

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>

TRT

TÜRKİYE RADYO
TELEVİZYON KURUMU

Televizyon ve Toplum



TELEVİZYON VE TOPLUM

Prof. Dr. Erol Mutlu

Televizyonun 30. Yılı
Kaynak Kitap Seçim ve Değerlendirme Kurulu

Şener Tokcan
Tarkan Baykur
Ertan Somunkıran
Arsal Soley
Vildan Yüksel

Yayın Hazırlama
Eğitim Dairesi Başkanlığı

Kapak Tasarım
Alev Altundal

Baskı
TRT Genel Sekreterlik
Basım ve Yayın Müdürlüğü Ofset Tesisleri

1. Basım Ocak 1999 (2000 adet)

ISBN 975-7655-17-1
© Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, 1999
Tüm yayın hakları saklıdır.
Tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında
yayıncının yazılı izni olmaksızın
hiçbir yolla çoğaltılamaz.

TRT
Eğitim Dairesi Başkanlığı
Turan Güneş Bulvarı, TRT Sitesi
06450 ORAN – ANKARA
Tel: (0312) 490 17 90 Faks: (0312) 490 17 91
e-posta: egdb@trt.net.tr
<http://www.trt.net.tr>

İçindekiler

ÖNSÖZ.....	V
GİRİŞ	11
Televizyon Nedir?.....	11
Televizyonun Bize Ettikleri	13
Televizyon Endüstrisindeki Değişmeler	13
Değişen İzlerkitle	14
Kitabın Sistematığı.....	16
Dışlananlar	17
BİRİNCİ BÖLÜM.....	19
TÜRKİYE’DE VE DÜNYADA TELEVİZYON	19
a. <i>TÜRKİYE’DE TELEVİZYONUN KÖKENLERİ</i>	19
Özerkliğin Bedeli ve Tarafsız Yayıncılık.....	20
Genel Müdür Savaşları Dönemi	22
b. <i>BBC, TRT VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI</i>	22
Kamu, Kamu Yararı ve Kamu Hizmeti	22
BBC ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı.....	23
TRT ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı	25
c. <i>ÖZELLEŞTİRME DALGASI</i>	27
Özelleştirme ve Kamu Yayıncılığı	29
Tecimselliğin Yapısal Uzantıları	29
İstekler ve Gereksinimler.....	30
Bağımsız Yapım Şirketleri.....	30
BBC ve İzlerkitle Sorunu.....	31
Finansman Sorunları	33
Rekabetçi Ortamda Program Stratejileri	35
Kamu Yayıncılığının Kimlik Sorunu.....	36
d. <i>ENFORMASYON DEVRİMİ DEDİKLERİ</i>	37
Karamsarlık ve İyimserlik	39
Enformasyon Toplumu ve Yeni İletişim Teknolojileri	41
e. <i>KÜRESELLEŞME DEDİKLERİ</i>	43
Küreselleşmeye Uzanan Yol.....	44
Enformatik Küreselleşme	45
f. <i>KÜRESELLEŞEN TELEVİZYON</i>	47
Ortak-Yapımlar	47
Uluslararası Televizyon Ticareti	48
g. <i>BİLGİ: YANSIZ MI, YANLI MI?</i>	53
Modernleşme ve Kalkınmacılık	54
h. <i>MADDEM Kİ TEKNOLOJİDİR, NE DERSE YERİDİR</i>	56
McLuhan ve Küresel Köy.....	57
Teknoloji ve Türkiye	60
ı. <i>ÖZELLEŞEN EKРАНLAR</i>	62
Magic Box ve Star1	64

İÇİNDEKİLER

Yasal Düzenlemeler	66
İki Rejimli Yayın Sistemi	68
j. <i>TÜRKİYE’DE TELEVİZYONUN BUGÜNÜ</i>	70
Bağımsız Yapım Şirketleri	72
Özel Televizyonlu Bir Dünya	73
İKİNCİ BÖLÜM	77
NİÇİN TELEVİZYON SEYREDİYORUZ?	77
a. <i>SEYRETSEN BİR TÜRLÜ, SEYRETMESEN</i>	78
Televizyonun Karşı Konulmaz Cazibesi	79
b. <i>KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI</i>	81
c. <i>KAÇIŞ İÇİN TELEVİZYON İZLEME</i>	85
Yüksek Kültür, Popüler Kültür	86
Televizyon Endüstrisi ve Tüketicileri	88
d. <i>ETKİLER YAKLAŞIMI</i>	89
Üçüncü Kişi Etkisi	90
Törel Ürkü	90
Televizyon İzleme: Karmaşık ve Dinamik bir İlişki	92
e. <i>TELEVİZYONUN KÜLTÜRLEYİCİ ETKİLERİ</i>	96
f. <i>İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARINDA DÖNEMEÇ</i>	99
Kodlama-kodaçımılama	100
Feminizmin Katkısı	101
Toplumsal Sınıflar ve Televizyonun Anlamı	103
Aile ve Televizyon	104
Toplumsal Cinsiyet ve Televizyon	108
Kültür Emperyalizmi ve Kültürel Direnç	112
Çokanlamlılık ve İzlerküne	114
Eleştiriler ve değerlendirmeler	115
Semiyotik Demokrasi	117
İğneyi Bize, Çuvaldızı Televizyona	118
g. <i>TELEVİZYON VE ÇOCUKLAR</i>	119
Ne Tür Etkiler?	121
Şiddet Konusu	124
Kuramsal Yaklaşımlar	125
Teknik ve Yasal Önlemler	128
Değerlendirme	130
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	133
TELEVİZYONDA NE SEYREDİYORUZ?	133
a. <i>TELEVİZYONUN DUR DURAK BİLMEZ “AKIŞ”I</i>	134
b. <i>TELEVİZYONUN HİKAYELERİ</i>	137
Televizyon ve Sinema	137
Televizyonun Anlamlama Rejimi	138
Dilbilim ve Yapısalcılık	139
Yapısalcılık-sonrası	140
Modernlik-sonrası ve Baudrillard	141
c. <i>TELEVİZYONUN SEYİRLİK DÜNYASI</i>	143
Seyirlik Ekran	145
Kurmacalaştırma, Yeniden-Canlandırma	145
Eğlencelik politika	147
Kan, Göz Yaşı, Acı	148
Eğlenceyle Bilginin Kucaklaşması: “Infotainment”	149
Televizyon Haberleri ve Seçim Kampanyaları	151

Sansasyonellik	152
Popüler Kişilikler	154
<i>d. EKRANDAKİ TÜRKİYE</i>	<i>154</i>
Popülerleşme ve Popüler Kültür	156
Ekrandaki İki Türkiye	159
SONUÇ	163
KAYNAKÇA	171
DİZİN	183

Sunuş

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, kurulduğu günden başlayarak ilkeli yayıncılığın öncülüğünü yapmakla birlikte, geleceğinin güvencesi olan çalışanlarının en iyi biçimde eğitilmeleri konusunda büyük bir özen göstermiştir.

Türk halkının çağdaş habercilik özlemine uygun olarak doğru, çabuk, tarafsızlık ilkelerini gözetten bir habercilik anlayışı yanında, eğitim ve kültüre en etkili ve yaygın katkılarda bulunacak biçimde yayınlarını sürdürmüştür.

Ancak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun eğitim, kültür ve sanat yaşamımıza katkısı yalnızca yayınlarla sınırlı olarak düşünülmemiştir.

Ulusal ve uluslararası kuruluşlarla işbirliği yapılarak, Türk Kültürünün ürünlerini tanıtmak, bilim sanat ve edebiyat alanında yeni eserleri ulusumuza kazandırmak üzere çeşitli etkinliklerde bulunmuştur.

Bugün de yayıncılık konusunda benzersiz bir okul niteliğini sürdüren TRT, çağın yayıncılık konusundaki hızlı gelişmelerini izleyebilmek, ulusal ve uluslararası yayıncılık alanında bugünkü yerini koruyabilmek amacıyla, en yeni gelişmeleri, en çağdaş düşünceleri içeren eserleri çalışanlarına ve toplumumuza kazandırma çabasıdadır.

TRT'nin radyo ve televizyon yayınları dışında bilim ve sanat yaşamımıza katkıları çeşitli alanlardaki bilimsel araştırmaların desteklenmesi, edebiyat ve sanat alanlarında pek çok yapıtın kazandırılması biçiminde olmuştur.

Sanat yapıtları arasında çeşitli müzik eserleri, resim, yontu da önemli bir yer tutmaktadır.

Cumhuriyetimizin 75. ve televizyon yayıncılığımızın 30. yılını kutladığımız 1998 yılı TRT'nin bilimsel ve sanatsal etkinlikleri açısından sevindirici sonuçlara ulaşmıştır.

Bu kitap, Cumhuriyetimizin 75. ve televizyon yayıncılığımızın 30. yılı etkinliklerinden biri olarak hazırlanmış ve mutlu bir rastlantı olarak TRT'nin 35. Kuruluş yıldönümünde basımı tamamlanarak okuyucuların yararına sunulmaktadır.

Amacımız TRT çalışanlarının, yayıncılıkla ilgilenenlerin, yayıncılık alanındaki gelişmeleri yakından izlemelerini , yayıncılık geçmişimize ilişkin bilgi ve belgelerin basılı yayınlar aracılığıyla gelecek kuşaklara eksiksiz olarak iletilmesini sağlamaktır.

Yayıncılığımızın bugünkü düzeye ulaşması için özverili katkılarda bulunanları, TRT Kurumu'nun kuruluşundan bugüne kadar, örnek bir yayın kuruluşu ve özgün bir okul olmasında değerli katkıları olan çalışanlarımızı, bilim ve sanat adamlarımızı saygıyla, minnetle anıyor, bu eserin seçimi ve basımında gösterdikleri özverili çalışmalarından dolayı tüm ilgililere teşekkür ediyorum.

Yücel YENER
TRT Genel Müdürü

Önsöz

Televizyon üzerine düşünmenin, hele ki bu düşünce yazı gibi görece kalıcı bir biçime dökülmüşse hayli talihsiz bir uğraş olduğunu bilmem söylemeye gerek var mı? Bir hayli uğraşıp didinip ortaya çıkardığımız ürünün yazgısı sanki televizyon “haberi”nin yazgısına benziyor. Piyasaya sürüldüğü anda eskiyiveriyor.

Bundan sekiz dokuz yıl kadar önce, yani neredeyse dün kadar yakın bir zaman önce televizyon üzerine bir kitap yazmaya başlamıştım. Burada bir parantez açıp zamanın göreceliğini anımsatmamda yarar var. Çünkü televizyon üzerine yazılanların hemen ve hızla eskidiği düşüncesini temellendirirken, bu kitabı yazıp bitirdiğim günden bugüne geçen sürenin bir göz açımılık ve kapatımılık bir süre olduğu varsayımından yola çıkıyorum. Kimileri için ise sekiz dokuz yıl gerçekten uzun bir zaman. Ama benim yaşındakiler için bırakın sekizi onu, neredeyse on beş yirmi sene öncesi bile dün gibi.

Evet, dün kadar yakın bir zaman önce bir kitap yazdım televizyon üzerine. Ne biliyorsam doldurdum bu kitaba. Adına da “Televizyonu Anlamak” dedim. İngilizce benzer başlıklı bir çok kitap vardı. Belki bunların da kitabın başlığını seçmemde etkisi olmuştur ama esas olarak amacım yaşamımızda bana göre çok önemli yer tutan bir aracı anlamamız gerektiğini vurgulamaktı. Çünkü gündelik hayatımızın bu kadar içinde olan bir aracın anlaşılmasının ayrı zamanda bizim kendimizi, yakın çevremizi, giderek toplumumuzu anlamamıza yardımcı olacağını, böyle bir derdi olanlara yol göstereceğini düşünüyordum. Ayrıca hem televizyonu, hem de televizyon dolayısıyla toplumu anlama etkinliğinin eleştirel, yani görünürü görünenin gerisindeki dinamikleriyle, tarihselliği içinde ve tüm karmaşıklığı, zenginliğiyle kavramaya yönelik olduğunu düşünüyordum. Bu düşüncem değişmedi ama televizyonla ilişkimiz o zamandan bu yana çok değişti. İzlediğimiz programlardan kanal sayısına, kanalların niteliğinden izleyici demografisine kadar gerçekten bu sekiz on yıl içinde köprülerin altından çok sular aktı.

Kitabın yazıldığı dönemdeki kamu tekeli TRT’nin sınırları iyice tanımlanmış bir anlayış çerçevesinde gerçekleştirdiği yayınların ortamıyla bugün çok sayıda özel televizyon kanalının yayınlarıyla nitelenen televizyon ortamı arasında hayli fark var. Bu fark, “tek seslilikten çok sesliliğe” (ki bana sorarsanız daha doğru bir deyişle, kakofoniye) geçilmesi gibi basit bir açıklamayla savuşturulabilecek, ayrıntıda kalan bir fark değil.

Peki, bu her kafadan çıkan çok sayıdaki seslerin yarattığı gürültüyle birlikte neler değişti o günlerden bugüne? Televizyonun bence en olumsuz işlerinden biri olan, “toplumsal belleğimizi bileyleme” etkisini bir derecede göğüsleyecek olursak, bugün elde bir gördüğümüz ve kimi ekranlarda söyle bir görünmüş sonra da göçüp gitmiş olan bir çok program türüyle özel televizyon yayıncılığı sayesinde tanışmış olduğumuzu anımsayabiliriz örneğin. Bu türler, ülkemizde özel televizyonlar gibi ekranlara öylesine apar topar avdet ettiler ki, adlarını bile Türkçeleştirmeye vaktimiz olmadı: “reality show”, “talk show”, “paparazi”, vb. Gerçekte isimler yabancıydı ama izlediklerimiz o kadar da yabancıymış değildi. Söz gelişi, “talk show” dediğimiz, TRT Televizyonu döneminden bildiğimiz, bazen saatler süren ama genellikle “ciddi” konular üzerinde “ağır” ve “kıymetli” düşüncelerin, karşılıklı olarak öne sürüldüğü “panel”, “forum”, “açık oturum” gibi lafazanlık programlarının, yine artistlerle, şarkıcılarla özel ve güzel yaşamları üzerine, yaptıkları ettikleri üzerine magazin gazete ve dergilerinden tanışık olduğumuz o fevkalade “mühim” röportajlarla hafif sulandırılmış, üzerine de, toplumda tanınmış ve ün kazanmış “sanat dünyası”ndan

insanların meyhane, bar veya kahve sohbetleri (veya günümüzde moda olup yakında her moda gibi yerini bir başkasına bırakacağından emin olduğum biraz argoca bir deyimle “geyikleri”) ekilmiş, stüdyoda hazır bulunan bir kısım seyircilerin alkış, gülme ve benzeri eylemleriyle soslanmış haliydi. “Reality show”ların sosu biberi ise kan, şiddet, entrika ve “az sonra” çengeliydi. “Paparazzi”ye ise diyecek ya da ekleyecek fazla bir şey yok. Çünkü bu tür, daha Hüseyin Rahmi Gürpınar’ın romanlarındaki mahallelerde ev hanımların ev işlerinin arasında bir nefes almak için yaptıkları pencereler arası muhabbetlerden bildiğimiz bir “boşzaman eğlencesi”nin (belki aynı zamanda toplumsal denetimin ve bir anlamda da tüm cinsel bastırılmışlıkların, fantazilerin) bugüne, televizye edilmiş haliyle aktarılan şekliydi.

