlerini ve doğal dirençlerini bu yolla emmektedir.

Althusser, bu işlevin nasıl gerçekleştirildiğini özel olarak çözümlemektedir.

Ona göre burjuva düzeninde “kamu ve özel alan ayrılığı” söylemi üretilmiştir. Bu söylem, toplum içindeki güçlerin ayrıştırıldığını, birinin diğerince dengelendiği ve denetim altında bulundurulduğu için, hiçbir gücün diğerini tahakküm altına alamayacağını, böylece adalet ve hakkaniyetin tesis edilebileceğini, sömürünün yok edileceğini telkin etmektedir.

Bu ideolojik bir söylemdir. Zira kamusal baskı aracı olan devlet, sayısız ideolojik araca sahiptir. Siyasal sistem onun tekelindedir. Eğitim kurumları, artistik ve entelektüel alandaki kimi kurumlar, fiilen devletin emri altındadır. Öte yandan devlet, toplumun üzerindeki asıl denetimini, özel alandaki bazı kurumlarla gerçekleştirmektedir. Bunlar; dini kurumlar, siyasi partiler, sendika, birlik, oda gibi sivil toplum örgütleri, aile kurumu, özel alandaki eğitim, entelektüel, artistik kuruluşlar ve özellikle medyadır. Dolayısıyla özel alandaki devletin ideolojik aygıtları, kamusal alandan daha işlevseldir ve görevleri, egemen ideolojiyi topluma işleyip sindirmek, benimsetmektir. Bu amaçla devlet bir yandan kamusal alandaki baskı aracı (fiili güç kullanma tekeline sahip olduğu için) kimliği ile toplumu sindirmekte, yıldırmakta; diğer yandan da özel alandaki ideolojik araçlarıyla bireylerin zihinlerini yıkamakta, onları ‘sadık kul’lara, sessiz kölelere dönüştürmekte ve mevcut yaşam koşullarına rıza göstermelerini temin etmekte, boyunlarındaki boyunduruğu meşrulaştırmaktadır (Althusser, 2003: 169-171).

Üstelik bu etki ve nüfuzu, onları özne gibi konumlandırarak gerçekleştirmektedir. Çünkü “ideoloji bireylere özne diye” seslenmekte ve “her ideoloji ancak bir özne aracılığı ile ve özneler için var” olabilmektedir.

“...İdeoloji ancak somut (sizin gibi benim gibi) özneler için vardır ve ideolojinin bu hedefi de ancak, özne sayesinde, başka deyişle özne kategorisi ve işleyişi sayesinde imkan kazanabilir” (Althusser, 2003: 196).

Egemen bir gücün egemenliği ancak ve ancak tabi (ya da tabi olmayan) bir tepki ile açığa çıkabilmektedir. İdeolojiye de kabul etme/tanıma, kabul etmeme/tanınamama şeklinde işlerlik kazandırılmaktadır (Althusser, 2003: 198). Bu tepkiyi veren her bir kişi özne gibi kendini düşünmektedir. Oysa kabul edenler kadar kabul etmeyenler kategorisinde yer alanlar da nesnedir. İdeoloji de, her bir öznenin bu tepkilerini işleterek durmaksızın yayılmakta ve özneleri nesneye dönüştürebilmektedir. İdeoloji sürekli olarak öznelerin kabul edilişlerine ilişkin talimatlar yaymakla birlikte, talimat mekanizması ve öznelerin kabul görüp görmediği ile ilgili asla malumat vermemektedir. Tıpkı tanrının, her bir kuluna ayrı ayrı seslendiği, onların her bir eylemlerine ayrı ayrı ödül veya ceza takdir ettiği gibi, ideoloji de aynı tarzda işletilmektedir. Tanrının, tanrı (mutlak, en büyük özne) olarak kabul edilmiş olması şartı gözden ırak tutulmaktadır. Zira bilindiği gibi önce tanrı kabul edilmekte sonra ona iman ya da o inkar edilmektedir (Althusser, 2003: 206).

Burjuva ideolojisinin kabul görmesi de aynıdır. Önce kendini tanıtip, kabul ettiren bir ideoloji ile düzen tanınmakta, sonra da ona uyum gösterilmekte ya da karşı çıkılmaktadır. Her iki halde de burjuva ideolojisi, burjuvanın düzenini tesis ve teyid etmektedir.

4. Bilginin Toplumsal İşlevlerine İlişkin Sentez Denemesi

Bilginin toplumsal işlevleriyle ilgili üç başlıkla elde edilen verilere göre; toplumsal gerçeklik bilgide tecessüm etmektedir. Bilginin süreç içerikli; yani sürekli değişebilen ve asla katılaşmayan, donuklaşmayan ve buzlanmayan toplumsal unsur olmasının nedeni, bilginin yegane hammaddesinin anlam olması ve anlamın da sadece özne - birey tarafından üretilebilmesidir.

Birey tarafından üretilen anlam, herhangi bir anlam olarak kaldığında, toplumsal bir işleve sahip değildir. İletişimsel bir materyale dönüştürülen anlam, paylaşılarak toplumsal bir içerik kazanmaktadır. Anlam bu içeriği, toplumsal etkileşimle kazanmaktadır. Boyutlarını bireyin belirlediği öznel anlam, simgesel etkileşim aracılığı ile aynı zamanda nesnel bir anlam da kazanmakta, bu etkileşimle birlikte zuhur eden iletişim çok çeşitli ilişki türleri meydana getirmekte ve toplumsallık bu şekilde inşa edilmektedir.

Toplumsal işlevi bu şekilde açığa çıkan anlam, öznel alana nesnel alan arasında sürekli işlendiği; eksildiği veya fazlalaştığı, geliştiği ya da dönüştüğü, sürekli olarak değiştiği için simgeler hiçbir zaman sabit bir içerik yüklenmemektedir. Etkileşim bu diriliğin hem nedeni hem de sonucudur. Zira özneler arasında anlamın nasıl bir içeriğe sahip olduğunu görmek için iletişim kurmak gerekmektedir. Anlam, özneler arasında aktarıldıkça öznel alana indirgenmekte, ortaklaşmayı (iletişimi) temin etmek için anlamı yeniden nesnel alana çekmek gerekmede, etkileşim böylece kendi iç dinamiklerinden aldığı enerjiyle bitimsiz ve sınırsız bir seyir izlemektedir.

Toplum, gerçekleri gösteren soyut ve köpüğümsü güç merkezi görünümü ile bireye egemen olmakta ve bu egemenliği birey (onun benimsettiği gerçeklerin gerçekliğinden kuşku duymayarak) benimsemekte, içselleştirmektedir. Daha da önemlisi bu gerçeklik, onun aracılığı ile korunmakta, taşınmakta ve toplumun yeni üyelerine de bizzat onun aracılığı ile işlenmektedir.

Öte yandan, gücün akıtıldığı ve aynı zamanda süzüldüğü, damıtıldığı, arındırıldığı toplumsal alan dildir. Dilde birey ve toplum kesişmekte, kaynaşmakta, çatışmakta ve dil böylece egemenlik ilişkilerinin hem ayyuka çıkarıldığı hem de gizlendiği toplumsal bölgeyi teşkil etmektedir. Bu bölgede bireyler, tarih ve toplum tarafından kendilerine verilen, önyargı (aslında Heidegger’e atfen ‘Back ground’ demek daha doğru olurdu) adındaki gözlüklerle çevrelerine bakmaktadırlar. Gözlüğe merceği takan tarih ve toplum, mercekten bakan ise bireyin gözleridir. Dolayısıyla bir toplumda, birbirine karşı ve yandaş tüm aktörler önyargılarla bakmaktadırlar. Açık ve belli önyargılı iddialar, kendilerini itiraf ettikleri için zararsızdırlar. Ancak gizli ve örtülü önyargılar tehlikelidir ve zorba karakterlidir.

Önyargıların öznel alanla nesnel alanı buluşturması, bireyin diğer toplumsal unsurlarla ve toplumun başka toplumlarla arasına sınır çizgileri atmasına izin vermektedir. Dolayısıyla belirli simgesel etkileşimlerle belirli toplumlar, topluluklar, gruplar inşa edilebilmektedir. Sözelimi cemaatler ya da gruplar kendi aralarında bağlar tesis edebilmek amacıyla anlamı kullanmaktadırlar. Belirli simgesel düzenekler etrafında örgütlendirilerek gruplar, cemaatler, camialar inşa edilebilmektedir.

Bununla birlikte verilerin öğrettiği diğer önemli bir ayrıntı gözden ırak tutulmamalıdır. Her ne kadar mevcut toplumsal zeminle uzlaşmak zorunda olsa da toplumsal gerçeklikleri üreten, eninde sonunda birey ya da gruplardır. Buna göre iki önemli faktör ortaya çıkmaktadır:

- a. Bireyi çevreleyen toplumsal bağlam,
- b. her bireyin dünyayı farklı görmesi.

Bilgi aracılığı ile kurulan toplumsal gerçeklikler ne denli kesif ve şedit olursa olsun, bu gerçeklikler her bir bireyde, bireysel gerçeklikler olarak tezahür etmekte ve toplum, ne denli bireye nüfuz ederse etsin, onun “dışta kalma potansiyelini” si-lememektedir.

Bu süreç Mannheim’den ilhamla şöyle çözümlenebilir:

Her birey, toplumsal gerçeklerle barışık ya da çatışık ütopyalara sahiptir. Bu nedenle her toplum neredeyse sınırsız sayıda ütöpik zenginlik ve çeşitlilik içermektedir. Bazı ütopyalar toplumsal gerçeklerle (genel kabuller) karşılaşarak birey ve genellikle gruplara özgü ülküler halinde formüle olmaktadır ki, bu mikro toplumsal projeler, zamanla toplumdaki kısmi ideolojileri teşkil etmektedir. Bunlar toplumsal zemine sirayet ettikçe; yayılma, benimsenme ve aktarılma potansiyelleri ölçüsünde makro ideolojilere dönüşmektedirler.

Makro ideolojilerin yoğun ve katı birer otorite odaklarına dönüşme sürecini de Althusser çözümlenmektedir.

Kendi egemen olduğu kamusal alan içerisinde devlet, toplum adına bireylere fiili güç kullanma tekeline sahiptir. Bu yüzden de devlet, topluma egemen olmak isteyen güç odaklarının ele geçirmeyi hedefledikleri bir otorite merkezidir.

Bununla birlikte topluma hakim olmak ve sulta kurmak isteyenlerin ele geçirdikleri devlet, kamusal alana olduğu kadar, özel alana da egemendir. Sivil toplum adı altında ürettiği birçok ideolojik aygıt ile devlet, kamusal alanda fiili güç kullanarak sürdürdüğü egemenliğini, özel alanda topluma ideoloji şırına ederek pekiştirmekte, geliştirmekte ve sürdürmektedir. Bunu da, kamusal alanda nesneleştirdiği bireylere özel alanda “özneymiş” gibi (yani onların rıza ve itirazlarını organize ve koordine edip) davranarak gerçekleştirmektedir. En amansız kozu ise kendi varlığını, ürettiği ‘hasım öteki’yle gerekçelendirip, kendisine bu yolla militan yandaşlar edinmesidir.

Bu şekilde işlemselleştirilen ve toplumsal gerçekliklere dönüştürülen makro ideolojinin fani olmasının nedeni, her makro ideolojinin yeni bazı ütopya ve mikro ideolojilerce denetim ve tehdit altında bulundurulmasıdır. Bunun sonucunda her makro ideoloji kendini değiştirmekte, yenilemekte ve hatta onun kadar sirayet edebilen başka mikro ideolojiler tarafından ikame edilmektedir.

Özetlemek gerekirse; gücün akitildiği ve aynı zamanda süzüldüğü, damıtıldığı, arındırıldığı toplumsal alan dildir ve geniş anlamıyla dilin boyutlarını belirlediği simgesel düzenek alanında birey ve toplum kesişmekte, kaynaşmakta, çatışmakta ve dil böylece egemenlik ilişkilerinin hem ayyuka çıkarıldığı hem de gizlendiği toplumsal bölgeyi teşkil etmektedir. Bu bölgede, bireyler, tarih ve toplum tarafından kendilerine verilen, önyargı adındaki gözlüklerle çevrelerine bakmaktadırlar. Gözlüğe merceği takan tarih ve toplum, mercekten bakan ise bireyin gözleridir. Dolayısıyla ne Adorno’nun kullandığı anlamıyla toplumsal totalitenin ezeli ve ebedi bir nüfuzundan söz etmek mümkündür ne de her bir birey ya da grubun kendi ütopyalarını kayıtsız şartsız işlendiği bir grup, cemaat, camia inşa etmek. Ama insan grupları, camiaları, cemaatleri -klasik mantıkla alay eder gibi- her ikisinin de eseri olarak tezahür etmekte ve hiçbir zaman ve hiçbir biçimde durağanlık arz etmeyen, “eğreti, zayıf ve kararsız denge (Gurvich, 1985: 140)’li bir “etkileşim sistemi” (Duverger, 1982: 321-322) görünümü arz etmektedir.

SONUÇ

İletişim bilimi ile ilgili akademik ürünlerin pek çoğu bilindiği gibi medya ile ilgilidir. Bu da çok doğaldır. Zira medya özellikle 19.yy’dan itibaren, toplumsal yaşama korkunç bir hızla girmiş ve bireylerin gündelik yaşamlarını allak bullak etmiştir. Üstelik bilhassa son iki buçuk asırdır medyaya şu veya bu biçimde bir takım (a) misyonlar yüklenmesi, (b) medyanın ideolojik aygıt olmasının yanı sıra (c) oldukça ciddi bir ekonomik rant aracı haline gelmesi, en önemlisi de (d) medyatik ürünlerin hem kendilerine özgü bir pazarda satılmaları hem de kendi tüketicisini pazarlayabilme yeteneğine sahip olmaları ve daha da önemlisi (e) medyatik ürünün tüketildikçe çoğalan ürün niteliği taşıması, kuşkusuz ki medya üzerine odaklanmayı elzem kılmaktadır. Çok daha da önemlisi artık günümüzde, yeni medya adını alan iletişim araçları, tümüyle ele avuca sığmaz hale gelmiştir. Dolayısıyla iletişim bilimi disiplini çatısı altındaki akademik çalışmaların neredeyse tümünün medya ile ilgili olması çok doğaldır.

Bununla birlikte medyaya ilişkin bu gizemli ilginin iletişim süreç ve olgusuna kör ve sağır kalmayı haklı kılmayacağı malumdur. Nitekim, Mattelard’ın (1998:55) “Sanal Okul” adını verdiği, iletişimin bizatihi kendisi ile ilgilenen araştırmacı grubundan, bugün için bize, hazine değerinde ürünler tevarüs etmiştir.

Bu mirasın, (sahiplerinden de birisi olan Watzlavick’e atfen) üç temel varsayımı bulunmaktadır: (1) İletişimin özü; ilişkî ve etkileşim süreçlerindedir (öğeler, öğeler arasında oluşan ilişkilerden daha az önemlidir). (2) Her insan davranışının bir iletişim değeri vardır (karşılıklı olarak birbirini yanıtlayan ve yaratan ilişkiler geniş bir iletişim sistemi gibi düşünülebilir). (3) Yatay durumda (birbirini izleyen iletilerin) ve dikey durumda (öğeler ve sistem arasındaki ilişki) yerleştirilmiş iletilerin art arda gelişini gözlemleyerek “bir iletişim mantığını” çıkarmak mümkündür (a.y.).

İletişim sürecini etkileşimler olarak ele alan bu okul, antropolojiden psikiyatriye kadar çeşitli disiplinlerden de yararlanarak, kendi varsayımları doğrultusunda, çeşitli ürünler ortaya koymuşlardır. Özellikle 1980’li yıllardan sonra, okulun katkısı kabul edilerek, bu üç varsayım yeniden bazı iletişim bilimcilerin gündemine girmiş ve kimi toplumbilimsel yaklaşımlarla konuya yeniden dönüş (a.y. 57) gerçekleşmiştir.