“Paparazzi”ler hızlarını alamayıp ellerini spor, özellikle futbol alanına da attılar. Böylelikle futbolcuların özellikle saha dışındaki volelerini nasıl salladıklarını tekrar tekrar gösteren, popüler müziğin “kral” ve “kraliçeleri”yle futbolumuzun “kralları”nı aynı sahalarda buluşturan “Tele Vole”ler gündelik hayatımızın “keyfi” oluverdiler. Bir “Tele Vole” de yetmedi, “öz Tele Vole”, “esas Tele Vole”, “en gerçek Tele Vole”ler tarafından kuşatıldık çepeçevre. Tele Voleler her ne hikmetse geometrik olarak çoğaldı. Özetle “Tele Vole”siz nefes bile alamaz hale geldik.

Bu yeni türlerle birlikte bazı türlere, örneğin belgesel gibi türlere de kıran girdi. Çoğu kimse tarafından öne sürüldüğü üzere, “modern insanın entelektüel kapasitesine televizyon ekranlarında en yaraşan tür olan” belgesel, kendi başına bir tarz ve anlatı formatı olarak tek kanallı dönemdeki önemini yitirdi; öylesine gözden düştü ki, ekranlardaki varlığı yayıncılık alanını düzenleyen mevzuat tarafından hafif tehdit yollu bir dayatmayla koruma altına alındı. Aynı şekilde otantik halk müziği veya klasik Türk musikişi denen müzik türleri de yine mevzuatın korunması altında, televizyon kanallarının belli sürelerle istemeye istemeye yayınlamak zorunda oldukları yayın malzemesi haline geldiler.

Değişme kuşkusuz yeni türlerin ortaya çıkması, belgesel ve benzerlerinin deyim yerindeyse “kelaynaklaşması”yla, ya da daha anlaşılır ifadeyle nesli tükenen nadir eserler haline gelmesiyle, yani bir tek ekranda görünenlerle sınırlı kalmadı; tüm bir yayıncılık düzeni de değişti. Bir düzenleyici organ olan “Radyo Televizyon Üst Kurulu” (RTÜK) çıktı ortaya. RTÜK’le birlikte, geçici süreyle kapanan televizyon kanallarıyla, kararan ekranlarla karşılaşmaya başladık. Sonra biri akıl etti, karanlık bir kanalın görünümünün tatsızlığını gidermek için ekranın karamasına sebep olan kabahatin ve bu kabahatin mevzuatta karşılığı olan maddenin yazıyla, kanalın kapalı olduğu süre boyunca ekranda gösterilmesi zorunluluğunu getirdi. Hoş bir analogi olmadığını biliyorum ama düşüncenin gemlenmesi de zor oluyor, bu nedenle demeden duramayacağım; bu uygulama bana, bir zamanlar idam mahkûmlarının boynuna asılan idam hükmünü anımsatıyor her nedense. Teşbihte hata olmaz demiş atalarımız, günahlı atalarımızın boynuna, bir de kusur edenin boynuna tabi.

Ama ekranın karaması pek de önemli değildi bizler için, çünkü “kumanda”, hem de uzaktan olanı elimizdeydi. Tek kanallı dönemde gelişkin televizyon alıcılara sahip olanların ne yapacakları bilmedikleri, sadece uzaktan televizyonu açık kapamakta kullandıkları bu güzide cihaz sayesinde kararan bir ekrandan aydınlık bir sürü ekrana “sıçrayıp (zaplayıp)” geçebiliyorduk nasıl olsa. Böylelikle “bir nevi” yeni meşgaleler de edinmiş olduk, kimilerimiz televizyon seyirciliğinden “zapçılığı” yeğledik. Hepimiz “zapçı” olmadıysak da, o eskinin gözlerini ekrana “fikslemiş”, bir şey söyleyecek olsanız, “hişt, görmüyor musun televizyon seyrediyorum” diye terslenen seyirci türü de neredeyse “dinozorlar” gibi tarihin labirentlerinde kaybolmaya yüz tuttu. Televizyonun kendisi gibi, izleme ediminin de deyim yerindeyse “kutsallığı” kalmadı. Kanallar çoğaldıkça televizyon denen iletişim tarzının sanki değeri azaldı. Ama bazı yükselen değerler de oldu tabii. Örneğin buçukluk farklarla kanalları bangır bangır bağırarak birincilik, liderlik iddialarında bulunmaya sevk eden *rating*’cilik değer kazandı.

Başka neler oldu diye düşünenecek olursak, o kadar çok şey oldu ki, hani “aç tavuk kendisini tahlil

ambarında zannediriniş” gibisinden bir deyim vardır, gerçekten de bu deyim anımsattığı üzere, değişikliklerin bolluğu içinde hangisini diyeceğimizi şaşırmanın elde değil. Örneğin namütenahi sayıda yeni televizyon “star”larıyla tanıştık. Kazara kameranın görüş alanına giren bir sıradan vatandaşın bile, kısa bir süre de olsa, hiç değilse kendi çevresinde “ün”lendiği, mahallede konu komşu tarafından “seni dün akşam televizyonda gördük” diye onurlandığı o eski, sınırlı sayıdaki ekran günlerini geride bırakmak ama bugün bir kısmının adını dahi anımsamakta zorluk çektiğimiz bir çok ekran ünlüsüne sahip olduk. Bu televizyon ünlüleri enflasyonunda, her gün yeni ünlülerin tedavüle girdiği bu enflasyonist ortamda, zihnimizdeki o “ün” kavramı da bir tür sarsıntıya uğradı ister istemez. Sonuçta kanal enflasyonu, ünlü enflasyonu derken, enflasyon kavramına yıllardır aşına olmuş aklımız bile iyice karıştı.

Ayrıca ekranlarımızı bin bir çeşit milletin bin bir çeşit dilinden yayınları da doldurdu. Dediklerini anlamadığımız ama simalarını zihnimizin görsel deposuna attığımız yabancı televizyon ünlülerine de sahip olduk yerlilerine ilaveten. Sırf müzik, haber, belgesel yayını yapan ve “özel ilgi kanalı” diye adlandırılan televizyonlar “uzaktan kumanda”nın bir düğmesine basmakla odalarımızın içinde bizlere seslenmeye başladılar. Kablo lu televizyon ve uydu sayesinde gençlerimiz 24 saat pop müzik yayını yapan MTV ile, dünyada olup bitenleri merak edenlerimiz ise yayının diline uygun olarak söyleyelim, “round the clock”, yani günün 24 saati haber yayını yapan CNN ile tanıştı. Bu tür kanalların yerlileri de hemen üretildi. Hatta parayı basturanlar “yenice” sinema filmlerini ardı ardına izleme olanağına bile kavuştular. Böylelikle “özel ilgi sahibi” olanların sadece yabancı dil bilenlerimiz değil, hemen hepimiz olduğu da kanıtlanmış oldu. Ya da tersinden söyleyecek olursak, hepimiz ister istemez “özel ilgi” sahibi olmaya başladık. Sonuçta, ister tersinden, ister düzünden söyleyelim biz de artık “eski biz” olmaktan çıktık.

Özetle televizyon alanındaki bunca değişikliği gözlemledikten ve deneyimledikten sonra, “Televizyonu Anlamak” adlı kitapta incelenen çoğu konunun ya öncelik bakımından, ya da önem bakımından değerini yitirdiğine karar verdim. Bu tecrübe benim aslında sezinlediğim ya da bilmekle birlikte hayatın akışı içinde üzerinde durup düşünme gereği duymadığım ama konuya girerken söylemiş olduğum bir gerçeği tüm açıklığıyla görmemi sağladı: “Televizyon üzerine ne söylersek söyleyelim kısa süre içinde eskimeye mahkum gibi görünüyor”.

Bu Arşimet’i “buldum, buldum” diye ortalığa fırlatan buluş kadar elbette mühim olmayan tespit, aslında günümüzde sırf televizyon için değil, tüm telekomünikasyon alanı, dolayısıyla da gündelik hayatın tecrübe edilme biçimini ve temposunu değiştiren yenilikler için de geçerlidir. Gerçekten de bugün, gerek teknolojik gelişmeler, gerekse yayıncılık rejimine ilişkin düzenlemelerdeki değişimler televizyon hakkında uzun süreli çözümlemeler ve genellemeler yapmayı neredeyse olanaksızlaştırıyor. Yüksek çözünürlü televizyon (HDTV), sayısal televizyon (DTV), telekomünikasyon, bilgisayar ve televizyon teknolojilerinin giderek bütünleşik bir hizmet haline gelmesi geleceğin televizyon ortamına ilişkin bugünden kestirimlerde bulunmamıza elverse de, bu ortamın insanın mihinsel, ruhsal yapı ve ilişkileri üzerinde ne tür uzantıları olabileceğini belirlemek pek kolay değil.

Burada biraz soluk alıp, teknolojik gelişmelerle ilgili biraz malumat aktarmaya çalışalım. Örneğin sayısal televizyon (*digital television*)... Analog televizyonun giderek yaygınlaşan sayısal televizyonla farkı henüz izleyicilerin ayırmasına tam olarak varmasına elverecek bir konu değil. Televizyonu her zamanki gibi, yani analog olarak izliyoruz, henüz bu ilişkimizde herhangi bir değişiklik tespit etmiş değiliz. Ne var ki, alıcılarımız da sayısal hale gelince bu yeni cihazlarla yapabileceğimiz başka şeyler olacak. Her şeyden önce sayısal televizyon bizlere çok daha fazla sayıda kanal ve daha yüksek nitelikte görüntüler sağlayacak. Yüksek çözünürlü televizyon (HDTV) evlerimize sinema kalitesinde görüntüler ve çok yüksek düzeyde nitelikli ses sunacak, böylelikle televizyon bir anlamda “ev sineması” haline gelecek. Sayısal teknoloji ve çeşitli sayısal araçların bir

araya gelmesi bugün televizyon dediğimizde aklımıza gelen geleneksel “bir” yerden “bir çok” yere iletişim biçiminin yanı sıra daha bir çok seçenek sunacak. Sayısal teknolojinin gelişmiş özelliklerini kullanan yeni hizmetler bir çok yerden bir yere, bir çok yerden bir çok yere, ve bire bir iletişim olanağı sunacaklar.

Etkileşimsel bir dönüş kanalıyla birlikte sayısal alıcılar çok sayıda hizmet sunma olanağı sağlayacak. Basit etkileşimli yarışma programlarından, internete, televizyon ile *web*-tarzı içeriğin bir karışımına kadar çok sayıda yeni hizmet şu şimdilik odalarımızda masum masum duran ekrandan her birimizin kullanımına sunulacak. Kim bilir belki eğer siyasal seçkinler uygun görürse, seçimlerde oylarımızı da televizyon aracılığıyla, hatta belki gerekçesini de dile getirecek şekilde kullanabileceğiz. Televizyonda yapılabilecek olan her şey aynı zamanda kişisel bilgisayarla da yapılabilecek, elbette kişisel bilgisayarla yapılabilen her şey de televizyon alıcısıyla yapılabilecek.

Böylelikle artık edilgin bir izlerkümenden söz etme olanağımız olmayacak. İzleyici doğrudan televizyon iletişiminin kullanıcısı, kullanıcıdan da öte, katılımcısı haline gelecek. Şimdiki teknolojiye televizyon alıcısının hareketli olarak kullanılmasına olanak vermemektedir. Oysa sayısal televizyon arabalarda, otobüslerde, trenlerde, televizyon alıcısının kullanımına, hatta taşınabilen el televizyonlarının kullanımına olanak sağlayacak, hem de hiç alışık olmadığımız netlikte görüntülerle. Bundan daha da önemlisi, yeni güçlü ve etkileşimsel hizmetler de hareket halindeki alıcılara dağıtılabilir. Böylelikle yolda yürürken aynı zamanda internette dolaşma, e-mailleri okuma, yarışma programlarına katılabilme imkanı sağlanacak. Bunların bugünkünden çok daha hızlı olarak sağlanacağım söylememize ise gerek yok. Yine söylememize gerek olmayan, tüm bunların teknolojik olarak yapılabilir hale geldiği ancak endüstrinin kendisini yeniden-düzenleme gereği yüzünden henüz yaygın kullanıma geçilememiş olduğu.

Tüm bu söylediklerimiz, bekleyelim görelim, ondan sonra konuşuruz şeklinde bir “ertelemeyi” gerektirmiyor kuşkusuz. Tam tersine, tüm bu gelecek senaryolarına karşın, bugün bulunduğumuz yerden halimize ve geçmişimize bakıp bir değerlendirme yapmamız gerektiğini de düşünüyoruz elbette. Değilse, zaten böyle bir çalışmanın yapılmasına da gerek olmazdı. Bugün diyeceklerimiz ne denli hızla eskiyecek olursa olsun televizyon ortalama vatandaşın biraz abartılı görünse de derdimizi açıkça ifade ettiği için kullanmaktan geri durmayacağımız bir benzetmeyle temel besin kaynağı misali temel eğlence, bilgi ve haber alma, zaman geçirme, oyalanma aracıdır ve görünür gelecekte de bu niteliğini sürdürecektir. Öyleyse televizyonla olan ilişkimizi anlama, çözümleme ve değerlendirme gereksinimi her zamanki kadar önem taşımaktadır. İletişimbilimci Denis McQuail’in değerlendirmeleri de bu görüşümüzü desteklemektedir (1994): “Teknolojiler ve biçimler değişebilir, ama ancak kitle iletişimi kendileri görece istikrarlı olan siyasal, ekonomik ve toplumsal düzenlemelerin gereksinimlerine karşılık verebilir. Ulusal ve uluslararası siyaset hala etkili tanıtım makinelerinin ve ‘kitlese’l’ enformasyon dağıtıcısının varlığına gerek duymaktadır. Küresel ekonomi hala, hem donanım, hem de yazılımın büyük büyük üretim birimlerine ve bunlara yönelik talebin manipülasyonuna dayanmaktadır. Küresel bir ölçekte toplumsal-kültürel yakınlaşma sadece medyanın bir sonucu değildir basitçe, ama kendi kendini besleyen bir eğilim olup, o da çok uluslu bir endüstri olarak kitle iletişim araçlarını desteklemektedir.”

Peki, televizyonla ilişkimizi tanımlama gereksinimini tek bir kitapla karşılama olanağı var mı? Bu soruyu olumlu olarak yanıtlamanın, hele ki konu televizyon olunca mümkün olmadığı açıktır. Ayrıca bir kitap bu tür bir gereksinimi karşılamaya yönelik olsa bile ya da böyle bir iddiayla yola çıkılarak oluşturulmuş olsa bile, yazının birikimi, ufku, kapasitesiyle sınırlıdır. Bu sınırlılık bırakın sıradan bir iletişimciyi, yazdıklarıyla dünyayı sarsan düşünürler, araştırmacılar için bile geçerlidir. Ne var ki bu sınırlılık kaygısı ve kuruntusu düşünce ve bilginin paylaşılması tutkusunu hiçbir zaman engelleyememiştir, çünkü bilgi, Özdemir Asaf’ın yalnızlık için söylediği gibi paylaşılamaz bir şey değildir, tam tersi, “paylaşıldıkça çoğalan” bir şeydir. Araştırmacıların, yazarların kapasiteleri şu ya

da bu ölçüde sınırlıdır ama bunların hepsi kendi kapasiteleri içinde şunu bilirler ki, “sınır olmayan şey sadece bilgidir”. Bilgi başkaları üzerinde eyleme gücü için de kullanılır, ama yine araştırmacılar ve yazarlar bilirler ki, bilginin güzeli insanoğlunun kendi yaşamını denetim altına almada, yönetmede ve iyileştirmede kullanılabılır.

Bu kitabın yazarının televizyonla ilgisi sıradan bir televizyon izleyicisinin duyduğu tarzda ya da koşulların dayatmasıyla oluşan “akademik” bir ilgi değildir. Bu ilginin öyküsü, yirmi yaşında, çiçeği burnunda ve aklı henüz havalarda bir gencin, kendisini televizyonun o cıvılcı, cazip ve düşsel dünyasında bulmasıyla başlar. Gerçi bu dünyanın yaratılma mekanı hiç de dünyanın kendisi kadar cazip değildir. Üstelik daracıktır da; tüm alan bundan otuz yıl kadar öncesinin Ankara şehrinin Mithatpaşa Caddesi’ndeki meşhur 49 numaralı apartmanın TRT tarafından televizyon için kiralanmış birkaç katıyla sınırlıdır. Bir de hemen yandaki 47 numaralı apartmanın stüdyoya çevrilmiş bodrumu vardır buna ek olarak. Ama bugünün sosyal konutları büyüklüğündeki her bir kat televizyonun, televizyonculuğun büyüyle kendinden geçen bu gence Hollywood’un en büyük stüdyolarından bile görkemli görünür. Çünkü burası sanatsal ve siyasal ideallerin, yüksek kültürün, entelektüalizmin, kısacası düşünce ve yaratım adına ne varsa hepsinin kendine yer bulduğu bir dünyadır. Bu dünya radyonun o topluma her kim varsa onun evine girebilme kapasitesinin, sinemanın o yalızlı aktörleri aktrisleriyle, o düş dünyasıyla, insanları ağlatabilme, güldürebilme, eğlendirebilme, düşündürebilme kapasitesinin, tiyatronun “şimdi, burada” ama aynı zamanda “her yerde ve tüm zamanlarda”lık kapasitesinin, gazetenin, derginin, gündelik konuşmanın ve bunlara benzer daha ne varsa hepsinin bir araya geldiği, bütünleştiği bir dünyadır. Ve bu ilginin öyküsü işte böyle bir büyülenme haliyle başlar ve bir süre böyle devam eder.

Öykünün dönüm noktası ise düş kırıklığıdır. Bu öyle bir düş kırıklığıdır ki, 19. yüzyıl sonunun büyük toplumsal düşünürü Max Weber’in sihrin yok olması (*disenchantment*) diye adlandırdığı, belki “maymunun gözünün açılması” deyiimiyle daha popüler bir şekilde ifade edebileceğimiz ve “bir bütün toplumsal formasyonun çöküşüyle ve yenisinin yükselişiyle bağlantılı ruh durumu” olarak betimlediği ölçüde sosyal bir deprem olmasa bile, bireysel bir depremdir. Gözün görmesini engelleyen örtü ortadan kalkmıştır. Örtü bir kez kalkınca önce kişisel yaşantılardan başlayarak, kişisel varoluşu o zamana kadar anlamlandıran tüm kurumlar, ilişkiler yeniden değerlendirilir hale gelir. Kuşkusuz gözbağlıktan kurtulunca, gözler açılınca ilk görülen o zamana kadar inanılmış, güvenilir ve bel bağlanmış olanla ilgili hayalin tam tersidir. Buna “hayal kırıklığının muhalifleştirici etkisi” denebilir belki. Ama bu görüntü de, büyülenmiş bir zihnin görüntüsü kadar gerçek-dışıdır.

Öykünün bu kitaba yansıyan kısmı ne büyülenmişlik sırasındaki, ne de sihrin dağıldığı andaki görünümle ilgilidir. Bu öykünün daha ileri aşamalarında, televizyon üzerine düşünmenin, araştırmanın, okumanın ve çözümlemelerin sonucu olarak biçimlenmiş bir görüntüdür ve bu görüntü daha önce de belirtilmiş olduğu gibi televizyonu, televizyonla olan ilişkimizi anlamaya çalışmanın günümüzde hala çok önemli olduğu inancıyla temellenmektedir.

Bu inancın kitap halinde somutlaşmasının öyküsü ise, yirmi dokuz yıl önce kapısından içeri girip televizyonculuk dünyasına adım attığım TRT Televizyonu’nun otuzuncu yıldönümü dolayısıyla düzenlenen etkinlikler arasında “televizyonla ilgili bilimsel kitap yayınlama”nın da düşünülmesiyle başlar. TRT’nin özerklik döneminde, kamu hizmeti yayıncılığı ilkeleri doğrultusunda görevlerinden biri olarak gerçekleştirdiği bu işlevin, bunca yıl sonra yeniden anımsanması, gerçekten her biri kamu hizmeti yayıncılığı ilkeleriyle yoğrulmuş ve kurumun yıllarca çeşitli kademelerinde hizmet vermiş TRT’nin yeni yöneticileri adına alkışlanacak bir girişimdir. Otuz yıla yakındır tanıdığım bu dostlarımla tümünü ben de Genel Müdür Yücel Yener’in şahsında kutlamak istiyorum. Sonuç ne olursa olsun, “kamu yayıncılığı”nın tüm dünyada bunalım içinde olduğu bir dönemde, bu girişim TRT’nin bunalımı aşmasını sağlayacak atılımları yapabilecek bir yönetim anlayışının varlığını

kanıtıyor. Çalışma yaşamına TRT Televizyonunda gözlerini açmış ve her şeye karşın bu kurumla gönül bağını hala sürdüren biri olarak bu gözlem beni gerçekten mutlu ediyor.

Bu çalışmayla ilgili olarak TRT'den iki arkadaşımla sürekli ilişkim oldu. Tarık Baykur ve Arsal Soley'e özellikle teşekkür ediyorum. Umanım çalışma onların beklentilerini karşılayacak düzeyde gerçekleşmiştir.

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde başladığım bu çalışmayı KKTC, Doğu Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde bitirdim. Ankara'da çalışmanın gidişatını sürekli soran arkadaşlarım, meslektaşlarım bana bu işi zamanında bitirme sorumluluğumu anımsattılar. Yine de geciktim. Elbette kusur, onların tüm ilgilerine karşın bana ait. Onlara teşekkür ediyorum. Bu sorgulamaları olmasaydı herhalde daha da gecikirdim. Ama burada Dr. Beybin Kejanlıoğlu'nun adını ayrıca anmak istiyorum. Beybin benim danışmanlığında yaptığı doktora tez çalışmasını, titizliği nedeniyle biraz geciktirerek tam ben bu kitap üzerinde çalışırken bitirdi. Türkiye'de yayıncılık politikalarını çözümlediği çalışmasında, Beybin 1980 ve 1994 yılları arasındaki gelişmelerin tümünü, fevkalade bir kaynak zenginliğiyle ayrıntılı biçimde ele alıyordu. Bu çalışma, özellikle Türkiye'de özel televizyonculuğa geçiş dönemine ilişkin bölümün yazılmasında bana çok yardımcı oldu. Beybin'e bu titiz çalışması nedeniyle teşekkür ediyorum.

Bir özel teşekkür de oğlum Melihcan'a. Güney kıyılarında birlikte tatil yaparken, bilgisayarın önünde, onu bir başına bırakarak geçirdiğim saatlerde öyle anlayışlıydı ki, teşekkürün yanı sıra, onunla gurur duyduğumu da belirtmem gerekiyor. Babasının yükünü, hiçbir şey talep etmeden, sanki yanımda değilmiş gibi varlığını gizleyerek, yalnız kalmaktan hiç yakınmayarak, üstelik su, çay, kahve gibi hizmetlerimi de görerek, paylaşma sorumluluğuna hayran kaldım oğlumun. Karım Aylin'in katkısı her zamanki gibi çok büyük oldu. Zaten bir kitap her zaman en azından iki kişinin ürünüdür. Bunlardan biri kitabı yazarken diğeri yükü taşır. Aylin yine yükü taşıdı. Ne kadar teşekkür etsem azdır.

Kıbrıs'ın havası suyu, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin gerçekten nezih akademik ortamı, nihayet Aysel Aziz'in bu üniversitede oluşturduğu renkli ve hareketli mekan, kitabın bitirilebilmesinde benim için itici güç oldu. Geçici bir süre için bulunduğum bu mekandaki özendiriciliği nedeniyle Aysel Aziz'e ve İletişim Fakültesi'nin diğer mensuplarına da teşekkür ediyorum. Bu kitaptaki kusurlar bana, geride kalan, her ne ise hepsi, teşekkür ettiklerime aittir.

GaziMağusa, Ekim 1998

Giriş

Çağdaş televizyon dünyasına Türkiye gerçek anlamda 1990’larda, özel televizyonların yayına başlamasıyla girdi. Bu saptamada herhangi bir değer yargısı yok. Yani işler eskisinden daha iyi oldu ya da daha kötü oldu diyesi değiliz. Yine de yaşadığımız ve tanık olduğumuz bir çok şeyin, modern televizyon dünyasına girişimizle koşut olarak alt üst olduğunu söylemeden edemeyeceğiz. Bu alt üst oluşun ne kadarının televizyon dünyasındaki köklü değişiklikle ilgili olduğunu kestirebilmek elbette mümkün değil. Ama eğer televizyon seyretme deneyimi toplumsal hayat etkinlikleri içinde nicel ve nitel olarak çok önemli bir yer tutuyorsa, bu ilişkinin azımsanamayacak boyutlarda olduğunu da kabul etmek zorundayız.

Ne var ki bu çok genel sözlerin, ilişkilendirmelerin anlam kazanabilmesi için, hepimizin gündelik konuşmalarında edinegeldiğimiz alışkanlıkla kavramları içerlerini doldurmadan savrukça kullanma adabını bir yana bırakmamız gerekiyor. Böylesi bir alışkanlık savaştığımızın popüler düşüncede ve dilde gerçekleşmesini bekleyemeyiz, zaten beklemeye pek hakkımız da yok. Ama akademik dünyada bu titizliğe gereksinimimiz var. Ayrıca bilimsel düşünme adabı da zaten bunu gerektiriyor. Bu adap ve konumuz gereği, önce televizyon dediğimizde neyin anlaşılacağı üzerinde mutabakata varmak durumundayız.

Televizyon Nedir?

Televizyon için pek çok şey söylemiştir: “eğlendirici”, “ağn kesici”, “israf diyarı”, “yalnızların yoldaşı”, “aptal kutusu”, “beyaz gürültü”, “zaman hırsızı”, “dünyaya açılan pencere” ve daha bir çok şey. Bu tür nitelermelerin en önemli özellikleri, belli değer yargılarını içerimlemeleridir kuşkusuz. Taşıdıkları değer yargısı yüzünden değil de, “televizyon nedir” sorusunun konu aldığı fenomenin zenginliğini, karmaşıklığını kavrama bakımından yol gösterici olamamaları nedeniyle bu tür nitelermeler pek bir işimize yaramaz. Üstelik zihnimizi belli bir nokta üzerinde yoğunlaşmaya cezbettikleri için, konuyu tüm boyutlarıyla kavrama isteğimizi de engellerler ve açıklama, değilse anlama arayışımızı daha en başından kısırlaştırırlar.

Yukarıda arayış içinde olduğumuzu söylediğimiz mutabakata giden yolu, Raymond Williams’ın bu araca ilişkin tanımını aydınlatabilir. Williams televizyonu, “hem teknolojik, hem de kültürel bir biçim” olarak niteler; yani televizyon bir yanıyla teknik bir araçtır, diğer yanıyla ise kültür üretim, aktarım ve tüketim (yeniden-üretim) ortamıdır. Ancak bu nitelme televizyon teriminin içerdiği iç içe geçmişlikleri ayıklamakta, yani kavram kargaşasını gidermekte gibiyse de, başka bazı sorunlara yol açar.

Hemen ilk görünen sorun çözümleme düzeyindedir. Teknik bir aracın kültürden, kültürün ise teknikten ayrı tutulması, çözümleme amacıyla rahatlatıcı görünmekle birlikte yanıltıcıdır. Zaten Raymond Williams da, teknolojik gelişmeleri sırf kendi iç mantığıyla açıklama girişimlerini eleştirip, bu gelişmeleri kültürle ve toplumla ilişkilendirerek bu tür dışlayıcı bir sınıflamanın, çözümlemeci amaçlarla da olsa yanıltıcılığına karşı bizleri uyarmaktadır (Williams, 1974).