Bu yaklaşımlardan; ilgili olan bazılarıyla, (pek çok araştırmacının belirttiği gibi, Alman bilgi sosyologları ile ABD’li “pragmatist” sosyologlar arasında kuramsal bir kan bağı kurmak zor değildir.) ilgisiz (Marksist gelenekten Althusser’le muhafazakarlıkla etiketli Mannheim’ı kimi varsayımlar bağlamında buluşturmak da kanaatimizce gereksiz bir çaba sayılmamalıdır.) gibi durmakla birlikte, pek çok bakımdan paralellik arz eden yaklaşımları, bilginin toplumsal işlevlerine ilişkin analizlerine bakarak sınıflandırmak; bu konuya ilgi duyacak akademisyenler için, belki de bir ipucu özelliği arz edebilir. Fakat, kuşkusuz ki bu sınıflama, tüketilmiş bir çaba olma anlamına gelmeyecektir. Zaten bu çaba, önyak olma girişiminden ibarettir. Ne var ki, iletişim bilimi alanında çalışan akademisyenlerin bu konuya ilgi duymaları temennisi de, bu çabada mündemiçtir.

KAYNAKÇA

- Akay, Ali, (2000). **Michel Foucault'da İktidar ve Direnme Odakları**. 2. Baskı, İstanbul: Bağlam y.,
- Anık, Cengiz (2000) **Siyasal İkna**, Ankara: Vadi Y.,
- (2003) **Bilgi Fabrikaları ve Müşteriler**, Altınküre y., Ankara
- (2005) **Epistemolojik Düzlemde Yarınki Siyaset Bilgi Sosyolojisi Açısından Bir Deneme**, 2. Baskı, Nobel y., Ankara
- Althusser, Louis, (2003). **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları** (Çev: A.Tumertekin), İstanbul: Haki y.,
- Arslan Hüsamettin (Der), (2002). **Hermenetik ve Hümaniter Disiplinler**.(Çev: H. Arslan) İstanbul Paradigma y.,
- (2002). **Retorik, Hermenetik ve Sosyal Bilimler**. (Çev: H. Arslan). İstanbul:, Paradigma y.,
- (2002) **İnsan Bilimlerine Prolegomena**. (Çev: H. Arslan). İstanbul, Paradigma y.,
- Berger, Peter ve Thomas Luckmann, (1966). **The Social Construction Of Reality**, New York. Garden City Doubleday & Company, Inc.
- Mc Carthy, E. Doyle (2002). **Bilgi Kültürü. Yeni Bilgi Sosyolojisi**. (Çev: A F. Yılman). İstanbul Çivi Yazıları y.,
- Cücen Kadir (2001). **Bilgi Felsefesi**, Bursa. Asa Kitapevi
- Cohen, Anthony P.(1985). **Topluluğun Simgesel Kuruluşu**, (Çev: M. Küçük), Ankara Dost Kitapevi,
- Duralı A. Teoman (Tarihsiz) **Felsefe Bilime Giriş**, Cantay Kitapevi:
- Duverger, Maurice, (1982) **Siyaset Sosyolojisi**, (çev: Ş. Tekeli) II. Basım., İstanbul: Varlık y.,

- Dllul, Jacques (1998). **Sözün Düşüşü**. (Çev: H. Arslan), İstanbul Paradigma y.,
- Falzon Christopher. (2001). **Foucault ve Sosyal Diyalog**. (Çev: H. Aslan), İstanbul. Paradigma y.,
- Foucault, Michel (1966) **Les Mots et les Choses**, Une Arceologie des Sciences Humanies, Gallimard. (2000) (**Kelimeler ve Şeyler**, (çev: M.A. Kılıçbay, 2. Baskı Ankara:)İmge y.,
- (1988) **Cinselliğin Tarihi II**, (Çev: H. Tufan) İstanbul Afa.,
- (1992) **Ders Özetleri**. (Çev: S. Hilav), İstanbul YKY.,
- (1993) **Cinselliğin Tarihi 1**, (Çev: H. Tufan), 2.Baskı İstanbul, Afa.,
- (1994) **Cinselliğin Tarihi III**, (Çev: H. Tufan) İstanbul Afa.,
- (1999) **Bilginin Arkeolojisi**. (Çev: V. Urhan) İstanbul Birey y.,
- (2000a) **Deliliğin Tarihi**, (Çev: M.A. Kılıçbay) Ankara İmge y.,
- (2000b) **Entellektüelin Siyasi İşlevi**. (Çev: İ.Ergüden-O. Akınlay-F.Keskin) İstanbul Ayrıntı y.,
- 2000c **Hapishanenin Doğuşu**. (Çev: M.A. Kılıçbay), 2. Baskı, Ankara İmge y.,
- 2002 **Kliniğin Doğuşu**, (Çev: İ.M. Uysal), Epos y., Ankara
- Gadamer, Hans-Georg, (1975). **Truth and Method**, New York: Continuum
- Göka Erol, Abdullah Topçuoğlu ve Yasin Aktay (1999) **Önce Söz Vardı**. İkinci Basım, Ankara. Vadi y.,
- Giddens, Anthony (1999) **Toplumsal Kuruluşu**. (Çev: H. Özel), Ankara Bilim ve Sanat y.,
- (2003). **Sosyolojik Yöntemin Yeni Kuralları**. (Çev: Ü. Tatlıcan-B.Balkız), İstanbul Paradigma y.,
- Gjertson, Derek (2000). **Bilim ve Felsefe Dün – Bugün**, (Çev: F. Kurtulmuş), İstanbul Say.,

- Georges Gurvich, (1985). **Sosyoloji ve Felsefe** (Der: K. Cangızbay) İstanbul Değişim y.,
- Hall, Edward.T., (1973). **La Langage Silencieux**, Paris Mame,:
- Hekman Susan, (1999). **Bilgi Sosyolojisi ve Hermenetik**, (Çev: H. Aslan-B.Balkız) İstanbul Paradigma y.,
- Horkheimer Max ve Theodor W. Adorno (1995). **Aydınlanmanın Diyalektiği I.** (Çev: O. Özoğul), İstanbul Kabalcı y.,
- (1996). **Aydınlanmanın Diyalektiği II.** (Çev: O. Özoğul), İstanbul Kabalcı y.,
- Izutsu, Toshihiko (Tarihsiz). **Kur’anda Allah ve İnsan**, (Çev: S.Ateş), Ankara Kevser yayınları,
- Lektorsky, Victor (1998). **Özne Nesne Biliş.** (Çev: Ş. Alpagut) İstanbul Toplumsal Dönüşüm y.,
- Mannheim, Karl. (2002). **İdeoloji ve Ütopya.** (Çev: M. Okyayuz), Ankara Epos y.,
- Mattelard Armand ve Mattelard Michele (1998), **İletişim Kuramları Tarihi.** (Çev: M. Zillioğlu), İstanbul İletişim y.:
- Marx ve Engels (1987). **Alman İdeolojisi**, (Çev: S. Belli), 2. Baskı, Ankara Sol.,
- Moles, Abraham. (1993). **Belirsizin Bilimleri** (Çev: N. Bilgin), İstanbul YKY.,
- (Tarihsiz). **Kültürün Toplumsal Dinamiği**, (Çev: Nuri Bilgin), İzmir Ege Ü. Edebiyat F. Yay., No: 21,
- Murphy, John W. (2000). **Postmodern Sosyal Analiz ve Postmodern Eleştiri**, (Çev: H. Aslan), İstanbul Paradigma y.,
- Nietzsche, Friedrig. (1999). **İyinin ve Kötünün Ötesinde**, (Çev: A. İnam), 2. Baskı, İstanbul Ara y.,
- Özbilgen, Erol. (1986). *“İlim ve Bilim Farklılaşmasının İslam Kültür Değerleri İçindeki Yeri”* İlim Sanat, Cilt: 2, Sayı 9, SH: 49-58

- Sözen, Edibe. (1999). **Söylem**, İstanbul Paradigma y.,
- Urhan Veli. (2000). **Michel Foucault ve Arkeolojik Çözümleme**, İstanbul Paradigma y.,
- Tekelioğlu Orhan. (1999). **Michel Foucault ve Sosyolojisi**, (Çev: i. Sirkeci), İstanbul Bağlam y.,
- Touraine Alain. (2000). **Demokrasi Nedir?** (Cev: O. Kunal), İstanbul YKY.,.
- Wright, Mills. (1974). **İktidar Seçkinleri**. (Çev: Ü. Oskay), Ankara Bilgi y.,
- Watzlawick P., Beavin J., et Jakson D.D. (1973). **Une Logique de la Communication**, Paris Sevil,:

EK-3:

Anık C., ve Soncu (2010), “Kültür, Medeniyet ve Modernizm Üzerine: Yaprak Dökümü Bağlamında Bir Değerlendirme” **Global Media Jurnal** Cilt:1, Sayı:2 Güz:2010, s: 50-80

Kültür, Medeniyet Ve Modernizm Üzerine “ Yaprak Dökümü” Bağlamında Bir

ÖZET

Bu çalışmada, kültür, medeniyet ve modernizm kavramlarının kısa birer tanımı yapılmaktadır. İkinci aşamada kültürü, ulusal bütünlüğü tesis etme aracı olarak gören bakış açısı irdelenmektedir. Üçüncü aşamada kültürü, kapitalizmin egemenlik aracı kabul eden anlayışlara değinilmektedir. Dördüncü aşamada kültürün birey ile toplum arasındaki bağ olduğu görüşü işlenmektedir. Buna göre bireysel ve toplumsal alandaki herhangi bir değişime göre kültürün de sürekli değiştiği iddiası dile getirilmektedir. “Yaprak Dökümü” isimli roman ve aynı adı taşıyan iki televizyon dizisi konunun örnek olayı olarak çözümlenmeye çalışılmaktadır.

Anahtar kavramlar: Kültürel değişim, modernizm, kültür endüstrisi, karakter analizi,

AN EVALUATION ON CULTURE, CIVILIZATION AND MODERNISM IN THE CONTEXT OF “YAPRAK DÖKÜMÜ”

Abstract

This study begins with a brief discussion on culture, civilization and modernism. After that the article examines the perspective which accepts culture as the means of establishing the national unity. In the third stage the article addresses

the understandings of culture as means of sovereignty and of the capitalism. In the fourth stage the article considers arguments on culture as the link between the individual and the society. The authors emphasize that changes in individuals and the society is reflected as changes in culture. The novel “Yaprak Dökümü” and two television series with the same name are analyzed as a case in light of these arguments.

Keywords: Cultural change, modernism, culture industry, character analysis

GİRİŞ

Makalenin başlığında olduğu gibi, çok geniş alanlara tekabül eden başlıklar akademik metinler için uygun değildir. Burada böyle bir başlık kullanılmasının nedeni, akademik kaygı gereği bazı seçimler yapılacağına dair imada bulunmaktadır. Sınırlı düzeydeki kavramsal netleştirmelerle kimi açılımlar elde edilmeye çalışılmakta ve bu verilerin ışığında medyatik bir ürün çözümlenmeye çalışılmaktadır.

Açıkça itiraf edilmese bile, Avrupa Birliği üyelik süreci; kültür, medeniyet, modernizme ilişkin pek çok yeni tartışmaya gebe dir. Nitekim günlerce Türkiye’nin tartıştığı, türban - başörtüsü ya da insan hakları, hukuk devleti ya da yargı bağımsızlığı, güçler ayrılığı ya da millet iradesi, demokrasi, çağdaş yönetim anlayışı v.b. müzakerelerini bu konulardan ayırtırmak mümkün değildir. ABD İmparatorluğu (Chomsky’e atfen), kültür emperyalizmi, medyatik manipölasyon, kültürel transplantasyon gibi kavramlara bu denli tamah ederken; pek çok ülke ile kurulan stratejik işbirliklerini ve hatta klasik bağımsızlık ilkesinin artık küresel boyutta çeşitli bağımlılıklarla hızla ikame edilmiş olduğunu anlamak için imdada çağıracağımız mantık örgüsü, sanıyoruz ki pek de ikna edici olmayacaktır. Bize özgü bir kültürden, bizim kuracağımız bir medeniyetten ya da modernite alternatiflerinden; dahası sömürüden, emperyalizmden dem vurmanın tutarlılığına, sahiciliğine insanların inanması için, tatmin edici bir argüman tasarlamak artık neredeyse imkansızdır.

Sanırım buna benzer pek çok kuşku sıralamak mümkündür ama makalenin sorunsalına ilişkin bir fikir verdiği için bu kadarı ile yetinebiliriz.

Kavramsal Niteleme

Niteleme; kültür, medeniyet, modernizm kavramlarının tercih edilen anlam boyutlarına sadece değinileceğini ifade etmektedir. Buna göre sürmek, ekip biçmek anlamlarına gelen Latince cultura’dan üretilen ve pek çok biçimde tanımlanan

kültür kavramı için burada . .bir toplumun ya da toplumların birikimli uygarlığı” (Güvenç, 1974:95) tanımı tercih edilmektedir. Kültür başlıca üç öğeye sahiptir: Birinci öge normatif düzendir. Tüm yazılı yazısız kurallardan oluşan normlar, hak ve ödevleri belirleyen ilkeler ve bireyin nasıl davranması gerektiğini vazedenden tüm yaptırımlar bu ögenin içinde yer almaktadır. Gelenek, görenek, örf, adet, teamül gibi bireye davranış kalıpları dayatan toplumsal birikimin tümü ikinci ögeyi, insanlar arasındaki etkileşim ve iletişim sonucundaki tüm ilişkiler üçüncüyü ögeyi oluşturmaktadır (Lundberg vd., 1970:121). Özellikle günümüz toplumları göz önüne alındığında kültürün neredeyse bu üçüncü öğeden ibaret olduğu söylenebilir. Zira günümüz toplumlarında artık hemen her şey etkileşimleriletişimler aracılığı ile her an düzenlenmekte; yıkılmakta, yeniden kurulmakta, üretilmekte, yeniden üretilmektedir. Kısmen daha istikrarlı ve çok yavaş değişen, evrilen geleneksel (ancient demek belki de daha tutarlı olur) toplumların aksine, küresel ağların medyatik etkileşimleri ve iletişimleri sayesinde bugünün toplumları inanılmaz bir hızla değişmekte, evrilmektedir. Bunun iyi veya kötü olduğu tespiti tümüyle tercihe bağlıdır ama görmezden gelinemeyen gerçek, baş döndürücü değişim ve her değişimin, yeniden ve yeniden yarattığı sentezler; daha doğrusu kültürel kodlar, motifler, etkileşim-iletişim formları ve içeriklerdir.

Arapça medine, yani kent kökünden türetilen medeniyet; çölde kabileler halinde yaşamayan, bedevi olmayan; farklı soy, dil, din ve geleneklere sahip insanların belirli bir mekanda toplanıp, hep birlikte yaşamalarını anlatmaktadır (Kafesoğlu, 1977: 2). Buna göre, belirli bir soya, dile, dine ve geleneğe sahip, yani aynı kültürel kodları, motifleri, etkileşim - iletişim form ve içeriklerini paylaşan insanların topluca, hep birlikte belirli bir mekanda yaşamaları ile; farklı kültürleri paylaşan insanların belirli bir mekanda ya da çeşitli mekanlarda yaşamalarını birbirinden ayırıştırarak kategorize etmek mümkün görünmektedir. Nitekim kültür ile medeniyet arasındaki farkı belirgin kılmak için buradan hareket edilmektedir.

Eröz (1982:119)’e göre sosyolojide maddi olanla maddi olmayan kültür birbirinden ayrılmaktadır. Maddi olanına medeniyet, olmayanına kültür denilmektedir. Buna göre insanın doğal ve sosyal çevresini denetim altına almak için ürettiği ekonomik, mali, idari, siyasi sistemlerden teknolojik aletlere kadar yaşamı kolaylaştıran mekanizmalar medeniyet ürünleridir. Kişilerin düşünme şekilleri, etkileşimsel ve iletişimsel ilişkileri, yaşam tarzları, sanatsal, estetik, edebi duruş ve algıları ise kültürel alana aittir. R.M. Maciver ile C.H.Page’ın “Cemiyet” isimli kitabındaki bu ayrıştırmaya itibar eden Eröz (a.y.:120) “Kültürün milli oluşu ve medeniyetin milletler arası oluşu vakıasına açıkça işaret edilmekle beraber, ifadelerinin bir çok yerinde bu mana çıkmaktadır” demektedir ve bunun açık ve belirli bir tahlilinin Ziya Gökalp’te bulunabileceğini belirtmektedir. Gökalp’i izleyen satırlara emanet ederek, modernizm kavramına da kısa bir göz atmak gerekmektedir.