Bir ikinci sorun ise Williams’ın televizyona ilişkin bu nitelemesinin genelliğinden kaynaklanır. Teknoloji ve kültür kavramları kendileri ayrıntılı ve kapsamlı çözümleme gerektiren boyutta ve dolambaçlılıkta kavramlardır. Böylelikle bu kavramların televizyon kavramını tüm dolambaçlılığından, karmaşıklığından sıyrarak çözümlemeler üretmelerini beklemek fazla iyimserlik olacaktır.

Bir başka eksiklik ise televizyonun bir endüstri olma özelliğinin bu tanımlamanın dışında kalmasıdır. Tecimselliği, mülkiyeti, bütün bir örgütsel ve kurumsal yapısı, denetim ve baskı mekanizmaları, kısacası üretimi, tüketimi ve ürünüyle bir endüstridir televizyon.

Ne var ki bu sorunlarına karşın, Williams'ın bu genel tanımı, televizyon araştırmaları tarihinde sık sık görmüş olduğumuz bir eğilime, yani televizyonun sırf tek bir yönünü öne çıkararak, buradan hareketle çözümlemelere girişme eğilimlerine bir anlamda dur dediği için televizyon üzerine düşünmeye başladığımızda, en azından neleri düşüneceğiz sorusunu da yanıtlaması bakımından işe yarar görünmektedir.

Gene Williams'a göre televizyon programlarının çoğu gündelik, sıradan konuşmanın bir uzantısıdır. Bunlar tümüyle insanların konuşmaya, birbirleriyle yaşadıklarını paylaşmaya duydukları o vazgeçilmeyen ilgiye, başka insanların yaşamlarını görme, bu yaşamlara tanık olma tutkularına, nihayet müzik ve dansa olan düşkünlüklerine dayanmaktadır. Kısacası televizyon insanların bilinen, sıradan duygu ve ilgilerinin ekrandaki uzanımıdır.

Televizyon dünyayı değiştirmiştir kuşkusuz ama Williams bu değişikliğin yeni ve tamamıyla farklı bir tür toplum yaratmak şeklinde olduğu, sonuçta televizyonun tüm dünyayı bir gösteri toplumuna dönüştürdüğü iddialarına karşı çıkar. Televizyon tek başına bu tür etkilerde bulunamaz. Eğer televizyon insanların konuşma, görme, bilgilenme ve eğlenme gibi bazı gerçek ilgileriyle temellenmemiş olsa insanlar televizyonla da ilgilenmezler. Sabah akşam ekranda birinin insanlara dersler, öğütler verdiğini düşünelim. Herhalde televizyon eğer bu olsaydı, ne toplum, ne dünya üzerinde hiçbir etkisi olamazdı, çünkü böylesi bir televizyon yaygınlaşmazdı, insanlar böyle bir televizyona teveccüh etmezlerdi ve sonunda televizyon şöyle bir ortaya çıkıp sonra da ortadan kaybolup giden bir araç olarak, tarihin ilgili alanının araştırma nesnesi niteliğiyle geçmişe devredilirdi.

Dolayısıyla televizyon eğer toplumların üzerinde bir etkiye sahipse, daha doğru ve alçakgönüllü bir ifadeyle, eğer toplumlar televizyona yaşamlarında önemlice bir yer veriyorlarsa bunun nedeni onun insanın temel ilgilenimlerini karşılar nitelikte olmasıdır. Bu televizyonun özsel bir niteliğidir. Ama bu nitelik bize de kendimizle ilgili bir şeyler anımsatır. Televizyonla ilgili tüm olumsuz değerlendirmelerimizin kaynağını kendimizde, kendi varoluşumuzda ve kendi öz yapımızda aramamız gerekmektedir. Yani televizyonu eleştirirken aslında kabul etsek de, etmesek de kendimizi eleştiriyoruzdur. Televizyon bizim özniteliklerimizin, düşüncemizin bir ürünüdür; her ne kadar tersini düşünmek, yani televizyonun bizim şu halimize neden olduğunu düşünmek daha rahatlatıcı ve kolay olsa da, bunu kabul etmemiz gerekiyor.

Nihayet televizyonun bir tümlük olarak ama karmaşık bir tümlük olarak toplum içinde etkileri vardır kuşkusuz ama bu etkiler yalıtılmış bir nedenler ve sonuçları denkleminde indirgenemez. Çünkü toplum diye adlandırılan bu tümlük basit bir belirlenmişlik değil karşılıklı bağlantılar ve ilişkiler örüntüsüdür. Williams, "küresel köy", "kitle toplumu" gibi genel, kapsayıcı kavramları bu karmaşık örüntüyü yalın bir belirlenmişliğe indirgediği için reddeder (O'Connor, 1989).

Burada Raymond Williams'ın izini sürerek, bir teknoloji ve kültürel biçim olarak televizyonun dünyayı değiştirdiği iddiasına karşı çıkmak, bizi yel değirmenlerine savaş açan eskimiş şövalye Don Kişot'un çaresizliğine ve zavallılığına düşürse bile, bu ilişkiyi tüm diğer değişkenleri dışarıda bırakarak abartmanın da dünyayı anlama çabalarımızda önemli bir kusur oluşturduğunu belirtmemiz gerekir. Böylesi bire bir, düzayak ilişkilendirmelere bilimsel çözümlemelerin pek rağbet etmemesi beklenir. Ama popüler düşüncedeki yaygınlıkları nedeniyle bu tür bağlantıların akademik çalışmalara da sızdığını, hatta iletişim alanında, üstelik epey baskın bir araştırma programatüğünü tanımladığını biliyoruz. Ama bunun nedeni sırf popüler düşüncedeki yaygın kanı değildir. Özellikle iletişim alanındaki araştırma ve kuram geliştirme çabalarında, bu programatüğün akademik

kaynaklarını da bulmaktayız.

Televizyonun Bize Ettikleri

Gazete başta olmak üzere iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte bunların toplum üzerindeki etkileri sorusu iletişim araştırmalarında hakim soru haline gelmiştir. Bu durumun mantıklı gerekçeleri bulunmaktadır kuşkusuz. Kısa bir zaman dilimi içinde, hatta bazı araçlarda aynı anda, çok sayıda insana belli bir mesajın iletilme olanağı, iletişim teknolojilerinin toplum üzerindeki etkisine ilişkin iddiaları tek başına, yani diğer değişkenleri devreye sokmaksızın bile, geçerli gösterebilir. Bunun yanı sıra, genel olarak teknoloji (ve bilim) ile toplum arasındaki ilişkiye dair genel geçer görüşler ve inançlar bu geçerliliği daha da pekiştirmektedirler. Yeni teknolojilerin toplum üzerinde dönüştürücü ve çoğu kez de olumsuz etkilerinin çok sayıda bilimkurgu yapıtına konu olduğu, bu yapıtların popülerliği de düşünüldüğünde, iletişim alanındaki teknolojik gelişmelere ve bunların yaygınlaşmasına ilişkin akademik araştırmaların öncelikle “etki” sorunsalı çerçevesinde kurulması gayet doğal görünmektedir. Ama dolaylı olarak bu kurguyu hiç de doğal görmediklerini ifade edenler de vardır.

Burada, sözü bıraktığımız yere yeniden döneceğimizi belirterek bir parantez açalım ve konuya da uygun olarak sanki ışık hızıyla gazetenin yaygınlaşma dönemlerinden sanal gerçekliğin ve siberuzayın tartışıldığı günümüze sıçrayalım. Lambert Gardiner bu doğallığı sözüyle değil ama ima ettikleriyle üstü örtük biçimde sorgulayan araştırmacılarından biridir. Gerçi televizyona atfedilen devasa “etkileme gücü”ne ilişkin tartışmalar Gardiner’i ilgilendirmez ama onun iddiaları bu doğallık görünümünü en azından bizim sorgulamamıza olanak vermektedir. Bu nedenle burada Gardiner’in günümüzde iletişim çalışmalarına sanal gerçeklik ve siberuzay kavramlarının dayattığı sorunları tartıştığı çalışmasından söz etmek yararlı olabilir (Gardiner, 1993).

Gardiner yazısında bir çok ayrımlar yapıyor. Bunlar arasında teknoloji ürküsü veya korkusu (*technophobia*) ile teknoloji severlik (*technophilia*) arasındaki ayrım önemli. Gerçekte teknoloji ürküsü, teknoloji severliğe oranla çok daha yaygın bir duygu. Bu sadece halk arasında değil, iletişim konusu üzerinde düşünsel etkinliklerini odaklayanlar arasında da böyle. Bu anlamda “ürkü” ile “etkiler” arasında bir ilişkinin varlığı kolaylıkla yoksanası, göz ardı edilesi değildir.

Yeniden sözü kestiğimiz yere dönecek olursak, diyeceklerimize akademik çalışmaların “etki” sorunsalından kurulmasının kendi başına bir sorun olmadığını, buna karşılık uzantılarının sorun yarattığını söyleyerek devam edelim. Çünkü bu sorunsalın dar tanımı -ki özellikle toplumsal diğer değişkenlerin dışlanmasıyla karakterize olan bir tanımdır bu- tek yönlü ve düzayak bir çizgisel ilişkiyi öngörür, araştırmalar da bu ilişkinin geçerliliğini onaylayan birer araç haline gelirler. Sonuç ister istemez teknoloji-toplum ilişkisinin karmaşıklığını iyice yalınlaştırıp tek yönlülüğe indirgemek olur. Bu tek-yönlü ilişki, teknolojinin olanak ve sınırlarıyla toplumsal formasyonun olanak ve sınırları arasında sıkı ve tarihsel bir bağlantının varlığı ve bu bağlantının başat teriminin teknoloji olması şeklinde tanımlanabilir. Ama bu ilişkide teknoloji başat unsur olsa da olmasa da, en azından bugün televizyon dünyasına baktığımızda teknolojik gelişmeler nedeniyle televizyon dünyasındaki ilişkiler, yapılaşmalar ve nitelikler bakımından geleceğe yönelik bir belirsizliğin var olduğunu da yadsıyamayız.

Televizyon Endüstrisindeki Değişmeler

Teknolojik gelişmelerle bağlantılı olarak geleceğe yönelik bu belirsizliklerin yanı sıra, televizyon endüstrisinin yapısında Türkiye’de de yavaş yavaş hissetmeye başladığımız bazı değişikliklerin altını çizmemiz gerekiyor. Televizyon endüstrisi, bir anlamda yüzyılın başlarında endüstriyel üretime hakim olan taylorizm ve fordizm kavrayışına benzer biçimde, genel tüketiciyi hedef alan bir

kitlesel üretim ve tüketim bağlamında düzenlenmişti. Şebeke televizyonu olarak adlandırılan bu sistemde, ulusal sınırlar içinde birkaç televizyon kanalının birbirleriyle rekabeti söz konusuydu. Bu yapı olabildiğince çok sayıda izleyiciye ulaşabilmek ve onları cezbedebilmek için kendine özgü yayın stratejileri ve kavramları geliştirmişti. Burada hedef olarak alınan izleyici kavramı, ABD gibi tecimsel sistemlerin hakim olduğu yerlerde ailelerde tüketim kararlarını etkileyebilecek ve belirleyebilecek tüm yaş gruplarını tanımlarken, İngiltere gibi kamusal yayıncılık geleneğinin nitelediği ülkelerde televizyon kullanım çağındaki tüm yurttaşları içeriyordu.

Böylesi farklı demografik grupları kavramaya yönelik bir yayıncılık anlayışı, program planlamasında “ana yayın kuşağı (*prime-time*)”, “asgari kabul edilebilir program” gibi kavramların gelişmesine yol açtı. Tecimsel sistemlerde, yapım maliyeti ve saygınlık bakımından en önde gelen yapımlar, tüm aile bireylerinin televizyon izleyebilme olanağına sahip oldukları saatlerde gösterime sokuluyordu. Akşam 19.00 ile 22.00 veya 23.00 arasındaki zaman dilimi kapsayan “prime-time” tüm şebekelerin aynı zamanda en değerli yayın saatlerini de dile getiriyordu. “Prime-time”ın değeri izleyici sayısının gün boyunca en üst düzeye ulaşması, dolayısıyla reklamcılara satılan reklam aralarının fiyatının da günün diğer saatlerine oranla yüksek olmasından kaynaklanıyordu. Kamusal televizyonculukta da “prime-time” önem taşıyordu, çünkü bu zaman diliminde kamusal televizyon şebekeleri toplumda en çok sayıda izleyiciye ulaşabiliyorlar ve varlık nedenlerine uygun olarak en etkili mesajlarını içeren programlarını bu saatler arasında yayınlıyorlardı.

Toplumun tüm kesimlerini hedef alan bir yayıncılık anlayışı program stratejilerini de buna göre geliştirmek durumundaydı. Bu program stratejisi birden çok sayıda televizyon kanalının (veya şebekesinin) bulunduğu ülkelerde bile, format ve içerik bakımından benzerlik, giderek tekbiçimlilik eğilimine yol açtı. “Prime-time”, haberlerin yanı sıra, çok izlenen yarışma, eğlence ve özellikle dizi veya tek bölümlük televizyon filmlerinin gösterime sokulduğu bir zaman dilimine dönüştü. Bir şebekenin yayınladığı bir televizyon dizisi “izleyiciölçer”lerin (*peoplemeter*) hesaplarına göre başarılı olduğunda, bir başka şebeke bu dizinin benzerini gerçekleştirebilir ve aynı yayın zamanında “özgün”e rakip olarak gösterime sokuyordu. Böylelikle şebekelerin birbirleriyle rekabeti, ürünlerinin birbirine giderek daha benzer hale gelmesine neden oldu. Bu anlamda aslında ürün çeşitliliğine yol açması beklenen kanal çeşitliliği yayın bakımından tekbiçimliliğe yol açmıştı.

Yeni (ama kuşkusuz günümüzde artık yeni olarak niteleyemeyeceğimiz) yayın teknolojileri yukarıda kabaca tanımladığımız “genel yayıncılık” (*broadcasting*) sistemini büyük ölçüde değiştirecek bir etki yarattı. Bu yeni teknolojiler arasında en önemlileri evlerdeki izleyiciler için yayınlanan programları kaydedip saklamalarına ve daha sonra izlemelerine olanak veren VCR (video teyp) ve özellikle de kablolu yayındır.