Modernizm, postmodernizm tartışmalarıyla birlikte, oldukça geniş bir konu haline gelmiştir. Onunla ilgili yayınların adları bile bir makalenin sayfalarına sığmayacak kadar çoktur. Burada olabildiğince özünü sunabilmek için, modernizm üç parametre ile karakterize edilmeye çalışılmaktadır. Bunlar (1) ekonomik teraküm, (2) siyasal temerküz ve (3) sosyo-demografik yığılmadır.

Modernizmi öncelikle, sermayenin belirli ellerde toplanması karakterize etmektedir. Ticari

kapitalizmden günümüze kadar veya sanayi devriminden bugünün teknoloji furmasına kadar

geçen zaman boyunca, büyük yatırımların yapılabilmesi bu birikimin sağlanmasına bağlı kalmıştır. Bunun için gerektiğinde işgücünün istismarına imkan sağlanmıştır, küçük işletmelerin yok olmasına -manifaktür üretimin ortadan kalkmasına da- göz yumulmuştur. Teşvik, vergi ve benzeri pek çok mali araçla sermayenin birikimi temin edilmeye çalışılmıştır. Hiç kuşkusuz merkantilizmle gezegenin bir tür kıymetli emtia yağmasına maruz

kaldığını; toplumsal ve bireysel yaşamın, ülke ve coğrafya tahdidine bağlı olmaksızın tekelci kapitalizmin istila alanına dönüştüğünü; emtia, sermaye, hammadde birikiminin bu yollarla temin edilmiş olduğunu da ayrıca belirtmek gerekmektedir. Fordist üretim, çılgınca tüketim ve “kullan at” telkinleriyle gezegenin pek çok bakımdan yaşanılmaz hale gelmesinin de modernizme özgü bir özellik olduğu vurgulanmalıdır. Tüm bunlar ve benzerleri modernitenin ekonomik boyutunun parametreleridir ama esasen siyasal alandaki göstergeleri daha fazla göz önündedir. Parlamenter demokrasi ve toplumsal yaşamın hemen her alanındaki otorite, iktidar ve egemenlikler belirli birtakım merkezlerde toplanmıştır. Böylece kişilerin elindeki her tür tasarruf ve inisiyatifler kurumsal mekanizmalara bırakılmıştır. Manuels’in kavramlarıyla, yersiz iktidarların bir yığın iktidarsız yeri tahakküm altında tutması gibi, çok farklı biçimlere dönüşse de siyasetin merkezileşmesi, modernizmin en önemli göstergesi olmayı sürdürmektedir. Modernizmi en bariz niteleyen parametrenin sosyo demografik parametre olduğu söylenebilir. İlk bakışta metropol kentlerdeki yoğun nüfusa atıf yapan bu parametre esasen, toplumsal ve bireysel yaşamın tamamıyla denetim ve gözetim altına alınmış olduğunu göstermektedir. Daha etkin hizmet sunma gerekçeli pek çok uygulama ile panoptik bakış denilen büyük ağabey gözetimi, bu şekilde mümkün hale gelmektedir. Nitekim sözgelimi mobese kameralar, dijital teknolojiler ve buna benzer her şeyi gören gözler tarafından gözetleniyor olma, sadece modern birey için söz konusu olan bir durumdur.

ULUSAL İNŞA ARACI OLARAK KÜLTÜR

Ulus devletlerin inşasında kültüre lokomotif bir rol yüklenildiğine, hatta kültürel inşaa aracılığı ile uluslar yaratıldığına dair hatırı sayılır eserler ortaya konulmuştur. Öte yandan, modernizmin inkişaf ettiği toplumların yaşadığı ülkelerin, bir dönem sahip oldukları mucizevi güç, başka toplumların düşünceleri üzerinde hayranlık uyandırıcı bir etki de bırakmıştır. *Medeniyet*

ve *Modernizm* (A. Şeraiti), *Milli Kùltürler ve Medeniyet* (M.A. Lahbabi) gibi pek çok kitapta bu büyüünün söndüğü iddia edilmektedir ama sözgelimi birey, demokrasi, insan hakları, hukuk devleti ve buna benzer kavramlar sarf edildiğinde, modernizmi layıkıyla yaşamış olan toplumların bulunduğu ülkeler, haklı olarak referans gösterilmektedir.

Türkiye söz konusu olduğunda bu tartışmaların merkezinde bilindiği gibi Ziya Gökalp durmaktadır ve Gökalp’in görüşleri aynı zamanda konumuzun birinci boyutunun zeminini oluşturmaktadır.

Ciddi eleştirilere muhatap olmasına, akademik olarak artık pek de itibar görmemesine rağmen Gökalp’in kùltür medeniyet ayrımı cazibesini günümüzde de korumaktadır. Dünyanın en seçkin ulusu olmaya namzet bir toplum için formüle edilen ülkü ve atomun çekirdeği gibi, her şeyi etrafında en kusursuz biçimde dizayn edeceğine inanılan ‘kùltürel nüve’ görüşüyle Gökalp, kimi çevreler için “pir” olma özelliğini korumaktadır. Ümmete alternatif olarak konumlandığı millet mevhumu ve milletin asli unsurlarının içinde, dini her hangi bir unsur olarak zikrettiği, dahası dini telkinlerden kendini arındırmış bir milli kùltürle ulusal inşanın gerçekleştirilmesi gereğini vaaz ettiği için, başka kimi çevreler açısından ve başka bakımlardan “üstad” sayılma konumunu da korumaktadır. Gökalp’in bu büyüünün; milliyetin ne denli yüce bir varlık olduğunu göstermeye çalışmasından ve bir toplumun milli varlığı, birliği ve bekası için gevşek bağlar olmaları nedeniyle din ile medeniyetin, milliyete tabi olması gereken unsurlar olduğunu (İnalcık, 1965:431) belirtmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Çünkü ona göre bireyler arasında dayanışma ve işbirliğini tesis edecek bağlar oluşturarak, toplumsal bütünlüğü var etmek ve sürdürmek (a.y. 426) kùltürün birincil işlevidir. Gökalp bu nedenle dönemin en gözde fikir akımları arasında bir sentez oluşturmaya (Tolan, 1985:115) çalışmıştır. Yani yaşadığı dönem itibarıyla Gökalp öyle bir güzergah ortaya koymak zorundaydı ki; hem herkes bu güzergahta yola koyulmaktan kendini alıkoyamasın hem de yola koyulanlar bu güzergah sayesinde ‘Batı Medeniyeti’ne entegre olabilsinler ve böylece Al-i Osmani’nin yorgun, bitkin, yoksul düşmüş son ne-

ferleri yeryüzünden silinip gitmesin, “vazife”nin “yap”ılabilmesi için “gözlerin kapan”ması pahasına olsa bile.

Gökalp (1995:20)’e göre kurumlardan oluşan medeniyetle değerlerden oluşan kültürü ayırt etmek, her şeyden önce, medeniyetin gözlemlenebilir, kültürün hissedilebilir özelliklerini anlamak için gereklidir. Medeniyet; bilim, fen, teknolojik aygıtlar, sosyal-siyasal-ekonomik kurumlar ve kuruluşlar olarak kendini apaçık göstermektedir. Din, dil, ahlak, edebiyat, folklor, güzel sanatlar, felsefe gibi duygular, algılar, değerler ve kanaatler olarak varolan kültür ise her bir birey tarafından paylaşılan ama her bir bireye mensubiyet şuuru telkin ettiği için, onlardan bağımsız olarak da varolabilen bir toplumsal müktesebattır. Bu yüzden ulus; soya-kana, etnisiteye-ırka, coğrafyaya, siyasi birliğe değil, belirli bir dile, dine, ahlaka, terbiyeye, sanata, estetiğe, felsefeye, ülkü ve ilkelere bağlı ve tabi toplumsal bütündür. Bunlar bedensel varlığın ruhu gibi, bir milleti ayırt eden ve kuşkusuz ki o milleti var eden unsurlardır (Gökalp, Tarihsiz:

20). Yani medeniyet pek çok ulusu içinde barındırabileceği gibi farklı farklı uluslara ait olabilir. Ama kültür tek bir ulusa aittir ve belirli bir ulusun ayırt edici vasfıdır. Demek ki Gökalp için kültür; ortak değerler ve amaçlar etrafında yeni bir sosyal yapılanmayı, yani ulusu oluşturacak (Özakpınar, 1998: 48) bir amildir. Bu kavramsallaştırma ile hem Avrupalı gibi olma hem de milli benliği koruma ihtiyacı (Özakpınar, 2002: 234) karşılanmış olmaktadır. Böylece kültür ve medeniyet ikilemi ortadan kaldırılmış ve bir denge kurulmuş olacaktır. medeniyet ancak milli bir kültüre aşılırsa ahenkli bir birliğe kavuşacaktır” (Gökalp, Tarihsiz:38). Böylece beden ile ruhun ahengi gibi; duygular ile aklın, kurumlar ile değerlerin, teknoloji ile maharetin, bilgi ile sanatın-felsefenin-edebiyatın ahengi temin edilmiş olacak; kültür ile medeniyetin bu uyumu ile ideal bir toplum ve ideal bir devlet yaratılmış olacaktır.

Gökalp’teki, kültür ve medeniyet ayrıştırmasının bilimsel geçerliliği sözgelimi Parla(1989), Ülken (1979: 307-309) gibi, pek çok yerli bilim insanı tarafından sorgulanmış olmak-

la birlikte, Gökalp'in bu güçlü ve ikna edici mantık örgüsünün Özakpınar'a kadar ciddi bir eleştiri görmediği söylenebilir.

Özakpınar (1998:109-111) öncelikle medeniyetin değişebilir, kültürün değişmez olduğu vurgusuna itiraz etmektedir. Ayrıca ona göre medeniyeti bir ahlak ve inanç sisteminden ayırıştırarak kabullenmek de mümkün değildir. Batı medeniyetinin esasının bilim ve teknoloji olduğunu yanlış bulan Özakpınar (1997:67-74), ikinci olarak medeniyetin metodik ve kurumsal, kültürün toplumsal bütün tarafından bireye işlenmesi gereken bir değer olduğu görüşünü savunulabilir ve tutarlı bulmamaktadır. Zira her kültür ürünü belirli bir medeniyet çerçevesinde ortaya çıkmaktadır. Üçüncü olarak kültürün duygulardan, medeniyetin bilgilerden oluştuğu iddiası da gerçekçi değildir. İnsanı bir ürün olan kültür, duyguyu da mesnet alabilir bilgiyi de. Bilgileri ve duyguların doğuran inanç ve ahlak nizamı medeniyettir. Özakpınar'ın eleştirisinin dördüncüsü, medeniyetin taklit edilebileceği, kültürün taklit edilemeyeceği argümanı ile ilgilidir. Kültürel değişim tarihin her devrinde bütün toplumlar için kaçınılmaz, sakınılamaz bir kaderdir. Ticaret, seyahat, istila ve savaşlar, siyasi temaslar, göç, bilgi alışverişi gibi pek çok yolla toplumlar çoğu zaman farkında olmadan kültürel öğelerinde değişiklikler yapmışlardır. Bazı yeni kültür öğelerini benimsemişler bazılarını terk etmişlerdir. Mensup olduğu medeniyet ile bağdaştığı takdirde, kültürel öğeler, başka bir medeniyete mensup olsa bile benimsenmektedir.

Özetlemek gerekirse kültürel öğeler ile medeniyet öğeleri arasında tutarlı ve geçerli bir ayırım yapmak çok da mümkün görünmemektedir. Bireyin müktesebatı her an değişmekte, yenilenmekte, yıkılmakta ve yeniden kurulmaktadır. Bireysel zihinlerdeki bu değişimle kimi zaman paralel, kimi zaman daha hızlı, kimi zaman da daha yavaş bir biçimde toplumsal müktesebat da sürekli değişmekte, kurulmakta, yıkılmakta ve yeniden kurulmaktadır. Hiç kuşkusuz ki sosyal ve doğal faktörler kadar, bu değişimin seyrini, toplumdaki yaratıcılar da etkilemektedir. Üstelik kimi zaman başlıca faktör olacak kadar belirleyici olmaktadırlar.

KAPİTALİZMİN EGEMENLİK ARACI OLARAK KÜLTÜR

Konunun bu bağlamdaki diğer bir boyutu kültürün egemen güçlerin boyunduruk aracı olduğuna dair iddiadır.

Çok açıktır ki, konunun bu boyutu ilkinden daha geniş bir alanı kapsamaktadır. O kadar ki, seçkin kültürü, kitle kültürü, popüler kültür kavramları etrafındaki tartışmalar; muhafazakar, liberal, eleştirel gibi kimi etiketler altında kategorize edilen kuramcıları kimi zaman ayrıştırır, kimi zaman çatıştırır, kimi zaman uzlaştırır. Hatta Türkiye’de son yıllarda sıkça gündeme gelen bu tartışmalar bazen demokratik ölçütler ortaya koymak için yapılmaktadır. Acaba, kolayca manipüle edilebilen, kullandığı tasarruftan bihaber, siyasal deneyim, inisiyatif ve iradede yoksun, bilinçsiz siyasi yığınların tercihlerine göre belirlenen yönetimler, siyasal erkler, iktidarlar; yönetsel-siyasal ehliyet ve liyakat açısından ne kadar muktedir sayılmalıdır? Bu şekilde belirli kurumsal-siyasal mekanizmalarda tecessüm eden halk iradesi, halk için ne kadar kullanılmaktadır?

Kuşkusuz ki tüm bunlar bizim şu anki konumuzun dışında yer almaktadır. Burada İngiliz Kültürel Çalışmalar ve Frankfurt Okulu geleneklerinden (artık birer gelenek olarak anılacak kadar literatür oluşturup, ağılıklarını hissettirdikleri için) bazı seçmeler yapılmaya çalışılmaktadır.

S.Hall’ın formülasyonu ile kültürel çalışmaların temel tezi medya içeriğinin ve etkisinin medya iletilerinin ve alımlandıkları toplumsal çevre tarafından biçimlendirildiği” (Fejes 1994:253) iddiasıdır. Frankfurt okuluna göre ise piyasanın beklentilerine göre üretimlerde bulunan medya, piyasaları denetim altında bulunduran gücün egemenliğini pekiştiren kültürel ürünler ortaya koyan bir aygıttır. Eğlenceyi bile başkalarının aşağılanması üzerine kurgulayarak, kültürü endüstrileştiren medya, geçmiş dönemlere kıyasla çok daha fazla oranda toplumsal çelişkilerin ört bas edilmesine hizmet etmekte, egemen güçlerin çıkarları-

nı güvenceleyen kültürel üretimlerle de tahakküme karşı çıkışın önünü büsbütün tıkamaktadır (Jay, 1986: 312-313).

Her iki yaklaşımın da kaynağının Alman İdeolojisi (Marx ve Engels, 1987) olduğu söylenebilir. Marx ve Engels’e göre “.her ideolojide insanlar ve onların ilişkileri bize camera obscura’daymış gibi baş aşağı görünüyorsa, bu görüngü de tıpkı nesnelerin gözün ağ tabakası üzerinde ters durmasının doğrudan fiziksel yaşam sürecinden ileri gelmesi gibi, onların tarihsel yaşam süreçlerinden ileri” (a.y.:44) gelmektedir. Bilinç, insanların maddi ilişkilerinden ve maddi yaşamından yansıyan bir zihinsel kayıttır. Dolayısıyla bilinç, bilinçli varlıktan başka bir şey olamaz. Gökten yeryüzüne inen Alman Felsefesinin tersine, yerden gökyüzüne çıkıldığı takdirde gerçek faaliyet içindeki insanı görmek mümkündür. Kısacası, “yaşamı belirleyen bilinç değildir ama bilinci belirleyen yaşamdır” (a.y. 44-45). Üretim araçlarını tekeline almış güçler bunu tersine çevirmiş durumdadır. Toplumsal gerçeği olduğundan farklı göstermek için üretilen yanılsama ideolojisi ile maddi yaşamın çelişkileri gizlenmektedir. Bazı kültürel formlar gibi pek çok sahte gerçeklik üretilerek, egemen grupların çıkarlarını teminat altında tutan düzen korunmakta, onların tahakkümleri geliştirilip pekiştirilmektedir.