Değişen İzlerkitle

Video teypler izleyicilerin televizyon zamanını manipüle etmelerini (ki buna video teyplerin “zaman kaydırma” işlevi denmektedir) sağlarken, kablolu yayın, daha önceleri havadan yayının kısıtlamaları nedeniyle sınırlı olan kanal sayısını büyük ölçüde artırma olanağı sağladı. Yapılan hesaplar, Amerika Birleşik Devletleri’nde, 1980 ile 1990 arasında, genel yayın yapan üç televizyon şebekesinin “prime-time” payının yirmi beş puan düştüğünü göstermektedir. Kablo şebekesi yaygınlaştıkça ve kabloya giren kanalların sayısı arttıkça bu düşüş de devam etmektedir. Kablo televizyonu “dar yayıncılığın” (*narrowcasting*) gelişmesine olanak verdi. Kabloda, her türlü ilgilenime yanıt verecek şekilde ilgi alanlarına ayrılmış kanalların bulunması ve bu kanalların günün yirmi dört saati, spor, haber, müzik, film, belgesel vb. yayını yapmaları, izlerkitlelerin ilgi alanlarına göre parçalanmasına, bölünmesine yol açtı. Böylelikle “kitlesel” izleyicilere yönelik genel yayından, giderek bölünen izleyici pazarına yönelik dar yayına bir geçiş yaşandı.

İzlerkitlenin bölünmesinin sonuçları, seyir seçeneklerinin bollaşmasını, tecimselleşme düzeyinin

artışını, daha fazla kanal seçme kapasitesini, önceden planlanmamış şekilde televizyon izlenmesini, tek başına televizyon izleme deneyiminin artışını ve ortalama izlerlikle sayısında azalmaları içermektedir. Elbette bu gelişmeler televizyonların elde ettiği reklam gelirlerinin sulaması gibi televizyon endüstrisi için olumsuz bir etkiye de yol açıyordu.

Kimi araştırmacılara göre bu gelişmelerin olumsuz etkileri sadece televizyon endüstrisi üzerinde değil, toplum ve kültür üzerinde de görülmektedir. Böylelikle, izlerkitlenin parçalanmasının özellikle Amerika Birleşik Devletleri gibi şebeke televizyonunun “ortak (*mainstream*)” kültürün oluşturucaı unsurı olduğu ülkelerde, bu ortak kültürel zeminin parçalanması anlamına gelebileceğı yönünde kaygılar da dile getirilmektedir. Ama bu kaygıların yersiz olduğu görüşünü savunanlar da bulunmaktadır. Örneğın Russell Neuman (1991) izleyicinin parçalanması görüşünün fazla abartıldığını belirterek, bu olgunun ortak bir Amerikan kültürünün yitirilmesine neden olamayacağını öne sürmektedir. Neuman şebekelerin ortadan kalkacağına da inanmadığı gibi, kültür endüstrilerinin izlerkitleden pay kapmak için savaşım vereceklerini ve bunu yaparken de birbirlerinin geleneksel bölgelerine girecekleri iddia etmektedir. Kısaca Neuman’a göre tüm bu gelişmelere karşın durum eski tas, eski hamamdır ve böyle olmayı da sürdürecektir.

Neuman kadar iyimser olmasak dahi, izlerkitlenin parçalanması sonucu televizyon şebekelerinin izleyici payındaki düşme devam etse de, bunların hala görece büyük sayıda izlerkitleye ulaşmayı sürdürebileceklerini, hiç değilse gelecek bir veya iki onyıa için geçerli olmak üzere söyleyebiliriz. Çünkü bunlar özel ilgi kanalların yapamadıklarını yapmakta, yani izlerkitmelere cazip gelen temel yayın hizmetlerini tüm çeşitliliğı içinde sunmaktadır.

Ne var ki bu gelişmelere karşın toplumların ve insanların televizyonla olan ilişkilerine dair hala eski çözümleme yaklaşımlarının bu alanda yapılan araştırmalara ve değerlendirmelere hakim olması, üzerinde durulması gereken gerçekten ilginç bir çelişki gibi görünüyor. Bu çelişkinin bir nedeni belki, tanınmış iletişim bilimcisi Marshall McLuhan’ın belirtmiş olduğu gibi, insanların dünyaya hep dikiz aynasından bakıyor olmalarıdır. Çoğu insan hala dünyalarının dikiz aynasındaki görünümüne takılıp kalmıştır. Herhangi bir ortamın, daha yeniyken görülebilir olmaması nedeniyle insan ancak bu yeni ortamı önceleyen, bu yeni ortam tarafından yerinden edildiğinde tam olarak görünür hale gelen ortamın ayırımında olabilmektedir. Böylelikle dünyayı görüşümüzde hep bir adım gerideyizdir.

McLuhan, elektronik yazılım çağına girdiğimizi, enformasyonun anında hareketlerinin tam ortasında bulunduğumuzu, buna karşın hala mekanik donanım çağında yaşadığımıza inandığımızı öne sürer. Aslında bu durumun benzeri daha önceleri de yaşanmıştır. Mekanik çağının doruğunda insan “pastoral” değerlerin arayışı içinde daha önceki yüzyıllara çevirmiştir bakışını ve görüşü bu geçmişle sınırlıdır. Ne var ki, McLuhan’ın bizi uyardığı gibi, geçmişte medyanın etkileri daha yavaş biçimde deneyimlenmekteydi ve bu ortamın bireyle toplum üzerindeki etkisi bir ölçüde daha hafif hasarla atlatılabiliyordu. Oysa bugün, elektronik anında-iletişim çağında varlığımızı sürdürmemiz ve en azından rahatımız ve mutluluğumuz yeni ortamımızın özyapısını, özneteliğini anlamaıza bağlıdır. Çünkü önceki ortam değişikliklerinden farklı olarak elektronik medya tümcul ve neredeyse anında bir kültür, değerler ve tutumlar dönüşümüne yol açmaktadır. Bu keskin dönüşümler büyük acılara ve kimlik yitimlerine neden olabilir.

Tüm bu olumsuzlukların şiddeti ancak bu ortamın dinamiklerinin ayırımında olunduğı takdirde hafifletilebilir. Eğer yeni iletişim araçlarının neden oldukları devrimci dönüşümleri anlarsak onları öngörebilir ve denetleyebiliriz, aksi takdirde onların köleleri oluruz. McLuhan’ın görüşüne göre bunu yapabilme olanağına sahibiz. Çünkü günümüzün müthiş hızlanmış enformasyon hareketi bizi biçimlendiren ortamsal güçleri kavrama, öngörme ve etkileme -böylelikle kendi yazgımızın denetimini ele geçirme- şansını bize vermektedir.

McLuhan'ın bu saptamalarına ne kadar katılsak da, bugünü kavramanın, geçmişe ilişkin bilgi birikimini gerektirdiğini, bir anlamda McLuhan'ın çözümlemesinde geçmiş, bugün ve gelecek ayrımının fazlasıyla modernist terimlerle yapılmış olduğunu (teknoloji ve dolayısıyla teknolojik ussalık dolayımıyla yapılmış olduğunu), dolayısıyla geçmişe ilişkin daha kapsamlı ve karmaşık özellikteki siyasal, kültürel ve endüstriyel çözümlemelerin de, bugünü ve yarını kavramamız için gerekliliğini özellikle vurgulamamız gerekiyor.

Kitabın Sistematigi

Bu çalışma üç bölümde oluşuyor. Bu bölümleme genellikle iletişim araçlarının incelenmesindeki usule uygun bir yol izliyor. İletişim araçlarına ilişkin çalışmalar, iletişim sürecinin kabaca kaynak, mesaj ve alıcı şeklindeki üçlü ayrımı göz önüne alınarak düzenlenir. Elbette burada hemen bu ayrımın çözümleme amacıyla yapıldığını hemen anımsatmak durumundayız. Çünkü örneğin televizyon endüstrisi dediğimiz zaman bunun kurumu, idaresi, kaynakları, teknolojisi, izleyicileri ve programlarıyla bir bütün olduğu kuşkusuzdur. Bu çalışmada da bu düzen izlendi, ama farklı bir sıralamayla. Ünlü Fransız film yönetmeni Jean Luc Godard'ın kendisine yöneltilen ve bir filmin öyküsünün “giriş, gelişme ve sonuç” kalıbını izlemesi gerektiği iddiasına verdiği cevap gibi, “evet ama sıranın bu şekilde olması gerekmez” diyerek, bu ayrımlamada ikinci sırayı alıcılara, yani izleyicilere verdik. Bunun nedeni bu kitabın, benzer diğer çalışmalardan farklı, özgün bir yanının hiç değilse bu sıralama olması düşüncesi değildi. Bu nedeni aşağıda açıklayacağız.

Birinci bölümde, Türkiye’de ve dünyada televizyon konusu, tarihsel bir bağlama oturtulmasına özen gösterilerek ele alındı. Bu tarihsel bağlam, sıkı sıkıya bir kronoloji gözetilerek kurulmadı. Üstelik bu kurguda zaman zaman kendimi de konuşturdum, yani kurguyu zaman zaman kişiselleştirdim. Bunun nedeni, TRT’nin televizyon yayınlarına başladığı yıllarda televizyonda çalışmaya başlamış olmam, yani Türkiye’nin ilk (değilse de ikinci kuşak) televizyoncuları arasında bulunmam hasebiyle Türkiye’deki televizyonculuk tarihinin aynı zamanda benim kişisel tarihimin de bir parçasını, hem de önemli bir parçasını oluşturmaları. Dolayısıyla Türkiye’deki televizyonun tarihine değinirken, ister istemez kendi öznel tarihim de konuya müdahale etti. Televizyonun özellikle üretim alanının benim kişisel tarihimin bir parçası olması böyle bir müdahaleyi bana göre meşru kıyor.

Kuşkusuz bu müdahalelerin sonucunda ortaya çıkacak olan benim kendi tarih yazımdır, elbette ki başkaları da aynı tarihi başka türlü yazabilir. Örneğin TRT’de başarılı işler yapmış, çalışkan bir yapımcı iken, özel televizyon kanalları kurulunca ve bu kanallardan birine geçince TRT’yi acımasızca eleştiren ve TRT’den ayrılmasının nedenini özel televizyon kanallarının maddi cazibesinden çok, TRT’nin baskıcılığı ve sınırlayıcılığı nedeniyle iticiliğine bağlayan eskinin kamu, bugünün tecimsel bir televizyoncusu herhalde bu tarihi başka türlü yazacaktır. Ya da televizyonculuğa yeni başlamış birinin yaşamadığı tarihe ilişkin yazımı da farklı olacaktır. Nihayet Türkiye’de televizyonun serüvenini ekranın karşısında yaşamış olan izleyicilerin her biri bu tarihi büyük olasılıkla farklı bir şekilde yazacaktır.

Özetle, dediğim gibi bu benim tarihim ve bu nedenle elbette öznel olacaktır. Ama zaten öznellik konuya, olaya, her neye bakarsak bakalım her zaman işbaşındadır. Bilim ya da gazetecilik gibi kisvellerle gizlenmeye ne kadar çalışılırsa çalışılsın, düşünce üretimi her zaman belli bir öznellik payı taşır. Ayrıca ben ölçülü ama hiç de gizlenmeyen bir öznelliğin tüm bu tür pratiklere zenginlik kattığım düşünüyorum. Üstelik bu düşüncem *idiosyncratic*, yani şahsa özgü falan da değil. Tam tersine bu düşünce bilim pratiği içindeki pek çok kişi tarafından da paylaşılıyor.

Çalışmanın birinci bölümünde televizyon yayıncılığının Türkiye’de ve dünyadaki gelişmesi, “kamu yayıncılığı”, “enformasyon devrimi”, “küreselleşme” gibi kavramlar ve yönsemeler üzerine kuramsal tartışmalara özel bir ağırlık verilmek suretiyle anlatıldı. Türkiye’de bugünkü televizyon

yayıncılığı rejimi endüstri ve içerik ile ilgili verilerin yanı sıra genel olarak toplumdaki kültürel, ideolojik ve politik uzantıları çerçevesinde çözümlenmeye çalışıldı.

Kitabın ikinci bölümü, izleyici sorununu ele alıyor. Televizyonu niçin ve nasıl izlediğimizi sorgulayan ve bu soru çerçevesinde geliştirilmiş olan kuramsal çalışmalar ve araştırmaların ele alındığı bu bölümün, televizyonun içeriğiyle ilgili bölümden önce gelmesinin nedeni, bir anlamda hem endüstri bakımından, hem de akademik televizyon çalışmaları bakımından izleyici kategorisinin televizyonla iletişimin diğer kategorilerine göre çok daha önemli görülür hale gelmesidir.

İkinci bölümde ayrıca televizyon-çocuk ilişkisine epey ayrıntılı ve kapsamlı bir yer verildi. Bu ilişkiye özel bir önem vermemizin iki nedeni var. İlk olarak, televizyon endüstrisine ilişkin düzenlemelerde, politika üretmede çocukların televizyonla olan ilişkilerine dair düşünceler, varsayımlar ve araştırma verileri çok önemli bir rol oynuyor. Dolayısıyla konuyla ilgili yaklaşımların, kimi araştırma verilerinin sergilenmesi, belli kalıplaşmış düşünce ve iddiaların sorgulanması, çürütülmesi ya da desteklenmesi bu çerçevede bize göre de gerekli. İkincisi ise, özellikle anababaların ve yetişkinlerin bu ilişkideki kaygılarının ölçüsünü göz önüne aldığımızda, konunun bu kaygıları bilimsel olarak temellendirecek ya da sorgulayacak biçimde ele alınması hem gerekli, hem de meşru görünüyor. Çünkü anababaların ve yetişkinlerin çocukların televizyonla ilişkilerini iyice kemikleşmiş varsayım ve iddialarla düşünmeye devam etmeleri, sorunun karmaşıklığını dolayısıyla çözüm arayışlarının çok boyutlu olması gereğini giderek unutturmaktadır. Bu ilişkiye kitabın genel yapısı içinde bir ölçüde oransız büyüklükte yer ayırmamız “unutulan”ı “anımsatma” isteğinden kaynaklanmaktadır.

Kitabın son bölümü televizyonun içeriğine ilişkindir. Bu bölümün televizyon içeriğine ilişkin çoğu çalışmanın izlediği “tür çözümlemesi” ile sınırlı olmamasına çalıştık. Bu nedenle üçüncü bölüm, daha çok televizyonun asıl içeriğinin bir üst-tür (*mega-genre*) olarak bizzat “televizyon” olduğu varsayımıyla oluşturuldu.