İngiliz Kültürel Çalışmalar ekolünün S. Hall ile birlikte temellerini atan (Carey, 1992:40-45) ve kendisini hususen kültür sosyologu olarak tanımlayan Williams (1993 : 29-31) kültür ve kültürel üretim alanlarıyla ayrı ayrı ilgilenilmesi gerektiğini belirterek, bu sayede kültürel yeniden üretim sürecinin ortaya konulabileceğini savunmaktadır. Anlamlandırma sistemi olarak var olan kültür (a.y.:206); eğitim, gelenek, medya gibi çeşitli alanlarda üretilen toplumsal bir varlıktır. Üretim alanlarında yeniden üretilen kültüre modern toplumlarda yeni teknolojik aygıtlar aracılığı ile yeni anlamlar yüklenmektedir. Kültürel üretim alanlarında anlamlandırılıp yeniden üretilen kültürel formun işletilmesi ve benimsetilmesi süreci içinde de anlamla birlikte, mevcut egemenlik ilişkileri de işletilmekte, benimsetilmekte ve düzenin meşruiyeti bu şekilde temin edilmiş olmaktadır. Tüketicisinin ri-

zasıyla, onun aşırı taleplerine cevap veriyormuş, ona iyilik yapıyor, lütufta bulunuluyormuş gibi sürdürülen “modern uluslar arası kapitalist pazarın” (Williams, 1989:181) bu işlevi kuşkulu hale geldiğinde; kültürel formun kendisi sorgulansa bile içerdiği egemenlik ilişkilerini sorgulamak kimsenin aklına gelmemekte ve böylece meşrulaştırıcı işlev her koşulda işletilebilmektedir.

Kapitalist üretim biçiminin hakimiyeti sayesinde belirli egemenlik ilişkilerinin işletildiği, benimsetildiği modern toplumlarda en etkin kültürel yeniden üretim alanı medya ve medya teknolojileridir. Televizyon ve televizyon teknolojileri bunun çarpıcı bir örneğidir. Televizyonun icadı belirli askeri amaçlar taşımakla birlikte, bugün, televizyon teknolojilerinde mündemiç askeri amaçlar, ticari amaçların çok gerisinde kalmıştır (Williams, 2003:108). Hatta sosyalleştirici ve siyasal içerikli, denetime ve sosyal eğitime odaklı çok daha kutsal amaçlar yüklenmiştir. Tüketiciler ise birer izleyicidir, pazar nesneleridir sadece. Artık bundan sonra bu teknoloji harikalarının güzergahı, onların hangi hedeflere yönelik olarak kullanılacağı niyetlerine göre şekillenecektir (a.y.: 111). Zira teknik gelişme; askeri, siyasi, ticari amaçlarla kurulmuş uluslar arası şirketlerin insaf ve inisiyatiflerine göre belirlenmektedir.

Adorno (1990:275) kültür endüstrisi terimini, 1947’de Horkheimer’le birlikte yayınladıkları Aydınlanmanın Diyalektiği’nde ilk defa kullandıklarını belirtmektedir. Eserlerinin “Kültür Endüstrisi Kitlelerin Aldatılması Olarak Aydınlanma” başlıklı bölümünde Adorno ve Horkheimer (1996) ilk olarak kapitalist üretim biçimi ile bireyin seçme özgürlüğünün elinden alındığı, ikinci olarak da liberalizmin efsanevi kavramı olan rekabetin piyasalarda hiç bir zaman var olmadığı tespiti ile yola çıkmaktadırlar.

Buna göre, piyasadaki tekdüze ve birbirinin aynı ürünlerden birini özgür iradesiyle seçiyormuş gibi muameleye maruz bırakılan bireyin özgürlüğünün bu şekilde iğdiş edilmesi, muktedirmiş hissi telkin edilerek onun inisiyatif, irade ve iktidardan

mahrum bırakılması ve apaçık bir tekelleşmeden ibaret olan kapitalist üretim biçiminin adının rekabet olarak konulması; kitlelerin zihinsel dumura uğratılması amacıyla üretilmiş ideolojiden başka bir şey değildir. Liberal bir argüman olan seçme özgürlüğü ile kapitalist üretim biçimini meşrulaştırmak için uydurulan rekabet, birbirinin varlığını koruyacak, birbirini sürekli takviye edecek doğrultuda işletilerek yanılısama ideolojisi devreye sokulmaktadır. Her şeyi koordine eden, farkında olmadan kitlelerin rıza gösterdikleri, çoğu zaman gayri iradi olarak işletilmesine katkı sağladıkları bu ideolojinin özgürlük menkıbesi, özgürlüğün trajik tarzda ele geçirilişinin hikayesidir. Avantajlar ve dezavantajlarla zihinlerde kurgulanan tüketim ise, bu ideolojinin egemenlik ilişkilerini yerleştirmek ve pekiştirmek için dayatılan bir yaşam biçimidir.

“Geç kapitalizmde varolmak sürekli bir kabul merasimidir. Herkes kendisine boyun eğdiren iktidarla eksiksiz şekilde özdeşleştiğini kanıtlamak zorundadır” (Adorno ve Horkheimer: 1996: 46). Bu durumda bile ideoloji belirgin hale gelmez. Gizli bir göz gibidir ama olup biten hiçbir şeyden kendini sorumlu tutmaz ve gücünden hiçbir şey kaybetmez. “Egemenlik aygıtı olma işlevini” de (a.y.39) bu sayede görür. Kendini açığa vurmaz, “kusursuzluğunu göstermek için de gerçekleri hep alaycı bir şekilde tekrarlar” (Adorno ve Horkheimer: 1996: 39).

Bu ideolojinin koordinasyonu ve yol göstericiliğinde işletilen kültür endüstrisi, iki yol üzerinde hedefine ilerlemektedir: Birincisi dışarıda hakikat olarak reddettiğini içerde yeniden üretmektedir. Kendinden öncesini yozlaşmışlıkla yaftalayarak, kendisinin zamanını yozlaştırmaktadır. İkincisi, en alttakilere, onları en üstte tutuyormuş gibi davranarak, onları en altta tutmayı becermektedir (Adorno ve Horkheimer: 1996: 22-26). Çünkü kültür endüstrisi bir eğlence kurumu olarak kalmaktadır” ve onun tüketiciler üzerindeki tasarrufu eğlence vasıtasıyla dolaşmaktadır (a.y.:26). Yani kültür endüstrisinin cennet diye kişilere sattığı, kişilerin günlük yaşamıdır (a.y.: 33) ama onu öyle bir allayıp pullamaktadır ki, kişiler satın aldığı basma kalıp

bu ürünlerle soylu ve yüce değerlerini (a.y.:35) ikame etmektedirler. Kısacası, ruhlarını teslim alan bu gizli pençeye karşı insanlar çok da uyanık, dingin ve dirençli değillerdir.

Egemen ideolojinin, işletim sistemi olan kültür endüstrisi aracılığı ile bireyi ele geçirmesi ve tahakküm altında tutması beş kategoride özetlenebilir.

1. Medya: Liberal endüstri ülkelerinde doğan kültür endüstrisi bu ülkelere özgü medyayı çok başarılı kılmıştır (Adorno ve Horkhaimer: 1996: 21). Zira medya kültürü üreten, satan, yeniden üretip yeniden satan bir kültür üretim kaynağı olduğu gibi, aynı zamanda liberal endüstriyalizmin nimetlerinden ziyadesiyle yararlanabilen son derece karlı bir ticari meşgaledir. Medya öncelikle (a)kültürel formlar sunarak tüketicisinin zihnini tanzim etmekte, daha sonra (b) ürünlerini emtia olarak pazarlayarak kar elde etmekte ve nihayet (c) kendisi ile izleyicisini reklam materyali haline dönüştürüp piyasaya sunmakta ve (d) ikinci bir pazarın aktörü olarak endüstriyel alanda yeni bir rol daha üstlenmektedir.

Medya izleyicisine pek çok yolla nüfuz etmektedir. Sözelimi estetik ve kaliteden yoksun şarkıların nakaratını ya da pek çok programdaki beylik, kaba - saba replikleri onlara tekrar ettirerek, bu yavan ürünün sanki yaratıcısıymış gibi onlara tatmin sağlamaktadır. filmin nasıl biteceği kimin ödüllendirilip kimin cezalandırılacağı” (Adorno ve Horkhaimer: 1996: 13). izleyiciye tahmin ettirilerek, sanki çok zekiymiş hissini tüketicisine telkin etmektedir. Yarışmalarda, çeşitli show’larda izleyiciye tahmin şansı tanıyarak, onun kendini mutlu hissetmesini sağlamaktadır. Tüm bunları bir lütufluş gibi sunmakta ama aslında ahmaklığı ve cehaleti üretmekte ve yeniden üretmektedir. Zira tüm bunlar yayından çok önce uzmanlarca tasarlan-

makta, planlanmakta, programlanmaktadır. İletişim uzmanları yayınları o şekilde ayarladıkları, öyle algılanmasını uygun gördükleri için izleyiciler-tüketiciler kendilerini bilgili, uyanık, zeki algılamaktadırlar.

2. Diğer tüm toplumsal varlıklar arasında uyumu temin eden, kültürü üreten medya sayesinde bugün, her şey birbirine benzemektedir (Adorno ve Horkheimer: 1996: 7). Örneğin telefon, liberal bir özne yaratıyor, radyo demokrasi için işlev görüyor (a.y. :9) gibi zannedilmekle birlikte, tümüyle ticari (a.y. :8) olan bu kurumlar, ürettikleri değersiz şeylerle kişileri tek tek yakalayıp, hizmet ettiği otoriteye peşkeş çekmektedir. Her şeyi, kendisine dikte edilen amaca uygun olarak tekdüzeleştirmektedir. Chrysler ile General motor arasındaki fark bir kuruntudur (a.y. :11). Rekabet ve seçme olanağı günü kurtarmak için uydurulan (a.y.) masaldır. “Teknik araçlar da kendi aralarında doymak bilmez bir tekdüzeliğe itilmektedir” (a.y.). Öte yandan filmlerde - dizilerde işlenen şiddet, trajedi, zorbalık, kötülük v.s. esasında, izleyiciye yönelik birer saldırıdır. Eğlence artık bir çileye dönüştürülmüştür. Filmlerdeki- dizilerdeki insanların birbirlerine çelme takmaları, uyanıkların kurnazlıkları, beceriklilerin ödülleri (Adorno ve Horkheimer: 1996: 29). insanlar arasındaki ihtirasın, kötülüğün, kinin meşrulaştırılmasını sağlamakta, öbür yandan da dergilerde bebeklerin sırttan resimleri yayınlanarak (a.y. :40) yapılanlar ört bas edilmeye çalışılmaktadır. Üstelik kötü karakterler tedavi edilerek, ahlaksızlar hizaya sokularak, öfke ve itaatsizliğe hoşgörü gösterilerek (a.y. :45) her şeyin kişinin emrine amade olduğu (a.y. :55); her bir kişinin özgürlüğünün güvence altında bulunduğu (a.y. :42) telkinleri ile bireyler tek tek ele geçirilmektedir. Yaşam iksiri (a.y. :56) gibi sunulan reklamlarla da kültür endüstrisi hem teknik hem de ekonomik yön-

den kaynaştırılmakta(a.y. :58)dır. Sonuçta da demek ki: “Kim telef olmak istemiyorsa bu aygıt tarafından tartıya vurulduğunda hafif gelmemeye dikkat etmelidir” (a.y.: 42).

2. Lümpenleşme: Sanat, derinlik, estetik, zerafet, kültürel üretimlerin endüstrileşmesine kurban edilmektedir. Lümpen burjuvazinin tüketim ürünleri ve eğlence mekanlarının yüceltilmesi, en seçkin, en zarif en özel ürünler ve mekanlarmış gibi tüm topluma pazarlanması ve herkesin bunları değerli bir şeymiş gibi kullanması, birer övgü ve gurur örnekleri olarak sürekli göz önünde tutulmaktadır. Bağımsız olması gereken sanatın sosyal amaçları inkar edilmekte, onun met’a ekonomisine tabi olması sağlanmakta ve ondan, piyasa üzerinden kendini kabul ettirmesi beklenmektedir. (Adorno ve Horkhaimer: 1996: 51). Sanat; kullanım ve değişim fiyatına göre değerli sayılmaktadır. Bu şekilde metalaştırılan, emtia fiyatı kadar değerli sayılan sanat (a.y. :52); kültürel emtia olarak pazarlandığı için, emtia olarak değerli değilse, değiştirilebilirliği, taklit edilebilirliği düşükse; sanatsal ve estetik açıdan gerçekten de değerli olsa bile, değersiz bir ürün olarak kalmaktadır. Sanat bu şekilde hızla yozlaştırılmaktadır.
3. Sanallığa Teslimiyet: Gündelikyaşam, kültür endüstrisinin “süzgecinden geçirilerek” (Adorno ve Horkhaimer: 1996: 14). yönetilmektedir. Sokak; sinemada veya televizyonda izlenen filmdeki - dizideki olup bitenlerin devam ettiği bir alan olarak kabul ettirilmektedir. “...mekanik çoğaltım tamamen bu amaca hizmet eder durumdadır” (a.y.). Böylece kişilerin algıları körleşmiş, insanlar bizzat tanık oldukları olayları bile medyaya teyit ettir hale gelmişlerdir. Kişilerin hayatını bizzat yaşama yeteneklerini kültür endüstrisi felce uğratmıştır. Hatta kültür endüstrisi ürünleri, bu ürünler “. düşünme etkinliğini yasak-

layacak şekilde” (a.y.) hazırlanmaktadır ki, insanlar sadece tüketsinler, başka hiçbir şey için çaba harcayacak gücü kendilerinde bulamasınlar. Endüstriyel kültür bu yolla tüketicisinin tahayyül ve tasavvur gücünü yok etmiştir. Böylece, izlettirilen, gösterilen, dinlettirenler, kısaca tükettirilenler dışında zihinsel hakikatler, olgusal gerçeklikler olabileceği ihtimali, bu müntesiplerin aklına bile gelmemektedir.

4. Genelın Özel, Özeline Genel Hale Gelmesi: Genel olanla özel olan kültür endüstrisinde sürekli yer değiştirmektedir. Çünkü kültürel emtialar kullanım değerine göre kategorize olmakta, hiyerarşiye sokulmaktadır. Sözelimi zevk almanın yerini her an hazır ve huzurda olmak, uzmanlığın - niteliğin yerini haberdar edilmiş olmak, davet edilmek almıştır. Üslup biçimi, biçim içeriği, içerik de üslubu ikame edebilmektedir. Böylece neyin, nasıl, hangi kritere göre algılanacağı, açıklanacağı, betimleneceği ve niteleneceği bulanıklaştırılmıştır. Edebi olan edebe mugayir durumuna düşmüştür. Şarkının kendisi; notanın, bestenin, güftenin yerini almıştır. Metin; ürünün satın alınma potansiyelinin bizatihi kendisi haline gelmiştir. Hatta sanatçının yerini beden; ses ve sözün yerini gürültü, bağırıtı, feryat almıştır. Böylece edebiyat, sanat, hikmet, kalite, orijinallik; satın alınabilirlik, kaç para ederlikle tümüyle ortadan kaldırılabilir bir ortam temin edilmiştir.
5. Çalışarak Eğlenme, Eğlenerek Çalışma: Kültür endüstrisi çalışma alanı ile eğlence alanı, domestik alanla kamusal alan arasındaki sınırları ortadan kaldırmıştır. İnsanlar artık ne performanslarına göre çalışabilmekte ne içlerinden geldiği gibi eğlenebilmekte ne evlerinde rahat ve huzur bulabilmekte ne de kamusal alanda işe yarar bir rol üstlenebilmektedir. “Eğlence geç kapitalizmin koşullarında çalışmanın uzantısıdır” (Adorno ve Horkheimer: 1996: 27). Eğlence ile çalış-

manın birbirinin içine girmesi yüzünden, eğlenirken de çalışırken de zihinsel katkıya ve mantıksal muhakemeye ihtiyaç duyulmamaktadır.