Dışlananlar

Genellikle kitapların giriş bölümlerinde yapılan çalışmanın sınırlılıklarından da söz edilir. Bu sınırlılıklar gündelik dille söylenecek olursa, çalışmanın dışarıda bıraktıklarını dile getirir. Kuşkusuz bu çalışmada da televizyon üzerine yapılan tüm çalışmaları, iddiaları, varsayımları, kuramsal yaklaşımları kapsama iddiasında olamayız. Bu tür bir sınırlama ayrıca kaçınılmazdır. Çünkü nihayetinde her türlü akademik araştırma bir anlamda, seçme, eleme ve sonunda elde kalanlarla sistemli bir bütünlük oluşturma sürecidir. Bu süreçte esas önemli olan özellik belli bir tutarlığın, sistematüğün sağlanmasıdır.

Ne var ki, bu çalışmada tutarlık ve sistemik olma çabasının sınırlayıcılığını, en azından farklı kuramsal yaklaşımlar ve bunların yönlendirdiği araştırmalar açısından zorlamaya çalıştık. Genellikle iletişim çalışmalarında belli bir kuramsal okulun içinde yer alanlar, diğer okulları kale almama eğilimindedirler. Bu zaman zaman, aynı fenomene ilişkin benzer çözümlemelerde farklı okulların kavramlarını özellikle kullanmama tavrına kadar varan bir eğilimdir. Biz bu çalışmada böyle bir tavır içinde olmamaya özen gösterdik. Çünkü epistemolojik bir seçmecilik (*eclecticism*) tehlikesi taşısa bile televizyona ilişkin hangi okul veya yaklaşım içinden üretilirse üretilsin her tür bilginin ulaşılabilirdiği ve çalışmanın genel sistematüğünde kendisine yer bulabildiği taktirde ufukumuzu genişlettiğini düşünüyoruz.

Ama yine de bu çalışmada bazı şeylerin ihmal edildiğini de belirtmemiz gerekiyor. Televizyonla ilgili kimi önemli kuramsal katkıların dışarıda bırakılmış olmasının yanı sıra, televizyon üzerine diğer çalışmalarda da gördüğümüz bir eksiklik özellikle üzerinde bir iki kelime etmemizi

gerektiriyor. Belki diğer iletişim araçlarından köklü biçimde farklılaşan özellikleri nedeniyle genellikle televizyon üzerine yapılan çalışmalar bu aracı bir genel medya alanının içinde ele almazlar. Yani televizyon çoğunlukla kitap, gazete, dergi, sinema, radyo gibi araçlarla birlikte ortak bir medya dünyası bağlamında incelenmez. Kimi araştırmalarda bu araçların bazılarıyla belli ilişkilendirmeler yapılsa bile televizyon esas olarak medya ortamından bağımsız biçimde irdelenir. Bunun bir nedeni de, olasılıkla genel medya ortamını kuşatan bir kuramsal yapının geliştirilmemiş olmasıdır. Bu sorun bu çalışmada da varlığını sürdürüyor. Ama bu çalışmanın böylesi bir kuram geliştirme amacıyla gerçekleştirilmemiş olması bizce belli ölçüde bu ihmalin özrü olarak kabul edilmelidir. Yine de, genel medya ortamını kavrayacak kuram geliştirme taleplerinin ve beklentilerinin (ve kuşkusuz ki “umudunun”) hala varlığını sürdürdüğünü anımsatmakta yarar olduğunu düşünüyoruz.

Birinci Bölüm

Türkiye’de ve dünyada televizyon

Bugünü anlamak mutlaka tarihi anlamayı gerektirir. Çünkü tarihsiz bir bugün, geçmiş, şu anı ve geleceği aynı anda kuşatan bir mitolojiden başka bir şey değildir. Mitoloji ise insanlara yaşamlarında karşılaştıkları sorunlara yol gösterici, gündelik hayatlarını düzenlemeye yardımcı, hatta varoluşlarını anlamlandırıcı hikayeler sunsa da, bunlar çözümleyici, kavrayıcı ve eleştireci bir düşüncenin oluşturuçı unsurları değil, sadece inceleme konusu olabilirler. Dolayısıyla Türkiye’de ve dünyada televizyonun bugünkü halini anlamak için tarihin içinde bir gezinti yapmak, yanı sıra, çözümleyici kavramları, yaklaşımları ve kuramları tartışmak, bu çerçevede gerçekleştirilmiş olabildiğince yeni araştırma verilerini değerlendirmek gerekir.

Bu bölümde Türkiye’de ve dünyada televizyonu belirttiğimiz çerçevede incelemeye çalışırken tarihsel perspektifi her zaman gündemde tutmakla birlikte, televizyona ilişkin tartışmalar, yaklaşımlar ve kavramlar da, “küreselleşme”den, “teknolojik belirlenimciliğe”, “enformasyon toplumu ve enformasyon devrimi”nden “küresel televizyon”a, “yayın sistemleri”nden, “kamusal ve tecimsel yayıncılığa” kadar ele alınacak ve televizyonun bugününe ilişkin değerlendirmeler bu tartışma zeminine oturtulmaya çalışılacaktır. Kuşkusuz her değerlendirme ve çözümleme girişimi, hem kendi dayandığı düşünsel temellerin, hem metnin sistematığı ve kurgusunun, hem de metnin kullandığı alanın dayattığı bir zorunlu “seçme” işlemi nedeniyle bazı kavramları ve yaklaşımları öne çıkarırken, bazılarını göz ardı etme, önemsizleştirme durumundadır. Bu nedenle burada geliştirilen çerçeve içinde, kendileri için önemli olan kavram, kuram ve tartışmaları bulamayanlar, bu eksikliği, ya başka çalışmalardan gidermeye, ya da kendi katkılarıyla çalışmalar üreterek kapatmaya çalışmalıdırlar.

a. TÜRKİYE’DE TELEVİZYONUN KÖKENLERİ

Türkiye’de televizyonculuğun tarihi (eğitim amacıyla İstanbul’da İstanbul Teknik Üniversitesi’nin yaptığı düzensiz yayınlar sayılmazsa) herkesin bildiği gibi Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’yla başlar. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, ya da daha bilinen kısa şekliyle TRT kurulduğu 1 Mayıs 1964 tarihinden bu yana, daha doğrusu hukuken 1994, fiilen de 1990 yılına kadar, önce radyo, daha sonra televizyon yayınlarını tekelinde yürüten bir kamu kuruluşuydu. Bu yayın kuruluşu 1960 devriminden sonra devrim anayasası uyarınca oluşturulan özerk birkaç kurumdan biriydi. Ancak anayasa ve anayasa uyarınca yürürlüğe girmiş olan TRT yasasına karşın, Türkiye’de galiba özerk yayıncılık anlayışına uygun bir ortam yoktu. Çünkü TRT daha kurulduğu günden başlayarak toplumda en çok tartışılan kurumlardan biri oldu. Tartışmaların büyük bölümü ise “özerklik” kavramı üzerinde odaklanıyordu.

Özellikle politik arenada çok şiddetli eleştiri ve tartışmalara konu olan TRT hakkında söylenen tüm sözler bugün gök kubbe dünyanın ve insanlığın varolduğundan bu yana birikmiş olan tüm sesler arasında kaybolup gitmiş durumda. Ancak dönemin gazetelerini karıştıranlar bu tartışmaların izlerini sürebilirler. Bugün bu tartışmalardan biri, yaşı uygun olanların anımsayacakları “Tırt” sözcüğü dışında, belleklerde pek bir iz kalmadı. TRT’nin öyle kendine göre ve aşağılama, eleştirme

amacıyla okunmasından oluşan bu sözcük o dönemde öylesine popüler olmuştu ki, zamanın küçük partilerinden birinin genel başkanı olup, her iki cümlesinden birine “Tırt” diye başlayıp, TRT’ye veryansın eden ve bu sözcüğün mucidi olan Osman Bölükbaşı “Tırt Osman” diye anılmaya başlanmıştı.

Osman Bölükbaşı, Demokrat Parti iktidarı sırasında bu partinin kendisine oy vermediği için ilçe haline getirdiği Kırşehir’in yerel muhalefetini ulusal bir parti halinde örgütleyerek çok sıkı bir muhalefet söylemi geliştirmiş bir yerel-ulusal politikacıydı. Siyasal meydan toplantılarında tüm diğer parti liderleri arasında en kalabalık dinleyici kitlesini toplamakla haklı olarak övünür ancak kendisini coşkuyla alkışlayan, söylediklerini, eleştirilerini onaylayan bu kalabalığın seçim sandığında kendisine niye oy vermediğini de merak ederdi. Söyledikleri, eleştirileri bu kalabalıkların oy verdiği partilere ve liderlere yönelikti. Kalabalıklar da onun tüm bu söylediklerini alkışlarıyla onaylar, liderlere yönelik kimi zaman güldürücü olan eleştirilerine kahkahayla gülerken veya alkışlayarak katılırlar, ama sıra oy vermeye gelince yeniden kendi partilerine, Bölükbaşı’nın yerden yere vurduğu liderlerine teveccüh gösterirlerdi. Bölükbaşı, meydanlarda kendisini dinlemek için toplananların partisine oy vermeleri halinde iktidara bile gelebileceğini ama nedense sıra oy vermeye gelince bunların kendisine oy vermemelerinin nedenini anlayamadığını söylerdi.

“Tırt” Osman’ın siyasal parti lideri olarak yaşadığı bu anlaşılabilir durumun aslında lider mitosunun böylesine güçlü olduğu, “ana”lı, “baba”lı siyasetin hakim olduğu bir toplumdaki psikopatolojik bir problemin göstergesi olduğunu söyleyebiliriz. Ama bizim konumuz bu psikopatolojiyi çözümlenmeye girişmek değil. Sadece Osman Bölükbaşı’nın meydanlarda saatlerce süren nutuklarını TRT ekranlarında kendisine yeterince süre verilmediğinden gerçekleştiremediği için, en şiddetli TRT eleştiricilerinden biri olduğunu belirtmek istedik. Zaten TRT radyo ve televizyonun o dönemlerde (günümüzde de) en çok eleştirilen yanı, “niye eleştiriliyorum”dan, ya da niye “yaptığım olumlu işler gösterilmiyor”dan çok “niye ekranda gösterilmiyorum, gösteriliyorsam da niye az gösteriliyorum” sorusundan ve mikrofonlarla ekranda yeterince (politik şahsiyetlerimizin diliyle hak ettiğince) yer alamadıkları düşüncesinin yarattığı güvensizlikten kaynaklanıyordu. Özetle iktidarı yönetimine ve içeriğine istediği ölçüde hakim olamadığı için, kimi muhalefetin de mikrofon ve ekranı meydanlardaki gibi kullanmadığı için özerk TRT en çok eleştirilen kurumlardan biri olmuştur.

Özerkliğin Bedeli ve Tarafsız Yayıncılık

TRT’nin özerklik yıllarında başına gelenler şüphesiz sadece kendisine yönelik eleştirilerin şiddetiyle sınırlı kalmadı. Bunun yanı sıra hükümetin çeşitli baskılarıyla da karşılaştı. TRT’nin diğer özerk olmayan kurumlara olan yazışmaları sorun yaratıyordu, zira siyasal iktidar bu kurumu, yani TRT’yi “ne edeceğine, nereye koyacağını” bilemiyordu. TRT “devlet içinde devlet miydi” yoksa “devlet aygıtının dışında mıydı”? Her ne olursa olsun, siyasal iktidar hem kamu kurumu olup, hem de iktidarın dışında bir yerlerde duran bu acuze kurumdan hiç haz etmiyordu. Kuşkusuz buradaki sorun kaynağı şu malum “özerk” ve “özerklik” kavramlarıydı. Kısacası hükümetler içlerine özerklik kavramını bir türlü sindiremiyorlar. Özetle daha önce de dediğimiz gibi galiba yayın özerkliğine uygun bir ortam yoktu Türkiye’de o zamanlar.

Özerkliğin bedeli olarak başka ne gibi sorunlar yaşadı TRT? Bunları anımsayıp sıralamaya kalktığımızda, özerkliğin bedelinin özerkliğe değip değmeyeceği konusunda bir şey söylemekte gerçekten şöyle bir duraksıyor insan. Devlet bütçesinden ödeneklerin verilmemesi ya da geciktirilmesinden, Maliye Bakanlığı’nın, kurumun tek ciddi geliri olan ruhsatıyelere el koymalara kalkmasına, kadro tahsislerinin engellenmesine, kadrolara yapılacak atamaların geciktirilmesine kadar bin bir engelle mücadele etmek zorundaydı TRT.

TRT 1971 yılında, 12 Mart örtük askeri müdahalesinin ardından, 20 Eylül 1971’de anayasanın

121.nci maddesinin değiştirilmesi sonucu özerkliğini yitirdi. Bu arada siyasal düzenin her kesintiye uğramasında adet halini alacak olan bir uygulamayla, TRT’de çalışan çok sayıdaki yapımcı, yönetmen ve radyocunun da işine son verildi.

TRT özerkliğini yitirmişti ama karşılığında özerkliğin bedeli için ödediği diyetten kurtuldu. Kadro sıkıntısı kalmadı, ruhsatiye bedellerini rahatça toplar hale geldi. Bir süre sonra televizyona da reklam almaya başlayarak paraya para dememeye başladı. TRT ve siyasal cemaat “özerklik” derdinden kurtulmuştu ama anayasanın amir hükmü olan “tarafsızlık” meselesi hala varlığını sürdürüyordu. Tarafsızlık konusu gerçekten TRT için bir mesele haline geldi. Çünkü Mümtaz Soysal’ın, “100 Soruda Anayasa” adlı elkitabında açıkça belirtmiş olduğu gibi “özerklik”le desteklenmeyen bir “tarafsızlık” kanatları koparılmış bir kuşa benziyordu. Kanatları olmayan bir kuşa uçuşu nasıl öğretilirdi? Yani “özerkliği” olmayan bir yayın kuruluşuna “tarafsız” olması nasıl öğretilirdi veya bu yayın kuruluşu nasıl tarafsız olabilirdi?

Bu çözümsüz görünen soruna alelacele bir çözüm arandı ve bulundu. Haberlerde tüm (daha doğrusu parlamentoda grubu bulunan tüm) partilere büyüklüklerine oranla belli bir oranda zaman ayrılması şeklindeki bu çözüm, belki Türkiye’de siyasetin yozlaşmasına yönelik en tehlikeli girişimlerden biriydi. Çünkü her parti, haberlerde “tarafsızlık” adına kendilerine ayrılmış olan zaman parçasını kullanmak amacıyla, partisinin muhtelif temsilcilerine olur olmadık demeçler verdimeye başladı. Burada yine demeçlerden çok, partilerin ve partilerdeki gözde olan şahsiyetlerin ekranda arz-ı endam etmesiydi. Böylelikle siyaset giderek içi dolu, anlamlı siyasal iddia ve sözlerden ziyade, ekrana arz-ı endam etme sanatı haline aldı. Politikacılar “TRT gelmeden” (yani TRT’nin televizyon kamerası gelmeden) basın toplantısına başlamaz oldular. Bazıları ise ekranın “show”culuğu kayıran özelliğini erkenden kavrayıp, basın toplantılarında zerzevat, kadayıf gibi aksesuarlarla kamera önüne çıkılar ve “kadayıfın altınını nasıl kızardığını” veya zerzevatın pazardaki fiyatlarının hükümetin yanlış politikaları yüzünden nasıl tavana vurduğunu izleyicilere örnekleriyle gösterdiler. Siyaset TRT’nin tarafsızlığı nedeniyle giderek “show”a dönüşmeye başlamıştı.

Ne var ki, özerklik kavramıyla desteklenmese bile “tarafsızlık” bir yayın kuruluşunun sadece siyasi partiler karşısındaki konumunu tanımlayan bir kavram değildi. Kurumun toplumdaki tüm katmanların, kuruluşların, sivil örgütlenmelerin, cinsiyetlerin, alt-kültür kümelerinin, kısacası tüm farklılıkların karşısındaki konumunu da tanımlıyordu, ya da tanımlaması gerekiyordu. Gerçekte bir kamusal yayın kuruluşunun “tarafsızlığı”nın gerçek miyarı bu olmak gerekirken, Türkiye’de bu anlamdaki gerçek “tarafsızlık” siyasete kurban edildi. Böylelikle TRT’nin “tarafsızlığı” anayasa ve yasa metninde, yani kağıt üzerinde ve haberlerde siyasetçilere ayrılan milimetrik zaman dilimlerinde kaldı.

TRT özerkliğini kaptırdıktan sonra da üzerinde çok konuşulan, eleştirilen bir kurum olmayı sürdürdü. Ama özerklik dönemi ile daha sonraki dönem eleştirileri arasında bir fark vardı. Bu Türkiye siyasi tarihi bakımından da önem taşıyan bir farktı. Çünkü özerklik döneminin özellikle son birkaç yılında TRT büyük ölçüde iktidar tarafından eleştiriliyor (“Tırt” Osman gibi kimi örnekler dışındaki) muhalefet tarafından savunuluyordu. Özerklik sonrası dönemde ise eleştirinin tarafları bizimki gibi ülkelerde rastlanan ve yaşanana uygun bir şekilde normale döndü. Yani bu kez eleştirenler muhalefet, savunular (ya da muhalefetin sesine kulak tıkayarak, dolaylı bir savunma eylemi içine girenler) ise iktidar tarafları oldu. Bu Türkiye’de zaten alışılmış bir siyasal-dil savaşımı olduğu için TRT hep konuşulduğu, eleştirildiği halde kimse bunu yadırgamadı. Nihayetinde siyasi iktidarın elindeki kurumlar üzerinde süregelen tartışmalar zaten bu minval üzereydi ve muhalefet eleştirerek muhalefet görevini, iktidar bildiğini yaparak (ve eleştirilere kulaklarını kapatarak) iktidar görevini yerine getiriyordu.

Genel Müdür Savaşları Dönemi

Ne var ki, TRT'nin özerklik-sonrası dönemi, Avrupa'nın karanlık çağındaki 100 yıl savaşları misali, neredeyse 10 yıl süren “Genel Müdür” savaşlarıyla geçti ve bu savaşların neden olduğu yıkıntılar kurumu iyice sarıstı. 29 Şubat 1972’de, 1568 sayılı yasa ile 359 sayılı TRT yasasında yapılan değişiklikler, TRT Genel Müdürü’nün yetkilerini artırıp, Yönetim Kurulu’nun yetkilerini kısıtlarken, Genel Müdür atamasında da tek seçici olarak siyasal iktidarı görevlendirmişti.

Buraya kadar her şey normaldi ama 1973-1980 arası Türkiye’de siyaset bir türlü istikrarlı bir görünüm sergileyemedi. Sık hükümet değişiklikleri ve siyasal atmosferin giderek kızışması, TRT’nin siyasal iktidarlarca atanmış genel müdürlerinin benzer sıklıkla değişmesine yol açtı. Hangi siyasal heyet veya heyetler iktidara geliyorsa, yaptıkları ilk icraat TRT Genel Müdürü’nü görevden almak ve yenisini atamak oluyordu. Şayet görevden alınan genel müdür bunu içine sindiriyorsa ne ala, sindiremiyorsa işte o zaman idare büyük bir sorunla karşı karşıya kalıyordu. Çünkü görev süresi bitmeden görevinden alınan bir genel müdürün, görevden alınmasını gerektiren haller kapsamına girmeyen sırf siyasal nedenle makamdan fiilen uzaklaştırılması hukukun adil kapısından dönüyor, bu durumda da kurumun bir “fiili”, bir de “hukuki” genel müdürü oluyordu. Tabii tınak içindeki nitelikleri farklı da olsa, bir kurumda iki genel müdür olmayacağına, bir kurum iki genel müdürü kaldıramayacağına göre ortaya bunalımlı bir durum çıkıyor, kurum da bu sürekli bunalımdan zarar görüyordu. Bu zarar kurum çalışanlarının da ister istemez tartışmalara dahil olmaları ve genel müdürler arasında birinin ya da diğerinin taraftarlığını yapmaları sonucu daha da büyüyordu.

Kısaca ne özerk TRT, ne de post-özerk TRT Türkiye’de dönemin siyasal istikrarsızlığı nedeniyle şöyle rahat bir nefes alamadı, gönül rahatlığıyla kamu hizmeti yayıncılığını yapamadı. Oysa kuruluşundan başlayarak TRT personel politikası bakımından, zaman zaman siyasi müdahaleler karşısında birtakım ödünler vermek zorunda kalsa da, çok seçici ve ciddi bir uygulama içine girmiş, kuruma gerçekten çoğu nitelikli elemanlar almıştı. Teknik, program ve haber hizmetlerinde çalışacak olanlar en az iki sınavdan geçerek seçiliyor, daha sonra uzun süreli ve yoğun bir kurs görüyorlardı. TRT bu yönüyle Türkiye’nin öncü ve yenilikçi kamu kurumları arasında başı çekmekteydi. Ne yazık ki, Türkiye’deki harcı alem siyaset TRT’nin bu niteliğini zenginleştirerek geliştirmesi önünde büyük bir engel oluşturmuş ve TRT’nin bir yayın kurumu olarak her bakımdan sıkıntılar içine yuvarlanmasına neden olmuştur.

b. BBC, TRT VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

Özerklik dönemi TRT’si o dönemin dünyadaki kamu yayın kuruluşu idealini temsil eden BBC’yi, yani Britanya Yayın Kurumunu örnek almıştı. Kuruluş ve işleyiş bakımından bir tıpa tıplığı kastetmiyoruz kuşkusuz. Bu yayıncılık ilkeleri, felsefesi bakımından bir örnek almadır. Bu ilkelerin, ve ilkelerin dayandığı felsefenin üzerinde biraz durmakta yarar var. Zira günümüz yayıncılık ortamındaki değişik manzaranın anlaşılmasında, tarihi deşerek yapacağımız bu saptamaların yol gösterici olacağını düşünüyoruz. Ama bu konuya girerken öncelikle kamu hizmeti yayıncılığı, kamu kurumu, kamu yayın kurumu gibi kavramların birbirinin yerine geçer şekilde kullanılmasının yol açtığı muğlaklığın da giderilmesine çalışmak gerekmektedir.

Kamu, Kamu Yararı ve Kamu Hizmeti

Öncelikle kamu kavramının anlamı, yayıncılık kurumları açısından değerlendirildiğinde, mülkiyet ilişkileriyle kısıtlanmaktadır. Yani kamu yayın kuruluşu dendiğinde, mülkiyeti kamuya ait olan kurumlar kastedilmektedir. Kamu yayın kurumunun karşısında ise özel yayın kurumu ya da kuruluşu, yani mülkiyeti özel kişilerin elinde olan yayın kuruluşları bulunmaktadır. Buradaki ayrımın Devlet ve Özel yayın kuruluşları şeklinde yapılması bu konudaki kavram kargaşasını

gidereceği gibi, durumu daha da aslına uygun olarak dile getirecektir. Kuşkusuz bir çok kamu kuruluşunun sermaye yapısı bunlara özel kişilerin de ortak olmasına elvermektedir ama bu tür kurumlarda yönetimin belirlenmesini sağlayacak miktarda sermaye payı genellikle devletin olduğu için bunları devlet yayın kurumları olarak adlandırmak daha doğru olacaktır.

Akılları daha fazla karıştıran bir terim ise “kamu yayıncılığı”dır. Çünkü bu terimin karşılığı olabilecek özel yayıncılık, yayın politikaları ve yayının hedefleri bakımından düşünüldüğünde kamudan ziyade özel kişilere, özel çıkarlara hitap eden bir yayıncılık anlayışım içerimlemekte gibidir. Dolayısıyla kamu yayıncılığının karşıt-terimi tecimsel yayıncılık olarak düşünülmelidir ki, bu da yayıncılığın gelir kaynakları ve parasal hedefler bakımından yapılan bir ayrımdır. Kamu yayıncılığının geliri kamusal kaynaklarla sağlanırken, tecimsel yayıncılıkta yayın saatlerinin satılması karşılığı gelir elde edilir. Ancak bu ayrımın kamu yayıncılığı yerine tecimsel-olmayan yayıncılık teriminin kullanılması daha doğru olur. Çünkü bu ayrımın kastedilen, kar amacı gütmeyen ile kar amaçlı yayıncılık düzenleme ve uygulamaları arasındaki farklılıktır. Böylelikle örneğin bir vakfın kar amacı gütmeyen televizyon yayım yapması durumunda bu etkinliğin “kamu yayıncılığı” olarak adlandırılması gibi bir yanlışlığa düşülmez. Yine örneğin TRT gibi yayın saatlerini gelir elde etme karşılığı reklamcılara satan kamu kuruluşları da “tecimsel yayıncılık” kategorisine girmekten kurtulur.

Esas kavram kargaşası “kamu çıkarı” ve “kamu hizmeti” terimleri söz konusu olduğunda yaşanmaktadır. “Kamu hizmeti” kavramı verilen hizmetin niteliğiyle ilgilidir ve bu hizmeti veren kurum ya da kişilerin mülkiyet yapıları önemli değildir. Örneğin bir kentin özel bir firmaya ihale edilen toplu taşımacılığı, bu hizmetin “kamu hizmeti” niteliğini değiştirmez. Aynı şekilde eğer yayıncılık toplumun bir gereksinimini karşılıyorsa, bu işin özel firmalar ya da kamu firmaları tarafından yapılması, yapılan işin “kamu hizmeti” olma niteliğini ortadan kaldırmaz. Ne var ki “kamu hizmeti” kavramının yayıncılıkta farklı bir anlamı vardır ve “kamu hizmeti yayıncılığı” topluma yönelik diğer hizmetlerden farklı birtakım ilkelerle tanımlanmaktadır. Bu ilkeleri ve “kamu hizmeti yayıncılığı” kavramını, bu kavramı geliştiren kurum olan BBC’yi incelerken tartışacağız.

“Kamu çıkarı” ise bir yanıyla çok düzayak, diğer yanıyla da hayli ideolojik tınılar yüklü bir kavramdır. Örneğin toplumun ortak olarak yararlanacağı, yani toplumdaki herkesin erişebiliyor kullanabileceği (en azından potansiyeli olan) mekanlar yaratmak “kamu yararı”na, dolayısıyla da “kamunun çıkarı”na bir iştir. Kavramın bu kullanımında herhangi bir sorun yoktur. Ancak fikirleri, düşünceleri, inançları da “kamu çıkarı” kavramına dayalı ölçütlerle etiketlemek ziyadesiyle ideolojik bir edimdir ve burada bu kavram, belli ideolojilerin meşruiyeti için kullanılmaktadır. Zira aynı kavram bir başka zaman ve mekanda, bugün geçerli olan ideolojilerin tam tersi olanları meşrulaştırmakta kullanılabilir. Bu nedenle, ideoloji yüklü bu terimi kullanmaktan kaçınacağız ve bu çalışmada kamu yayıncılığı terimini “devlet”in mülkiyetinde, tecimsel olmayan yayın kuruluşların ifade etmekte kullanacağız. Kamu yayıncılığı hiç değilse “demokratik” ülkelerde, BBC’nin geliştirdiği “kamu hizmeti yayıncılığı” ilkelerini esas aldığı için, kamu yayıncılığı derken aynı zamanda bu ilkelerin benimsenmişliğini de kastedeceğiz.

BBC ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı

Bu kavramsal tartışmaları zihnimizin bir köşesinde tutmak kaydıyla, “kamu hizmeti yayıncılığı” teriminin içeriğini ve bizzat kendisini BBC’nin geliştirmiş olduğunu, tartıştığımız kavramların kimi içerimleriyle birlikte, bu terimin bambaşka bir anlayışı ifade ettiğini belirterek, şimdi bu anlayışı ve bu anlayış çerçevesinde geliştirilen ilkeleri BBC’nin tarihsel oluşum sürecine ve bu süreçteki etmenlere de değinmek suretiyle ele alalım.