Eğlenceyi, çalışmanın uzantısı haline medya getirmiştir. Medya aynı zamanda işi ve eğlenceyi eve taşımış, domestik hayatı iş ve eğlence hayatının içine dahil etmiştir. Kişi böylece işte de eğlencede de evdeymiş gibi, evde de işte ya da eğlencedeymiş gibi davranmaktadır. Mağrur ideolojinin iş alanındaki kesif tanzimatını kişi, farkında olmadan bu şekilde domestik ve eğlence alanına da gayri ihtiyari olarak taşımıştır. Çocuklar rızayı çizgi filmlerden öğrenmekte, ev hanımları sığınacakları ve yalnız kalacakları çatıyı karanlık sinema salonlarında bulmaktadırlar (a.y. :29). Artık işteki hiyerarşi, nasıl direnişten kaçış üzerinde varlığını kuruyorsa, eğlence ve domestik alana da aynı hiyerarşi sirayet etmiş olmaktadır. Amirin, usta-başının yerini eğlendirici, sunucu, moderatör, pazarlamacı, teknisyen, musluk tamircisi almaktadır.

Biraz fazlaca satır tahsis edilen Adorno ve Horkheimer, eleştirel bir çığır açmış olmaları bakımından bu ayrıcalığı hak etmektedirler. En geniş anlamıyla moderniteye ilişkin tüm eleştirilerin bir yanında, onların izi vardır. Bununla birlikte Adorno ve Horkheimer, modern öznenin bilinçsiz, akılsız, ahmak ve cahil olduğunu kanıtlama çabasıyla çırpınırken; kendilerine sanki, mümtaz ve mutena kişilikli mutlak özne statüsü tahsis etme telaşı içindedirler. Çünkü en gizli sırlara onlar vakıftır. En karmaşık şifreleri onlar çözer. Bütün tuzakları, entrikaları anında kavrayıverirler. Kapitalizmin ipliğini bir tek onlar pazara çıkarmasını bilir. Liberalizmin riyakarlığını sadece onlar gözler önüne serebilir v.b. Kısacası bilinçsiz halka, bir tanzimatçı gibi lütfekar rehberlikler bahşetme yetenekleri ile mücehhez varlık gibidirler. Kapitalizmin tatminsiz,

hazımsız, lümpen burjuvazisiyle her gün yüz yüze gelindiği günümüzde, onların bu mağrur ve ekabir tavırlarını haklı bulmamak da imkansızdır. Fakat gene de ihtiyatı elden bırakmamak gerekir. Kapitalizm ya da modernizm veya liberal düşünme tarzı, ekonomik büyümenin aşamalarını uçağın yükselmesine benzetilen Rostow'un modeli gibi değildir. Çoğu zaman, klasik mantıkla dalga geçer gibi, kendini inkar ederek, ret ederek varolmakta ve ilerlemekte, eklemlenmelerden ziyade kopuşlarla, bir öncekine bindirmelerle pekişmektedir. Küresel olarak varlığını ve dominantlığını halen sürdüren modernite; kurulan, sonra bizzat kendisi tarafından yıkılan ve yeniden kurulan, bir tür gel-gitler, iniş-çıkışlar, düşüp-kalkmalar, tökezlemeler-hızlanmalar, toslamalar-uçuşa geçmeler manzumesi gibidir. Dolayısıyla onu belirli bir eleştiri süzgecinden geçirmek neredeyse mümkün değildir.

Birbirlerinin omuzlarında yükselseler de ticari kapitalizm tekелci, tekелci kapitalizm ticari için bir tehdittir. Weber'in tasarımıdaki Protestan ahlaklı birey tümüyle perhizci bir hayatı yaşamak için varolmuşken, içgüdülerin oluşturduğu libido yüzünden, halet-i ruhiyesi bozulan Freud'un tasarımıdaki birey, adeta hayatın tadını çıkartmak için vardır. Aynı birey Lacan'ın açtığı gedikten dışarı atlayıp ilerlediğinde, hemen her tür tahakkümün sızıntı deliği anlamında rahatlıkla kullanılabilen arzu nesneleri için var olan bir mahkumdur. Bentham akıllı hazla, Kant yükümlülükle ölçmektedir. Klasik liberal iktisatçıların pek çok kabusunu liberal ekonomik program adı altında, refah devleti yanlıları uygulamıştır; kapitalist sistemi korumak, geliştirmek, pekiştirmek amacıyla.

Buna benzer bir yığın inkar ve kopuş teori ile pratikleri sıralamak mümkündür. Yani, ne denli yetkin olursa olsun dile getirilen kapitalizm-liberalizm eleştirisinin hedefini bulabilmesi mümkün değildir. Nitekim bu geleneğin son ve en etkili temsilci-

lerinden birisi olan Habermas, çözümü, “Modernizm Bitmemiş Bir Projedir” aforizmasında aramaktadır.

Ayrıca Marksist gelenek, değişime aşırı vurgusu ile malum olduğu halde, burada dile getirilen görüşlerde, güç blokunun değişebileceğine dair hiçbir umut yoktur. Oysa değişim doğal olarak, her tür güç bloğunu da yerle bir ederek ilerlemektedir. Nitekim direniş sanatlarına (Scott: 1995) 62 ilişkin kimi tespitler, mağrur ve mazbut ideolojiye karşı girilen ironik başkaldırıları her zaman varolmuş ve var olmaya devam edecektir. Öyle olmasaydı, tanrısal gücü bizzat kullanan firavunların, nemrutların, konsüllerin egemenlikleri sessiz sedasız yok olup gitmezdi.

KÜLTÜRÜN MAHİYETİNE İLİŞKİN BİR YAKLAŞIM DENEMESİ

Mevcut yoz biçimler için mükemmel örnekler olma potansiyeli taşıyan; tecrit edilmiş ve hatta el değmemiş, bakir orijinalleri bulunan ideal kültürel formlar fikri, buraya kadar iki boyutuyla da dile getirilen görüşlerin ortak paydasıdır. Şu veya bu biçimde her iki güzergahın beslendiği mümbit kaynak tahmin edilebileceği gibi Eflatun'dur. Oysaki yaşanan hayat, somut - mücerret ekseninin iki ucunda değil, zaman zaman uçlardan birine daha fazla yaklaşıp veya uzaklaşıp da kanaatimizce, bu iki ucu arasında bulunabilir. Dolayısıyla kültür, bozuluveren bir kap süt, kirleniveren beyaz bir örtü, çürüyeveren incir, küfleniveren zeytin değildir. Tam tersine bireyin toplumsal varlığa tutunduğu, toplumsal varlığın bireyi yakaladığı bir el olarak düşünmek gerekmektedir. Toplumla birey arasındaki bu tarz bir bağ olan kültür, bireyin doğal - sosyal çevresine ilişkin algılamaları, toplumun bireyi yakalama tarzına ilişkin zihniyeti, tercihleri, amaçları, hedeflerine göre sürekli değişmekte, sürekli yeni formlar, yeni içerikler olarak gün yüzüne çıkmaktadır. Geleneksel toplumlar için yakıştırılan "kültürel şizofreni" (Shayegan: 1993) teşhisleri de kanaatimizce; Mehmet Akif'in batının ilmine - irfanına duyduğu hayranlıkla, "medeniyetin tek dişi kalmış canavar" olduğu saplantısı arasındaki bocalamalarına benzer bir tür handikaptan ibarettir.

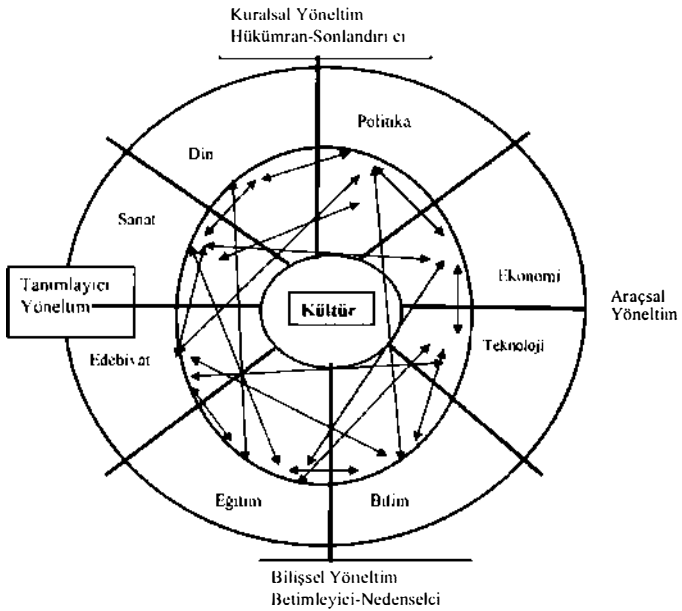
Toplumsal - bireysel müktesebat her zaman bir sentezdir. Yani klasik bakış açısının öngördüğü gibi bireyi veya toplumu tümüyle içe kapama ya da bütünüyle onları dışa açma imkanı yoktur. Tümüyle açılmış veya tamamıyla kapanmış olmaya ilişkin perspektif; birey ve toplum için sosyal şizofreni teşhisleri koymayı kolaylaştırmaktadır. Bu da kurtarıcılarla, onların kişisel vehimlerinden oluşan reçetelerine meşruiyet temin etmektedir. Nitekim pek çok otoriter ve totaliter uygulamayı meşru kılmaya gerekçeler, bireye veya topluma ilişkin bozulma, yozlaşma teşhislerine müstenittir.

Yaşanan ve yaşanmakta olan yaşamlara ve deneyimlere, müşahedelere, edinimlere odaklanıldığı

zaman; kültür dediğimiz toplumsal varlığın zaman zaman alabildiğine büzülse ya da olabildiğince yayılsa bile; doğal ve sosyal çevrelerin etkilerine hemen her zaman açık olduğu, doğal ve sosyal çevreyi etkilemeye hemen her zaman muktedir olduğu görülmektedir. Düşünen, anlamlandıran ve alımlayan yegane toplumsal varlık olan bireyin eyleyimsel marifeti ile; baskılayan, güvenceleyen, koruyan, yapayalnız bırakan, itibar ve statü bahşeden, cezalandıran ve ödüllendiren totaliteden teşekkül eden kültür iki kafataslı bir beden olarak kendini takdim etmektedir. Buna göre kültür, her zaman değişen ve değiştiren, etkileyen ve etkilenen, daha doğrusu sistem kuramının betimlemesiyle “kararsız denge” olarak kendini beyan eden bir toplumsal varlıktır. Nitekim Rosengren, 1984’te sunduğu bir sempozyum bildirisindeki tasarısını 1994’teki yayınlanan makalesinde yeniden “adapte” ederek, kültürün zikredilen karakterini şematik olarak açıklamaya çalışmaktadır.

Rosengren’in (1994) aşağıdaki (Şekil 1)şeması, merkezinde kültürün bulunduğu toplumsal varlığı temsil etmektedir. Üç merkezi çember; mamulat (artefact), eylem (action) ve fi-kirlere ilişkin ana (basic) sistemleri göstermektedir (Rosengren 1994:4).

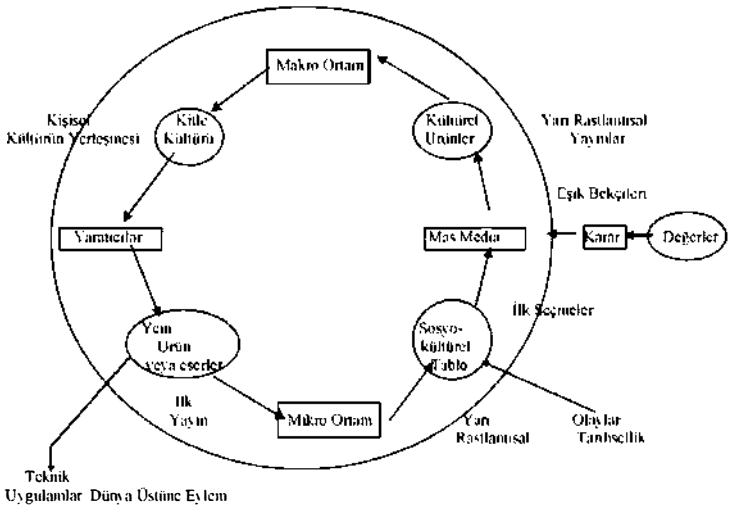
Şekil 1: Toplumun Kültürel Daireleri



Bu sistem iki temel eksen-sütun üzerinde yapılanmaktadır. Eksenlerin ilki, küralsal ve bilişsel yöneltilim eksen, ikincisi tanımlayıcı (expressive) ve araçsal yöneltilim eksenlerdir. İlk eksenin bir ucunda düzenleyici mekanizmalar yer almaktadır. Nihai karar mercilerini de kapsadığı için toplumun hükümran yanını teşkil etmektedir. Bu eksenin diğer ucunda hemen her şeyi betimleyen, nedenlerini ortaya koyan bilişsel uç yer almaktadır. İkinci eksenin bir ucu tanımlama, açıklama, serimlemelerin gerçekleştirildiği işlevlerden; diğer ucu her bir toplumsal unsurun çeşitli amaçları için ihtiyaç duyduğu araçların bulunduğu aygıt ve mekanizmalardan oluşmaktadır. Bu iki eksene bağlı dört uç, birer çekim merkezi olarak rol üstlenmekte ve tüm toplumsal unsurlar açısından yöneltilim (orientation) işlevi görmektedirler. Her bir uca yakın ikiye alan bulunmakta ve toplumsal üst sistemin merkezi alt sistemleri olma özelliği taşıyan; din, siyaset, ekonomi, teknoloji, bilim, eğitim, edebiyat ve sanattan müteşekkil bu sekiz merkezi alan, her biriyle karşılıklı etkileşim ve iletişim ilişkisi

içinde bulunmaktadır. Toplumsal alanın en merkezinde konumlanan, çekirdeğini teşkil eden kültür ise bu sekiz alan tarafından hem etkilenmekte hem de onları etkilemektedir. Kuşkusuz ki bu sekiz alan, toplumun çekirdeğini oluşturan kültürel dairenin etrafındaki alanlar olarak toplumsal bütün içinde yerlerini almaktadır. Şemada vurgulanan diğer önemli bir ayrıntı, her iki alanın en yakın oldukları uçlarla (örneğin, din ile politikanın kuralsal, ekonomi ile teknolojinin araçsal yöneltim uçları ilişkilerinin daha sıkı olması gibi) daha sıkı ilişki içinde olmalarıdır. Kuşkusuz ki eksenin dört ucunun dolayımı ile toplum hem dış sosyal-doğal çevrelere açılmakta hem de dış sosyal-doğal çevrenin toplumsal bütünlüğe sızmasına, hatta sirayet etmesine izin vermektedir.

Bu şemanın resmettiği toplumsal bütün içindeki tedavül, özellikle medya aracılığı ile işletilen döngüyü, hareketi, diriliği de Moles şematik olarak şöyle gözler önüne sermektedir.



Moles (Tarihsiz: 68 -75) bu süreci, sosyo kültürel devre adını verdiği yukarıdaki (Şekil 2) şema ile modelleştirmektedir. Sosyo-kültürel devre içinde medya, kültür inşacısı işlevi görmektedir.

Ona göre her birey yaratıcıdır. Keşif ya da icat yapabilir ama her yaratıcının ürünü tedavül etmez. Bu, herkesin hayal kurabilmesine ama hayallerini daha mükemmel biçimde yazan ya da söyleyenlerin yazar - şair ya da edebiyatçı sayılmasına benzetilmektedir. Yani, icat ya da keşiflerini tedavüle sürebilenlerin yaratıcılıkları fark edilmektedir. Zira onların hayalleri medyatik bir materyale dönüştürülmekte, öznel alandan çıkıp nesnel ortamda yayılmaktadır. Bununla birlikte sosyo- kültürel devre içinde bu sürece bakıldığında, tanımına aykırı bir biçimde sürecin ne başını ne de sonunu belirlemek mümkündür. Zira yaratıcının kuluçkadaki zihinsel ürünlerini açığa çıkaran simgeler, devre içinde sürekli dolaşan bilgileri taşımaktadır ve her durakta bilginin içeriği kayıp ya da katkılara maruz kalmaktadır. Yaratıcının da ürünü, kendisinden kurtulur kurtulmaz, sosyo kültürel devre içindeki herhangi bir öge tarafından tüketilmekte ya da yeniden işlenmekte ve yaratıcının ürünü olma özelliğini hızla kaybetmektedir. Kısacası bu devre Moles'un (Tarihsiz:71) ifadesiyle şöyledir:

“Burada (şu) ögeler bulunmaktadır: Fikri, entelektüel eserlere dönüştüren ve bir mikro- çevrede yayan **yaratıcı**, kitle iletişim araçlarının beslendikleri genel bir depoda fikirleri, olayları ve olguları toplayan **sosyo-kültürel tablo**, yaratıcının da içinde yer aldığı makro çevreyi veya alanı sulayan **kitle iletişim araçları**. Bu şekil, devrenin kendi üstüne görelî kapalılığını vurgulamaktadır. Yeni fikirler, dünyadaki olaylarca doğurganlaşan eski fikirlerden hareketle yapılmaktadır. Devre, dış dünyaya dört ögeyle bağlanmaktadır. Bir yandan yaratıcının imgesel oyunu, öte yandan nesneler dünyasına açılan gerçekleştirmelemler, bir başka yandan tarihsel olaylara haberleri bağlayıcılar ve nihayet devreyi sosyal değerlere bağlayan iletişim araçları yöneticileri.”

Moles'in modeline göre, toplumdaki entelektüel - artistik - edebi ya da teknokrat yaratıcılar, kendilerinin de içinde bulunduğu bir mikro ortamda, ilk yayın olarak eserlerini tedavüle bırakmaktadırlar. Bu ortam bir tür, toplumun yaratıcı sitesidir. İcatlar, keşifler, araştırmalar ve diğer benzeri yapıtlar bu sitede üretilmekte ve paylaşılmaktadır. Bu site aynı zamanda toplu-

mun sosyo-kültürel tablosunun repertuarıdır. Bu repertuardan medya seçmeler yapmakta ve medyatik tercih ve kararlara göre bu seçmeler yeniden işlenerek, işlenmiş yeni kültürel ürünler olarak makro ortama sunulmaktadır. Bu ortam toplumun tümünü kapsayacak genişliktedir. Nihayet bu ortamda kişisel yaratılar toplumun geneline yayılmakta ve kitle kültürü olarak da tüketilmektedir.

Demek ki her toplumun merkezinde, atomun çekirdeği gibi kültür bulunmaktadır. Toplumsal üst sistemlerin alt sistemleri olan din, politika, ekonomi, teknoloji, bilim, eğitim, edebiyat, sanat gibi çeşitli merkezi alanlarla kuşatılan kültür, bu alanlardaki her bir değişimden etkilenmekte ve bu alanlarda bazı değişikliklere neden olmaktadır. Sürekli işlenen ve sürekli işleyen “kararsız denge” görünümündeki kültür, toplumla birey arasında oluşturulan köprüler, bağlar, bağlantılar, ilişkiler halindeki formlar olarak kendini açığa çıkartmakta ve gözlemlenebilir birer parametre durumuna gelmektedir. Medyatik mekanizmalar aracılığı ile “sosyo kültürel devre” denilen daire içinde tedavül eden bu kültürel biçimler, makro ortamdan mikro, mikro ortamdan makro ortama sürekli taşınmakta ve yeniden üretilmektedir.

“YAPRAK DÖKÜMÜ” ROMAN VE DİZİLERİNE İLİŞKİN KARAKTER ANALİZİ

Reşat Nuri Güntekin’in *Yaprak Dökümü* adlı romanında, geleneklerine bağlı, katı ahlaki kuralları olan Ali Rıza Bey ile batılı ve modern kültürel değerleri benimseme eğilimli, lüks bir hayat özlemi içindeki çocukları arasındaki çatışma işlenmektedir. Ahlak ve namus anlayışına ters düşen haksız bir işleme zorlanması nedeniyle emekli olmak zorunda kalan Ali Rıza Bey, çalışmadığı için yoksul hale gelir ve ailesinin gözünde itibarını kaybeder. Modern değerleri benimseyen eşi ve çocukları Ali Rıza Bey için çok ciddi bir kaygı unsurudur ama en sonunda, ahlaksızla yaftaladığı çocuklarının yaşamlarına rıza göstermekten başka çaresi kalmaz.

1988 yılında TRT’de yayınlanan *Yaprak Dökümü* birinci dizisinde, romandaki konu dokusuna sadık kalınmıştır. Karakterler çok fazla değişmemiştir. Ali Rıza Bey, ahlaksızlıkla suçladığı ailesinden uzaklaşmak ister ama kızı Leyla’nın metres hayatının evlilikle sonuçlanması üzerine ailesinin yanına geri döner.

2007’den günümüze kadar devam eden *Yaprak Dökümü* ikinci dizisinde bütün hayatını beş çocuğuna iyi fikirler ve temiz bir ahlak vermeye adanmış Ali Rıza Bey, bir haksızlığa göz yumması istenince, kaymakamlık görevinden ayrılarak emekli olur. Kızı Necla İstanbul’da üniversiteyi kazanınca, ailesi ile birlikte İstanbul’a yerleşmeye karar verirler. İstanbul’da maddi zorluklar yaşamalarından dolayı çocuklarıyla çatışmalar yaşamaktadırlar. Olay örgüsünde ve karakterler de bu doğrultuda değişiklikler söz konusudur.

Dizilerde ve romanda göze çarpan sekiz karakter üzerinde nitel bir inceleme yapılmaktadır. Kişilik, yüklendiği rol ve yüklenen rol kategorileri açısından karakterler analiz edilmektedir. Kişilik kategorisinde kişinin herkes tarafından gözlemlenebilen doğuştan gelen karakteri incelenmektedir. Yüklendiği rol kategorisinde kişinin kendini nasıl tanımladığı kendine nasıl bir rol

yüklediği incelenmektedir. Yüklenen rol kategorisinde diğer insanların gözünde kişinin nasıl görüldüğü incelenmektedir.

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi -1988	2. Dizi -2007
ALİ RIZA BEY	60 yaşında, memur emeklisi, ailesine karşı korumacı, ahlaklı, duygusal, çalışkan, saygılı, içine kapalı disiplinli, namusuna düşkün, ahlaklı değerleri oldukça katı, eğitilmiş, kültürlü, vehimli, kibar, ataerkil, değerlerinden ödün vermez	Romandaki kişilik profili aynen korunmaktadır. Kayda değer bir değişiklik yoktur	Romandaki kişilik profili aynen korunmaktadır. Kayda değer bir değişiklik yoktur

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1.Dizi - 1988	2. Dizi - 2007
----------------	-------	---------------	----------------

ALİ RIZA BEY	Çocuklarının kendisi gibi ahlaklı olmasını istiyor. Paranın tek başına mutluluk kaynağı olamayacağına inanıyor. Modernizmin çocuklarının ahlakına zarar verdiğine inanıyor. Ahlaklılık olarak gördüğü şeylere karşı çok sert ve ödün vermez. Çocuklarının kendisine itaat etmeleri gerektiğine inanıyor. Eşinin kendisine her şartta destek olmasını bekliyor, beklediğinin bulamayınca hayal kırıklığına uğruyor. Emekliliğinde çocuklarıyla mutlu bir yaşam umut ediyor. Maddi sorunlarını tümüyle ülke ekonomisinin değişmesine bağlıyor, kendisinin ayak uyduramamış olmasının sorgulanmasından rahatsız oluyor. Miskinler yuvası dediği kahvehaneleri nefret ediyor. Bozulacaklarından kaygı duyduğu için, kızlarının hemen evlenmesini istiyor. Modernizmin, danslar, kıyafetler, eğlence olarak kabul edilmesini çok yanlış buluyor. Haksızlık yapmaya zorlandığı için emeklilikten sonra da belirli bir işte çalışmıyor. Kız çocuklarının ihtimalla korunması gerektiğini düşünüyor, modernizmin en fazla onları kirleteceğinden kaygı duyuyor. Roman sütununda belirtilen karakter	özelliklerini taşımakla birlikte, ahlaksızlık olarak gördüğü şeylere karşı çok sert ve uyarıcı ama son tahlilde otoritesini kaybettiğini düşündüğü için çekimser kalıyor. Çalışmayan ve eve para getirmeyen babanın çocukları üzerinde hak iddia edemeyeceğini üzüyor. Çocuklarının kendisi gibi hayata bakmalarını	istiyor. Romandaki karakterin özelliklerinin yanı sıra: Kızlarının okumasını istiyor. İçine düştüğü yoksullukla ilgili olarak çocuklarından destek bekliyor. Kızlarının gezip tozma-larına karşı çıkıyor. Eşinin ve ortanca kızlarının çok para harcamasından şikayetçi. Çalışmasa, eve para getirmese bile kendisine itaat edilmesini bekliyor. Emekli olmasına rağmen, çalışmak için devamlı iş arıyor.
--------------	---	---	---

YÜKLENEN ROL	Roman	1.Dizi - 1988	1.Dizi - 2007
ALİ RIZA BEY	Çevresi onu, iyi bir adam olarak nitelendiriyor ama “iş bitirmez” diye de eleştiriyor. Geleneksel. Kızlarını dedikodu konusu olmasın diye hemen evlenmesini istiyor. Kahvehanelere gidiyor ve bunu bir kurtuluş olarak görüyor. Evin babası olarak eve para getirmediği için otoritesi ret ediliyor. Çocukları tarafından geri kafalılıkla suçlanıyor, onun ahlak anlayışı yüzünden fakir kaldıkları eleştirisine maruz kalıyor. Çocuklarının mutluluğu için her şeye göz yumması bekleniyor.	Romanda yüklenen rollere ek olarak: Kızlarının evlenebilmesi için fedakarlıklar yapması, değer yargılarından ödün vermesi bekleniyor. Ahlak anlayışının çocukları tarafından ret edildiğinde geriliyor ve onları değiştirmeye çalışmıyor.	Romanda yüklenen rollere ek olarak: Çocukları tarafından çok müdahaleci sert ve “geri kafalı olarak değerlendiriliyor. Ahlak anlayışının çocukları tarafından benimsenmesi için onlara baskı ve zor uygular

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
HAYRİYE HANIM	45 yaşlarında Ali Rıza Bey’in karısı. Cahil, tutumlu, sıcak kanlı, anaç, sakin, düzenli, maddi kaygılardan rahatsız, becerikli, hamarat, iyi bir aşçı, kavga ve gürültüden kaçıyor, arabulucu.	Romandaki kişilik profili aynen korunmaktadır. Kayda değer bir değişiklik yoktur	Romandaki karakterine ilaveten: Şefkatli, müdahaleci, kişisel hırsları olan, isyankar.

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1.Dizi-1988	2. Dizi-2007
HAYRİYE HANIM	Kocasının onun müsrif olmasından şikayetçi, Eşinin namus ve ahlak düşkünlüğüne saygılı ama çocuklarının mutluluğu için bazı esneklikler bekliyor. Kendi istek ve hırslarından, ihtiyaçlarından çocukları için vazgeçebiliyor. Fedakar. Eşinin işten ayrılma gerekçesini onaylamıyor. Ama çoğu zaman onu ikna edebiliyor.	Romandaki yüklendiği role ilaveten: Modern yaşamının çocuklarının hakkı olduğunu düşünüyor	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Yoksulluk çekmek istemiyor. Eğlencenin de gerekli olduğuna inanıyor. Eşinin ahlak anlayışının aşırı buluyor. Maddi sıkıntıların tüm hayatını etkilemesi yüzünden isyankar davranıyor. Çocuklarının yaşamlarına yer yer müdahale ediyor.

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
HAYRİYE HANIM	Çocuklarının ihtiyaçlarının farkında kızlarını evlendirmekle yükümlü. Çocuklarını babalarına karşı koruyor. Kızlarının sosyal ilişki ve giyinmelerinin eş bulmak için gerekli olduğunu düşünüyor ve hoşgörülü davranıyor	Romanda yüklendiği role çok benzetmekle birlikte: Çocukları ve eşi arasında arabulucu rolü üstleniyor. Kültür ve değerlerdeki değişimi fark etmeye çalışıyor.	Romandaki özelliklerin bazılarını taşımakla birlikte: Eşinin maddi olarak aileyi zor duruma düşürmesini eleştiriyor onun babalığını sorguluyor.

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
FİKRET	19 yaşında, minyon, ağırbaşlı, anaç, çirkin, kıskanç, sağ gözünde leke var, ahlaklı, namus düşkünü, okumayı seven, bilgili, prensipli, sessiz, isyankar.	Fikret karakterinin kişiliği romanla uyushmaktadır.	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Yaşı daha büyük, güzel, akıllı, dikiş nakışla uğraşan, babaya bağlı.

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
FİKRET	Kitap okumak hayatının anlamı, Babasına düşkün ve onun ideal kişiliği. Kardeşlerine karşı ikinci bir anne. Çirkin olduğunun farkında. Babasına kardeşlerine söz geçiremediği için kızgın. Memnun olmadığı bir hayattan uzaklaşmak istiyor. Asla prensiplerinden ödün vermeyeceğini düşünüyor Babasının diğer çocuklarına hoşgörü olmasına itiraz ediyor	Fikret'in yüklendiği rol romanla uyushmaktadır.	Romandaki özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Babasını zor zamanlarında destekliyor. Babasını haklı buluyor. Kardeşlerinin ahlak anlayışlarına tepkili. Kardeşlerine öğütler veriyor.

YÜKLENEN ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
FİKRET	Evde annesine yardım ediyor. Kardeşlerinin ve gelinin bazı davranışlarını ahlaksız buluyor. Kardeşleri çirkin olduğu için modern hayatın lüksünden uzak durduğunu düşünüyor içine kapalı. Evde kaldığı ima ediliyor. Kardeşlerini zaman zaman kıskanıyor. Ahlak düşkünlüğünün çirkinliğinden kaynaklandığı düşünüyor.	Fikret karakterinin yüklendiği rol romanla uyuşmaktadır.	Romandaki özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Arabulucu, ailenin öğüt vereni, namus ve ahlak timsali, Kendine güvenli ve prensipleri ile örnek oluyor, babasının koruyucusu.

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
LEYLA	18 yaşında, güzel, hoppa, şımarık, hırslı, lüks yaşama ve giyime düşkün, iyi ve zengin bir koca peşinde, duygusal, konuşkan.	Leyla karakterinin kişiliği romanla uyuşmaktadır.	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Çevresindeki zengin kızlar gibi yaşamak istiyor, babasının kendisini eve kapatmasından şikayetçi, onu katı ve otoriter buluyor

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
LEYLA	İyi, lüks ve zengin bir hayatta yaşamak istiyor, zengin bir koca peşinde, Güzel olduğunu biliyor, eğlenmek hayatının tek gayesi, Babasının ahlak düşkünlüğü yüzünden kendilerini yoksulluk içine sürüklediğini düşündüğü için ona karşı saygısız	Leyla karakterinin yüklendiği rol romanla uyuşmaktadır	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Çevresindeki zengin kızlar gibi yaşamak istiyor, babasının kendisini eve kapatmasından şikayetçi, onu katı ve otoriter buluyor

YÜKLENEN ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
LEYLA	Ahlaklı ve namuslu bir kız olması bekleniyor. Modern hayatın lüks kısımlarına düşkün. Modern hayatın eğlenceleri olmasa koca bulunamayacağını düşünüyor.	Leyla karakterinin yüklenen rolü romanla uyuşmaktadır.	Romandaki karakterine ilaveten Üniversiteyi kazanması bekleniyor.

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
NECLA	16 yaşında, hırslı, güzel, hoppa, lüks ve kıyafete düşkün, iyi ve zengin bir koca peşinde, duygusal, kıskanç, hırslı.	Necla karakterinin kişiliği romanla uyuşmaktadır.	- Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: 18 yaşında, kıyafete düşkün üniversitede okuyor, mesafeli, sessiz, içine kapanık

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
NECLA	İyi lüks ve zengin hayatta yaşamak istiyor. Zengin bir koca peşinde. Güzel olduğunu düşünüyor. Eğlenceyi çok seviyor. Babasının ahlak düşkünlüğü yüzünden kendilerini yoksulluk içine sürüklediğini düşündüğü için ona saygısız	Necla karakterinin yüklendiği rol romanla uyuşmaktadır	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Zengin kızlar gibi yaşamak istiyor, babasının kendisini eve kapamasından şikayetçi otoriter buluyor

YÜKLENEN ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
NECLA	Ahlaklı ve namuslu bir kız olması bekleniyor, Modern hayatın lüksüne düşkün, Eğlenceleri olmasa koca bulunamayacağını düşünüyor	Necla karakterinin yüklenen rol romanla uyuşmaktadır	İlaveten üniversiteyi kazanmış başarı bir şekilde okuması bekleniyor

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
ŞEVKET	22 yaşında, eğitilmiş, mağrur, gururlu, ahlaklı, namuslu, uysal, kararlı, saygılı, konuşkan değil, yakışıklı, zeki	Şevket karakterinin kişiliği romanla uyuşmaktadır.	İlaveten, duygularıyla hareket ediyor, içine kapanık, insanlara çabuk inanıyor, çabuk güveniyor.

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
ŞEVKET	Babası gibi olmak istiyor. Ahlak ve namus çok önemli, Eve para getiren tek kişi olmasına rağmen evin reisi olarak babasını kabul ediyor. Yaptığı hatalardan dolayı babasına karşı mahcup, kardeşlerinin de mutlu olmasını istiyor, ideal kişiliği babası, Mimar olmak istiyor	Şevket karakterinin yüklendiği rol romanla uyuşmaktadır	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte farklı olan roller şunlardır, Akademisyen olmak istiyor, Para sıkıntısı çekmek zor geliyor, Babasının fikirlerine saygılı ama kendi fikirlerinin de saygı görmesini istiyor

YÜKLENEN ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
ŞEVKET	Çevresi tarafından fedakar olarak tanınır, tüm kazancını ailesi için harcıyor, yanlış bir kişiye oluyor, maddi zorluklara yenik düşüyor ve kumar oynayıp bankadan para alıyor, eşinin hakimiyetine çabuk giren biri, kimsenin hayatına müdahale edemiyor	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte; Eşine karşı aciz kalıyor, sözü dinlenmiyor, otoritesi yok, kendini savunmakta aciz kalıyor	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Sözü dinlenmiyor, itibar görmüyor, kendini savunmakta aciz kalıyor, insanlara çabuk inanıyor devamlı kandırılıyor

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
FERHUNDE	Güzel, genç, hilekar, cesur, ikna edici, otoriter, hırslı, içten pazarlıkçı, süslü.	Ferhunde karakterinin kişiliği romanla uyushmaktadır.	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Rahatlıkla yalan söyleyebiliyor, planlı hareket ediyor.

YÜKLENDİĞİ ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
FERHUNDE	Şevket’le evlenirken onun değerlerini taşıdığına onu inandırarak razı etti, para ve lüks hayatının anlamı, insanların zaafalarını yakalayıp kullanıyor, zeki olduğu için etrafına emir verme hakkı olduğuna inanıyor, kendini modern hayata uygun bir kadın olarak görüyor.	Modernizmin eğlence olduğunu düşünüyor, modern hayatı benimsemeyenleri geri kafalılıkla suçluyor	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Hayatta tek başına ayakta kalmak zorunda kalmış, vicdanı olan ama bunu bastırması gerektiğini ve insanlara güvenmemesi, bağlanmaması gerektiğini düşünüyor

KİŞİLİK	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
ABDULVEHHAP/OĞUZ	Orta yaşlı, zengin görünen, muhafazakar, dindar, Suriyeli, Arap	Romandaki karakterin özelliklerinin bazılarını taşımakla birlikte: Çapkın, etkileyici, eğlence düşkünü, lüks düşkünü, gösteriş seven, hırslı, yalancı	Dizideki adı Oğuz. Türk, genç, yakışıklı, hırslı, para düşkünü, şımarık, etkileyici, tatlı dilli, kendini zengin gösteren, duygusal

Y Ü K L E N D İ Ğ İ ROL	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
ABDULVEHHAP/ OĞUZ	Aslında zengin değil, Suriye’de başka eşleride var, dindar, muhafazakar olduğunu düşünüyor, modern hayatın getirdiği yeniliklere tepkili, göz boyamayı seviyor, kendini ahlaklı görüyor	Romandaki özelliklerinin bazılarının yanı sıra: Her istediğini elde edebileceğini düşünüyor, kullanabileceği insanları çevresinde istiyor, ikna edici, kadınları ikna etmeyi biliyor, modern hayatın getirdiği eğlencelere düşkün, alkol kullanmayı seviyor, kızları baştan çıkartabiliyor	Dizideki adı Oğuz, zengin bir hayat sürmek istiyor, duygusal, kadınlara karşı zaafı var, roman ve diğer dizide Necla ile evlenirken bu dizide tekrar Leyla’ya dönüyor, Leyle’yi çok seviyor, zengin ve iyi bir insan olmak istiyor

Y Ü K L E N E N R O L	Roman	1. Dizi-1988	2. Dizi-2007
ABDULVEHHAP/ OĞUZ	Türkiye’ye yeni bir eş almak için gelmiş, kardeşleri bir birine düşüren kötü adam, ahlak anlayışı Ali Rıza Bey’den farklı	Romandaki özelliklerinin yanı sıra: Suriyedeki yaşamı kızları tarafından geri kafalılıkla suçlanan Ali Rıza Bey’inkinden çok daha tutucu	Dizide adı Oğuz, iki kardeşi birbirine düşüren bir ahlaksız olarak sunuluyor, para hırsının bir genci nasıl felaketlere sürüklediğinin bir delili, iyi olmaya her çalıştığında geçmişteki hataları önüne çıkıyor

Romanda; 20. yüzyıl başlarından ortalarına kadar geçen dönem içinde, modernleşme sürecinin Türkiye’de, aile yaşamını olumsuz etkilemesi işlenmektedir. Dürüst, namuslu ve haksızlıklara, suistimallere karşı son derece duyarlı olan Ali Rıza Bey, taşıdığı bu değerlerden ödün vermemek için emekli olmak zorunda kalmıştır. Oysaki bir bürokrat olarak zaaf içindeki yönetsel işleyişe ayak uydurabilseydi, emekli olmak ve yoksullukla yüz yüze gelmek zorunda kalmayacaktı. Onun bu onurlu, ahlaklı ve dürüst tavrı, aile hayatında, özellikle iki kızı bağlamında ciddi bir çöküntü ve zafiyetin de müsebbibi olacaktır. Zira kadın cinsel kimlikleriyle en çabuk “kirlenen” Roman’ın bu iki kahramanı ibret alınması gereken bir yaşamın içine doğru sürüklenmişlerdir. Dönemin para ve maddi varlığa dayalı değer yargılarının ege-

men hale gelmesi yüzünden, en çabuk kirlenen iki kız kahramanla birlikte, kadın cinsel kimliği taşıyanlar, öncelikli olarak etkilenmişler ve daha da vahimi, onlara yeterince lüks yaşam sağlayamadığı için, ahlak ve dürüstlük abidesi babalarının uyarı ve çabalarına kayıtsız kalmışlardır. Gelir sahibi ekonomik bir aktör olmasına rağmen, babasına itibar eden sadece erkek evlattır.

Romanın birinci yeniden üretimi olan dizide bu genel tema çok fazla değişmemektedir. Ama kadın cinsel kimliği üzerindeki olumsuz misyon bir miktar değiştirilmektedir. Öncelikle “çirkin” kız artık o kadar da çirkin değildir. Modernleşme sürecinin değer yargılarını allak bullak etmesine maruz kalarak dejenere olmak; en fazla “kirleniveren” sadece iki kız, anne ya da gelin için değil, erkek cinsel kimliği açısından da geçerlidir. Öte yandan dürüstlük abidesi Ali Rıza Bey bu özelliğini korumakla birlikte biraz daha fazla katı ve hoşgörüsüzdür. Ailesini geçindirmekle yükümlü olmasına rağmen, hiçbir esnekliği kabul etmemekte, değişen dünyayı anlamakta, kavramakta ve ona uyum sağlamakta inatçı ve ısrarlı bir direnç göstermektedir. Eşi ve çocukları babalarından kimi zaman hak ettikleri anlayış ve hoşgörüyü görememektedirler.

Dolayısıyla birinci yeniden üretimde, modernite; yozlaştırma, kirlletme, dejenere etme açısından değil; daha ziyade kuşaklar arasındaki değer yargılarını değiştirmesi ve aile yaşamında yıkıcı çatışmalara neden olması açısından sorgulanmaktadır. Sözelimi bir kadın, anne ve ev hayatının tanzim edicisi misyonu ile Hayriye Hanım, Ali Rıza Bey’den daha anlayışlı, hoşgörülü, değişen dış dünyaya daha duyarlıdır, Roman’da kadına “tehlikeli varlık” imajı zımnen sindirilmiş olmasına rağmen. Hatta erkek cinsel kimliği ile Şevket karakteri, kendi kendini yönetebilme, kendi kendini çekip çevirebilme becerilerinden neredeyse bütünü yoksundur. Ali Rıza Bey daha anlayışsız, hoşgörüsüz, katı ve uzlaşmaz, uyumsuzdur. Ama mesela, metres hayatı yaşıyor diye kızına karşı dizide çok daha acımasızdır.

Dizi olarak 2007 tarihli ikinci yeniden üretimde, Ali Rıza Bey dominant karakter olarak konumunu korumakla birlikte, diğer karakterlerde önemli değişikliklere gidilmiştir. Öncelikle,

dizinin teması artık farklıdır. Dış dünyadaki maddi ilişkiler tüm değer yargıları üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Aile hayatındaki yıkıntı, kişilerin, tüketim kapasitesine göre itibar sahibi sayılmalarından kaynaklanmaktadır. Kızlar, daha fazla eğlence düşküner. Ahlak ve dürüstlükten yoksun dizi kahramanları; paraya, tüketime, markaya, gösterişe çok daha fazla düşküner. Eğlence, pahalı giyim kuşam ve lüks yaşamdan ibaret olarak anlaşılan modernizm; ahlak, değer, dürüstlük yoksunu tüketim makineleri yaratmıştır. Para kazanma performansını kaybeden Ali Rıza Bey, kendi çocukları, hatta eşinin gözünde bile otoritesini, itibarını, saygınlığını kaybetmiştir. Varlıklı bir kişi ne denli ahlaksız, yalancı, kötü niyetli v.s. olursa olsun, ihtiyaç duyduğu kadar saygıyı, itibarı görmekte, nüfuz edinebilmektedir.

Karakterlerdeki değişimler şöyledir: Ali Rıza Bey, çalışmak isteyen ve gayret eden; Leyla ve Necla'nın okumasını isteyen bir babadır. Şevket, burada daha çekingen, babasına bağlı ama çevresi tarafından çabuk etkilenen bir gençtir. Fikret babasına daha bağlı, onu destekleyen bir kızıdır. Eşi Hayriye Hanım kendisi için de taleplerde bulunan, rahat yaşamak isteyen, çocuklarına karşı daha müdahaleci ve daha sert bir kadındır. Ali Rıza Bey, kızlarını ve oğlunu birbirinden ayırmaz, hepsine eşit mesafededir. Romanda ve 1. Dizide Abdülvehhap olan karakter, 2. Dizide Oğuz ismiyle anılmaktadır. Abdülvahap Romanda Suriyeli, muhafazakar ve dindar bir adamken, 1. Dizide yine Suriyeli bir Arap ama gezmeye kadınlara, içkiye düşküner. 2. Dizide ki, Oğuz ise daha genç, gençliğinden ve zengin bir hayat sürmek istemesinden dolayı badireler atlatan, çevresi için de "bela" anlamına gelen biridir. Ferhunde Romanda ve 1. Dizide hırsları olan, saygısız, evdeki genç ve saf kızların kötü duruma düşmesine neden olan, evde, fitne ve fesat çıkaran, içinde hiçbir iyilik taşımayan biridir.

Yeniden üretimlerdeki öne çıkan bazı değişiklikler ise şöyledir. (1) Roman ve 1. Dizide karakterler iyi ve kötü eksenine dizilmektedir. 2. Dizide ise tüm karakterler hem iyi hem de kötü olabilmekte, şartlar onları değiştirmektedir. (2) Romanda

ve 1. Dizide yeni karşılaşılan değer yargılarına karşı Ali Rıza Bey'in isyanları ve sonunda kabullenmek zorunda kalması söz konusu iken, 2. Dizide Ali Rıza Bey mevcut, bizatihi yaşanmakta olan kültürel yaşam şartlarına karşı çocuklarını koruma ve kollama çabası içindedir. (3) Romanda ve 1. Dizide eve gelir getiremediği için mahçubiyet içindedir. Müdahale hakkının bulunmadığını düşünmektedir ama 2. Dizide her koşulda, çocuklarının hayatına müdahale etmeye çalışmaktadır. (4) Roman ve 1. Dizide baba, danslı - içkili partiler gibi, yeni eğlence biçimlerine karşı çıkılırken, 2. Dizide kızlarının cep telefonları edinmesine karşı çıkılmaktadır. (5) Roman ve 1. Dizi Ali Rıza bey oldukça dominant bir karakter iken, 2. Dizi tüm karakterlere ayrı ayrı odaklanılmakta, onların da yaşam alanları ayrı ayrı işlenmektedir.

SONUÇ

Zihinlerdeki mükemmel taslağa uygun olarak gerçek hayatta kültürel formlar inşa etmenin ya da mevcut haliyle mükemmel varsayılanı korumanın, gözetmenin ve tevarüs ettirmenin bir yolu yoktur. Bununla birlikte belirli birtakım anlamlandırmalarla, mevcut kültürel formların değişim ve yeniden üretim sürecine müdahil olmak elbette mümkündür. Nitekim medya, bu müdahaleyi; bazı yönetsel-siyasal örgütlerden, aileden, eğitim kurumlarından ve gruplardan daha etkin bir biçimde gerçekleştirmektedir. Belirli bir toplumun birlik ve bütünlüğünün temin edilmesi ve toplumsal unsurlar arası ahenk ve harmoninin tesis edilmesinde kültür çok önemli bir rol ifa ettiği için, kanaatimiz o ki, buna tümüyle seyirci kalmak da doğru değildir. Serbestiyet de olsa, katı gözetimlere tabi de kılınsa, toplum, kendi rotasını bir biçimde belirlemektedir. Ancak kültürel formların değişim seyrine yönelik marazi müdahaleler konusunda ölçülü bir hassasiyet göstermenin zorunlu olduğunun da kabul edilmesi gerekir.

Konunun diğer boyutuyla ilgili olarak kültürü boyunduruk aracından ibaret görmek kanaatimizce ekstrem bir yaklaşımdır. Ayrıca, egemen güçlerin egemenlik kurma, sürdürme, pekiştirme ve kar elde etme aracı olmaktan başka herhangi bir anlam taşımayan kültürel formlar tasarımı; temel bilimsel ölçülerden biri olan uygunluk ilkesi ile bağdaşmamaktadır. Kültürün endüstriyel emtia haline getirildiği görmezden gelinemez. Pek çok kültürel forma ideoloji şırınga edilmiş olduğunu inkar etmek, kasıtlı değilse saflıktır. Bununla birlikte küresel iktidar ve ideoloji kaynağının yarattığı bu sonucun asla el değiştirmedeği ya da değiştirmeyeceğini temellendirebilmek mümkün değildir. Her şeyden önce modern ya da değil, kapitalist ya da değil, seçkin ya da lümpen, buna benzer tüm ayrımlar birer tasavvur olarak vardır. Sözelimi camide, kilisede, havrada ya da herhangi bir tapınakta ibadet eden, karanlık bir köşede şeytana tapan, bir şeyler uğruna bir şeye yönelip ayın yapan birilerinin kapitalist (ya da modern - liberal her ne ise) olduğu ya da olmadığına delil teşkil

edecek ölçütler bugüne kadar bulunabilmiş değildir. Bazı kültürel formların (başörtüsünün endüstriyel emtia veya siyasi istismar konusu haline gelmesi, Katolik kilisesinin küresel düzeydeki en etkin mali oyuncu olması, pek çok ticari işletmenin tarikatlar veya inanç birliklerince işletilmesi v.b.) egemen yapıya ilişkin elbette bir yanı vardır. Ama tümüyle öyle olduğu hiçbir koşulda iddia edilemez. Kısacası kültür konusu pek çok yüzü, yönü, dalı olan bir inceleme konusu olarak kabul edilmelidir. Aksi takdirde hakkında söylenen, yazılan her şey eksik ve yetersiz kalacaktır.

Bizim görüşümüze göre, birey ve toplum arasında bir bağ, bağlantı, ilişki olan kültür, toplumsal bütünü oluşturan unsurlardaki değişime göre sürekli değişen ve durmadan işleyen bir toplumsal varlıktır.

Kültür, bir toplumdaki simgesel düzeneklerin anlamlandırılması ve yeniden anlamlandırılması yoluyla değişmektedir. Anlamlandırma ve alımlama, sadece bireyler tarafından yerine getirilebilen bir işlemdir. Birey, her bir simgesel düzeneği her seferinde yeniden anlamlandırmaktadır ama başkalarınca alımlanabilmesini sağlamak amacıyla, özel anlamın genel anlamla örtüştürülmesini her seferinde temin etmek zorundadır. Hem değişim hem uyum bu yolla gerçekleştirilmektedir. Ne tür statüde bulunursa bulunsun veya iş, kamu, domestik hangi alanla ilgili olursa olsun; toplumdaki her birey, belirli bir simgesel düzeneğe ilişkin belirli bir özel anlam tasarladığında, muhataplarının alımlanmasını sağlamak için genel anlamların referansına başvurmak zorundadır. Görevde, kamuya açık alanda veya evde, nerede bulunursa bulunsun, başka bazı birey ya da birey grupları da, bulundukları alana sirayet etiği takdirde, ne olup bittiğini anlayabilmek için bu özel anlamlandırma girişimlerine eninde sonunda duyarlılık göstermektedir. Süreç hızlı ya da yavaş olabilir. Ama toplumsal alanda simgesel düzeneklere ilişkin olarak çok farklı faktörlerin etkisiyle yakıştırılan özel anlamlar ve onların paylaşılması için özel anlamların genele teşmil edilmesi süreci, genel olan ile özel olanın bu yolla buluşturulması, kültürel formların içeriğini belirlemektedir.

Bizim kanaatimize göre, sürekli işleyen bu süreç, hem bireyin hem de toplumun geçmişi ile geleceğini şu ana taşımaktadır. Demek ki, bireysel ve toplumsal olan geçmiş ve geleceğin şu anda tecessüm etmiş görünümleri kültüredir. Toplumsal ve bireysel geçmişi taşıyan müktesebat ile geleceğe ait olan bireysel ve toplumsal ülkülerin anlamlı simgesel düzenekler olarak şu anda geçerliliğini koruyor olması, belirli bir kültürel formun varlığına delili teşkil etmektedir.

Tersinden bakıldığında da, her bir kültürel form, bireysel ve toplumsal olan geçmiş ve geleceği gözlemleyebilmek için mercek altına alınacak parametrelerdir.

Burada dile getirilen yaklaşımı tek başına somutlamak için elbette yetersizdir ama, örneklem olarak kullanılan “Yaprak Dökümü”, pratiğe ilişkin kimi ipuçları sunmaktadır. 1930’da roman, 1988’de dizi olarak birinci yeniden üretimi, 2007’de dizi olarak ikinci yeniden üretimi yapılmıştır.

Roman ve dizilerdeki, aynı adla anılan 8 kahraman; (a) kişilik, (b) yüklendiği roller, (c) yüklenen roller olmak üzere üç kategoriye ayrıştırılarak, karakter analizine tabi tutulmuştur.

Romanda geleneksel aile anlayışının çözülmesinin aile yaşamında neden olduğu tahribat işlenmiştir. Anne, üç kız ve bir gelin bağlamında, daha trajik, daha fazla olgusal karşılığı olacağı düşünüldüğünden olsa gerek, özellikle kadın cinsel kimlikleri üzerine konuşlandırılan bu tahribat, yer yer ibretlik metinler olarak işlenmiş, dersler çıkartılması istenmiş, daha doğrusu etkin önlemlerin alınmamış olduğundan zımnen yakınılmıştır. 1988’deki yeniden üretimde romandan farklı olarak bir miktar inkılap ya da cumhuriyet projesine ilişkin misyonlar yüklenmekle birlikte, ana tema çok fazla değiştirilmemiştir. Aile birliğindeki çözülme kadın cinsiyetinin yanı sıra kuşak çatışmalarına da odaklanılarak işlenmektedir. Dizi olarak 2007’deki yeniden üretimde ise sözü edilen iki temayı, aile dışı dünyadaki maddi yaşam, neredeyse tümüyle gölgede bırakmaktadır. Esasen bu son versiyonda, suçluya da işaret edilmektedir. Tüm değer yargıları-

nın paraya indirgendiği, aile ve gündelik yaşamın ekonomik faktörlerce belirlendiği vurgusu yapılmaktadır. Bu dejenerasyonun asıl müsebbibi ise, ekonomik kazanımlara bağlı, sadece maddi varlığa dayalı ve onunla sürdürülebilir bir yaşam tarzının aile üyelerine, aileye ve diğer dizi kahramanlarına tümüyle egemen olmasıdır.

Hiç kuşkusuz ki daha başka örneklerle teyit edilmesi gerekir ama, “Yaprak Dökümü” üzerinde gerçekleştirilen bu kısa ve özlü karakter analizi, konu bağlamında bazı ipuçları sunmaktadır:

1. İlk olarak, kendi görüş açılarıyla, 1930 tarihli roman, 1988 tarihli I.yeniden üretim, 2007 tarihli II. yenisinden üretim bize, Türkiye’nin sosyo kültürel yaşamına ilişkin bir profil sunmaktadır. Modernizmin bilinçsiz tüketimi telkin eden değer yargıları, hemen her toplumsal kesimde çok hızlı bir çözülme, yozlaşma ve bozulmaya yol açmaktadır ve bu dejenerasyon, en önce kadın cinsel kimlikleri, özellikle genç kızları kirletmektedir. Üstelik modernizm, geleneklere olan bağı gevşetmekte, geleneksel değerleri çocukları için itina ile koruyan “baba”ların nüfuzunu hızla ortadan kaldırıp, dejenerasyona karşı toplumu büsbütün dirençsiz bırakmaktadır.

Televizyon dizisi olarak ikinci yenisinden üretimde ise, artık, yeni edinilen ve yayılmakta olan dejenere edici kültürel motifler değil, yerleşmiş, toplumun bir unsuru haline gelmiş, herkes tarafından benimsenmiş bazı “kötü” kültürel motiflerle ilişkiler söz konusudur.

1. yenisinden üretimdeki dizide kullanılan baba karakteri, “kötü” kültürel motiflere karşı itirazı dile getirmektedir. Yakın çevresini kötülüklerden korumak amacıyla “baba”nın kendisine yüklediği rol aracılığı ile ortaya konulan bu çabalar, ‘gale alınmayan davet’lerden öte bir etki yaratmamaktadır. Kişiliği ve kendisi için belirlediği bu rollerle ortaya koyduğu çabalar, ona yük-

nen roller aracılığı ile başkaları tarafından cevaplandırılmaktadır. Bu yolla “baba”, toplumsal yaşamdan dışlanarak cezalandırılacak kadar engellemelere maruz bırakılmaktadır.

- II. yeniden üretimde ise dizideki bazı kahramanlar, endüstriyel birer aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Baba artık kızlarını korumak, kuşak çatışmalarını göğüslemenin yanı sıra, bu ticarileşmenin içinde boğulup gitmemek için de çabalamaktadır.

Roman ve dizilere ilişkin bu değerlendirmelere göre denilebilir ki, her medyatik metin, toplumsal yaşama, daha doğrusu sosyo-kültürel ortama ilişkin kendi görüş açısındaki bir profil içeriği yansıtmaktadır.

2. İkinci olarak yani, medyatik metinlerdeki karakterlerden sonra, medyanın bizatihi kendisine bakıldığında, medyatik ürünlerin kabul görmesini ve satın alınmasını sağlamak için, üretimlerin toplumsal tekabüliyetine medyanın özel bir özen gösterdiği söylenebilir. Doğal olarak izleyici, kendi yaşadığı hayattan izler yakaladıkça, medyatik ürüne daha fazla teveccüh göstermektedir. Hatta izleyici, kahramanlarla ne denli özdeşlik kuruyorsa, dizilerin o kadar müptelası haline gelmektedir. Bu özdeşlik; yaşadığı dünya içinde yakalayarak o haliyle izleyiciyi, onun öteki dünyasına taşıyabilme kapasitesi ile doğru orantılı olarak gerçekleşmektedir.
3. Karakter analizi üçüncü olarak, doğru-eğri, iyi-kötü, bozuk-düzgün v.s. değer yargılarının duruma, şarta ve yaşamın icaplarına göre ciddi değişiklikler arz ettiğine işaret etmektedir. Göreceli kanaatler olan bu değer yargıları, bireylerarası ilişki ve etkileşimlerle içerik kazanmaktadır. Dolayısıyla belirli bir kültürel motife ilişkin kanaatler de duruma, şarta, yaşamın icaplarına göre değer yargıları olarak bireysel zihinlerde şekillenmekte ve bu şekillenmeye paralel olarak ret

veya kabul edilmekte, benimsenmekte veya benimsememektedir.

4. Dördüncü olarak medya veya başka bir kültürel yenden üretim kaynağı, hiç var olmayan bir kültürel biçim ve içeriği, tek başına, bireye doğrudan benimsetme iktidarına sahip değildir.

Medya daha ziyade katalizör rol oynamaktadır. Bireysel ve toplumsal bir fenomeni, şu veya bu yönde yeniden işlemektedir. Ancak onu anlamlı kılmak için yeniden ürettiğinde, bu üretimin toplumsal-bireysel alandaki tekabüliyetine özel olarak itina göstermektedir. Aksi takdirde bu yayına ilgi gösterilmesini ve satın alınmasını sağlama şansı yoktur. Demek ki medya, tek başına kültür inşacısı değildir. Onun ürünlerinin endüstriyel birer emtia olarak içerik ve işlev kazanması, toplumdaki endüstriyel aktörlerin alımlamalarına ve ilişkilerine göre düzey ve derece kazanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adorno, W. T. (1990). Culture Industry Reconsidered. J. C. Alexarnder ve S. Seidman (Ed.). *Culture and Society* içinde (ss. 275-282). New York: Cambridge University Pres.
- Carey, J. W. (1992). *Communication As Culture, Essays on Media and Society*. New York: Routletge.
- Eröz, M. (1982). *İktisat Sosyolojisine Başlangıç* (3. b.). İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Fejes, F. (1994). Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri. M. Küçük (Ed.). *Medya İktidar İdeoloji* içinde (ss.309-329) Ankara: Ark Yayınları.
- Gökalp, Z. (1995). *Türk Medeniyeti Tarihi*. İstanbul: Toker Yayınları. (1976). *Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak*. Ankara: Kültür Bak. Yayınları. (Tarihsiz). *Türkçülüğün Esasları* (5. b.). İstanbul: Türk kültür Yayınları.
- Güvenç, B. (1974). *İnsan ve Kültür* (2. b.). İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Horkheimer, M. ve Theodor, W. A. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği Felsefi Fragmanlar II* (Çev. O. Özügöl). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Horkheimer, M. ve Theodor, W. A. (1979). The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. J. Curan, M.Gurevitch, J.Woollacott (Ed.). *Mass Communication and Society* içinde (ss.349-383). London: Edward Arnold
- İnalçık, H. (1965). Sosyal Değişme, Gökalp ve Toynbee. *Türk Kültürü*, 31, 421-433

- Jay, M. (1986). *Diyalektik İmgelem* (Çev. Ü. Oskay). İstanbul: Ara Yayınları.
- Kafesoğlu, İ. (1977). *Türk Milli Kültürü*. Ankara: Ayyıldız Matbaası.
- rg, G., Clarence, A., Schrag, C., Larsen, Otto N. (1970). *Sosyoloji Cilt I*. (Çev. Ö. Ozankaya). Ankara: Ayyıldız Matbaası.
- Marx, K. ve Engels, F. (1987). *Alman İdeolojisi* (Çev. S.Belli) (2. b.). Ankara: Sol Yayınları
- Moles, A. A. (Tarihsiz). *Kültürün Toplumsal Tarihi* (Çev. N. Bilgin). İzmir: Ege Ü. Edebiyet F Yayınları
- Özakpınar, Y. (1998). *Kültür ve Medeniyet Üzerine Denemeler*. İstanbul: Ötüken Yayınları. (1997). *Kültür ve Medeniyet Anlayışları ve Bir Medeniyet Teorisi*. İstanbul:
- Kubbealtı Yayınları. (2002). *İnsan Düşüncesinin Boyutları*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Parla, T. (1989). *Ziya Gökalp, Kemalizm ve Türkiye’de Korporatizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Rosengren, K. E. (1994). *Culture, Media and Society. Agency and Structure, Continuty and Change*. K. E. Rosengren (Ed.). *Media Effect and Beyond. Culture, Socialization and Life styles* içinde (ss.3-29). London: Roudledge.
- Scott, J. V. (1995). *Tahakküm ve Direniş Sanatları Gizli Senaryolar* (Çev. A. Türker). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shayegan, D. (1993). *Yaralı Bilinç Geleneksel Toplumlarda Kültürel Şizofreni* (Çev. H. Bayrı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Tolan, B. (1985). *Toplumbilimlerine Giriş*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.

- Ülken, H. Z. (1979). *Türkiye’de Çağdaş Düşünce Tarihi* (2. b.). İstanbul: Ülken Yayınları.
- Williams, R. (1993). *Kültür* (Çev. S. Aydın). İstanbul: İmge Kitapevi. (1989). *İkibine Doğru* (Çev. E. Tarım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim* (Çev. A.U.Türkbağ). Ankara: Dost Kitapevi.

Prof. Dr. Cengiz Anık, Lisansını, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu'nda 1989'da, Gazi Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana bilim dalında Yüksek lisansını 1992'de, doktorasını 1998'de tamamladı.

Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesinde 1992-2012 yılları arasında öğretim elemanı ve öğretim üyesi olarak görev yapan Anık 2012 yılından bu yana, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapıyor.

Anık'ın yayınlanmış kitaplarından bazıları şunlardır: *Çoğulcu sistemde İşçi Sendikası, Siyasal İkna, İletişim Bilimi (tercüme), Çalışma Hayatı Ekseninde 2000'ler, Bilgi Fabrikaları ve Müşteriler, Epistemolojik Düzlemde Yarınki Siyaset, Sendikalar Geleceğini Arıyor.*



Merkez : Molla Fenari Sok. Der Han No:28/A Çağaloğlu Tel : (0212) 527 01 65 - 511 51 90
Şube 1 : Der Kitabevi, Sahafkar Çarşısı No: 1 Beyazıt Tel : (0212) 513 55 75
Şube 2 : Derin Kitabevi, Sahafkar Çarşısı No: 3 Beyazıt Tel : (0212) 513 18 20
der@der yayinevi.com.tr www.der yayinevi.com.tr

ISBN 978-605-4993-31-4