BBC’nin yayıncılık anlayışı kamu hizmeti idealiyle şekillenmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı özette “kamusal meşruiyetini hem mevcut siyasal iktidardan, hem de tecimsel çıkarlardan bağımsız

yayın politikası sürdürmekten alan, eğitimden bilgiye ve eğlenceye çok geniş türde en üst kalitede programların en geniş coğrafi yayılımı kapsayacak ve olası en geniş izlerkitleye ulaşacak şekilde yayınlanması” olarak tanımlanabilir (Teer-Tomaselli, 1998). Kamu yayıncılığı yayın tayfının (yani yayın sinyallerini taşıyan hava dalgalarının) sınırlı olduğu ve ulusa ait olduğu anlayışından temellenmektedir öncelikle. Yine bu anlayışa göre, siyasal iktidar ulus-devletin koruyucusu olarak işlev görse de, yayıncıların işlerinden uzak tutulmalıdırlar. Nitekim BBC’nin kurulduğu dönemde Britanya’da iş başında olan siyasal iktidar da, devletin yayıncılığa müdahalesinin dolaylı olması gerektiğini öne sürüyordu. Yayınlar izleyicilerden toplanacak ruhsatiye ücretleri aracılığıyla gerçekleşmeli, devletin müdahalesi ise bu ücretlerin miktarlarının saptanması ve toplanmasıyla sınırlı olmalıydı. Yani kamu hizmeti yayıncıların mali kaynağı “kamusal fonlar” olacaktı. Böylelikle yayın organını kullananlar bir anlamda abonmanlık yoluyla bu kuruluşun “sahibi” de oluyorlardı. Elbette bu yapının bir sonucu olarak, tüm bir kamudan oluşan izleyicilerin sahip oldukları yayın kuruluşunun da birtakım özgül yükümlülükleri ortaya çıkıyordu. Bu yükümlülükler aslında toplumun siyasi ve tecimsel olarak güçlü kesimlerinin de kamu hizmeti yayıncılığından beklentileriyle koşuttu. Kamu hizmeti yayıncısı önenli bir demokratik ve kültürel görevi yerine getirmek zorundaydı. Görevi tüm halka enformasyon, eğitim ve kaliteli eğlence sağlamaktır. Bu görevler ise ancak devletin düzenlediği bir tekel tarafından, yani kamu yayıncılık hizmetleri tarafından yerine getirilebilir.

BBC’nin kurucu babası sayılan Sir John Reith’in kişiliğinde geliştirilen bu ilkeler manzumesi, özetle bir yayın kurumunun topluma karşı sorumluluğunu, o toplumu eğitmek, bilinçlendirmek, kültürlendirmek, aydınlatmak, modernleştirmek; ulusun ahlaki bir topluluk olarak bütünlüğünü sağlamak, en yüksek beğeni standartlarını özendirmek ve bunları topluma yaymak, enformasyon ve tartışmaların mikrofon ve ekrana getirilmesi suretiyle ussal bir demokrasinin yaratılmasına yardımcı olmak işlevlerinden oluşuyordu. Burada önemli olan bir başka nokta da, tüm bu ilkelerin hayata geçirebilmesi için yayıncılığın bir tekel olarak düzenlenmesi gerekliliğidir.

BBC’nin yaşayan modelini oluşturduğu “kamu hizmeti yayın tekel” anlayışı Raymond Williams’ın sınıflandırmasına göre yayıncılıkta “paternalist” anlayışın bir örneğidir (1979) ve TRT de kuruluşunda tıpkı BBC gibi paternalist bir yayıncılık anlayışını benimsemiştir. Bu yaklaşımın paternalist (ya da belki seçkin) olarak nitelendirilmesinin sebebi de, yayın kurumunu toplumun dışında, hatta üstünde bir yere, toplumun eğitimci konumuna yerleştirmesidir. Bu konum toplumdaki hakim grupların törelliği ve beğenisinde yansıyan yüksek standartların sürdürülmesi idealiyle tanımlanmaktadır. Reith BBC’nin kuruluşunda, kurumun yayıncılık ilkelerini tanımlayan bu yaklaşımı daha demokratik bir iletişim aracının kaçınılmaz olarak daha düşük standartlara yol açacağını öne sürerek savunmuştur. Reith’in kamu hizmeti anlayışı halkı zengin, yüksek bir kültür sahibi olacak ve Amerikanlaşmış popüler kültürün türdeşliğinden uzak tutacak biçimde eğitime amacını gütmektedir. Ne var ki başlangıçta gerçekten “seçkin” veya Williams’ın kategorileştirmesine göre sıkı sıkıya “paternalist” olan bu yaklaşım, Britanya’da özel yayın kuruluşuna izin verilmesiyle birlikte yumuşamış ve toplumun değişik kesimlerinin talep ve beğenilerine de yer veren daha demokratik bir anlayışa dönüşmüştür.

Kejanlıoğlu’nun belirttiği gibi (1998) radyo ve televizyon yayıncılığına bir ulusun, ortak bir kültürün, ortak bir kimliğin yaratılmasında çok önemli bir görev yüklenmiştir. Yine Kejanlıoğlu’nun aktarmasına göre, ünlü İngiliz toplumbilimci Stuart Hall İngiliz ulusu ve BBC için şöyle demektedir: “BBC hitap ettiği ulusu üretti: Temsil etme tarzlarıyla izlerkitlesini yarattı.” Hall’un bu sözleri paternalist yayın anlayışını ve bu anlayışın İngiltere’de başarılı olmasını dile getirmektedir. Yani, bugün İngiliz ulusu denen ve belli bir coğrafyada konumlanmış olan topluluğun ortak değerlerinin, ufkunun ve bakışının temelinde Britanya Yayın Kuruluşu, BBC’nin harcı bulunmaktadır. BBC programlarını, yayın planlamasını izleyicilerin talebine göre değil, kurum olarak kendi geliştirmiş olduğu ilkeleri esas alarak düzenlemiştir. Böylelikle kendi izlerkitlesini de

kendisi oluşturmuştur ve bu izlerkitle bütün bir İngiliz halkıdır.

Acaba BBC'nin paternalist ilkelerini esas alarak, yani kendi izlerkitesini kendi kurmak fikriyle yola çıkan TRT bunu yapabildi mi? Kejanlıoğlu bu sorunun bilgi ve belgelere dayanarak yanıtlanamayacağını, çünkü İngiltere'de 1920'lerden 1980'lere kadar yayıncılıkla ilgili politikaların belgeleriyle izlenebilmesine karşılık, Türkiye'de bu konuda toplumbilimsel bilgiye sahip olunamadığını söylemektedir. Öyle anlaşıyor ki, İletişimbilimcilerimizden Raşit Kaya'nın adlandırdığı biçimiyle Türkiye'de yayıncılık alanına hakim olan "oldu bitti" siyasasının başlangıçları TRT'nin oluşum sürecinde, filiz halinde de olsa bulunmaktadır. Tüm "oldu bitti" ciliğe karşın, yine de, TRT'nin BBC'nin yaptığını yapabildiğini yapamadığını sorusunu sormak ve yanıtını aramakta yarar var.

Ancak bu sorunun yanıtını aramadan önce, Krishan Kumar'ın BBC'nin İngiliz kültürel yaşamındaki merkezi yerine ilişkin görüşlerini kısaca aktarmakta yarar var (1977). Çünkü BBC'nin üstlendiği işlevi yerine getirebilmesinde etkili olan değişkenleri saptamak, BBC'nin konumuyla TRT'nin konumu arasında bir karşılaştırma yapmamıza olanak sağlayacaktır.

Kumar'a göre, BBC'nin tarihsel oluşumu içinde, faaliyete geçtiği 1926 yılından başlayarak Britanya'daki kültürel yaşamın temel kurumlarından biri haline gelmesinde, hem kuruluş şartındaki "tarafsızlık" ve "denge" kavramlarının dayattığı yayıncılık anlayışını uygulamalarda titizlikle yerine getirmeye çalışması, hem de İkinci Dünya Savaşı sırasında sırf İngiltere'de değil, tüm Avrupa'da kazanmış olduğu saygınlık önemli bir rol oynamıştır.

BBC toplumsal olayları mikrofonlara getirmede dengelilik ve çatışan toplumsal gruplar arasındaki tarafsızlık ilkelerini öylesine katı biçimde uygulamıştır ki, çatışan taraflardan biri hükümet olduğunda bile bu yaklaşımından ödün vermemiştir. Bu tarafsızlığın ilk sındığı olay, Britanya'da 1926 yılında yapılan Genel Grev olmuş ve BBC'nin hükümetin mikrofonu olmasına izni verilmemiştir. Kuşkusuz daha yeni oluşturulan bir kurumun böylesine tutarlı ve ısrarlı bir tavır içinde olması ve üstelik bunu uygulamalarına yansıtabilmesi, büyük ölçüde, kurumun Genel Müdürü Sir John Reith'in yöneticilik becerisi, ağırlığı ve etkiliği sayesinde olmuştur.

BBC'nin tek otorite olarak kendisini kabul ettirmesinde önemli bir etmen olan İkinci Dünya Savaşı aynı zamanda dünya çapında ün kazanan, tanınan, güven veren, ve sevilen haber spikerlerinin de ortaya çıkmasını sağlamıştır. Hava saldırılarına karşı sığınaklarda toplanan halka ve Nazi işgalindeki Avrupa'nın radyo bulabilen tüm direnişçilerine haberleri okuyanların kendileri olduğunu söylediklerinde sadece kendilerine inanılmakla kalmıyan ama aynı zamanda güven de duyulan bu haber spikerleri, BBC'nin bırakın İngiltere'de, tüm dünyadaki imajını güçlendirmişlerdir. İkinci Dünya Savaşının bitiminden sonra şu inanç tüm zihinlere ve gönüllere kazanmıştır: "BBC ne söylerse, doğru söyler".

TRT ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı

TRT'nin BBC'den naklen aldığı paternalist kamu yayıncılığı ilkesinin Türkiye'ye uyarlanmış biçimi, ünlü yazarlarımızdan Çetin Altan'ın 1980 askeri darbesinden sonraki gündelik gazete yazılarında örneğini sıklıkla gördüğümüz kalkınmacılığa benzer bir anlayıştı. Yani köylülerimiz tenis oynamaya başlasa, köylerde her evde bir piyano, bir veya birkaç virtüöz değilse de viyana vals falan tıngırdacak piyanist olsa Türkiye nelerde olurdu (cevabını da içeren) sorusunu sanki TRT yıllar önce aydınlanma, kültür, bilgi diyerek yanıtlamaya çalışıyordu. Türkiye'de bu anlayışın sağlam kökleri de bulunmaktaydı aslında. Türkiye Cumhuriyeti kurulduğundan başlayarak, tek parti döneminin sonuna değin toplumu zihniyet, asabiyet olarak bir ulusal nosyon ve hissiyat çerçevesinde kalkındırmayı özsel bir hedef olarak belirlemişti. Türk Ocakları, Halk Evleri, Köy Enstitüleri hep bu hedefin kurumlarıdır.

Ne var ki bu popülist hedef 1950’de kesintiye uğradı. Popülizm tam bir halk yağdanlığına dönüştü. Meclis kürsüsünden, “siz isterseniz Hilafeti bile geri getirebilirsiniz” diyecek ölçüde ve Cumhuriyeti kuranların ve bağlılıklarını şiddetle sürdürdüklerini düşünenlerin tüylerini ürpertecek derecede bir yağdanlık anlayışı, muhalefeti iyice sindirmeye de kalkışınca 1960’da yerini yine daha mesafeli, soğuk kanlı ve paternalist bir kalkınma anlayışına bıraktı.

Daha sonraları 1960 devriminin nedenleri üzerine çok şey yazıldı, söylendi, tartışıldı. Bu tartışmaları değerlendirmenin yeri değil burası. Söylemek istediğimiz sadece bu tür toplumsal olayların bir ya da birkaç nedenle basitçe açıklanamayacağını belirtmek. Bu konuyla ilgili farklı bakış açılarından yapılan yoğun tartışmaların varlığından söz etmemizin nedeni bu. Ama bu tartışmalar üzerinde derinleşmemiz konumuzla doğrudan ilişkili olmadığı için beklenemez zaten. Amacımız, TRT’nin paternalist yayıncılık anlayışının kökenlerini, sırf BBC’nin yayın ilkeleri içinde değil, Türkiye Cumhuriyeti tarihi içinde de bulabileceğimizi ortaya koymak. Yine TRT’nin kuruluşundaki çeşitli yapı taşlarını, 1960 öncesi siyasal iktidarın o zamanki iletişim araçlarına yönelik tutumuna karşı tepkinin biçimlendirdiğini de belirtmemiz gerekiyor.

Bu iki değişken birlikte TRT’nin özerk döneminde niçin siyasal iktidarlar tarafından eleştirildiğini anlamamıza yardımcı olacaktır. Nitekim BBC de İngiltere’de genellikle siyasal iktidar tarafından eleştirilen bir yayın siyasası izlemektedir. Hatta Thatcher’ın iktidardayken bu öfkenin bir örneği olarak dış gezilerine BBC’den kimseyi götürmediği, BBC’nin tecimsel rakibi olan ITV’yi muhatap kabul ettiği bilinmektedir.

Bizim burada özetle söyleyebileceğimiz, her toplumun kendine özgü bir siyasal, hatta bırakan siyasal bir genel kültürü olduğu, BBC’nin toprağının İngiltere, TRT’nin toprağının ise Türkiye olduğudur. Nitekim TRT Türkiye’nin siyasal kültürüne 1970 askeri muhtırasından başlayarak uydurulmuş hale getirilmiştir. TRT’nin özerk bir yayın kuruluşu olarak Türkiye’ye dayatmak iddia, istek ve iyi niyetinde olduğu demokratik, çağdaş, hümanist siyasal ve genel kültür kaybetmiş, yerine Türkiye’nin mevcut siyasal ve genel kültürü TRT’nin işleyişine dayatılmıştır. Normal olan da buydu, çünkü Türkiye TRT’nin bir kurumu değil, TRT Türkiye’nin bir kurumuydu, üstelik de tek yayın kurumuydu. Dolayısıyla TRT’nin, BBC’nin başardığını başarıp başaramadığı sorusunu olumsuz bir şekilde yanıtlamak durumundayız.

Bu olumsuz yanıtımız, Türkiye’de özel yayıncılık furiasıyla birlikte, yayıncılık adına TRT’nin yapmış olduğu ne kadar iyi iş varsa bunların tam tersinin yapılmasına başlanmasıyla da büyük ölçüde kanıtlanmaktadır. Demek ki TRT, BBC gibi kendi izlerkitlesini kendisi kurmayı becerememiştir. İngiltere’de BBC’nin rakibi olan tecimsel kurumun dahi BBC’nin kimi ilkelerini benimsemek zorunda kalması, programlama bakımından BBC’nin izini büyük ölçüde sürmesi, bir yayın kuruluşu olarak BBC’nin gücünü ve etkisini ortaya koymaktadır.

Gerçekten de, 1950 ortalarında BBC’nin tekeli ruhsatiye ücreti yerine reklamlarla karşılanan tecimsel televizyonun devreye girmesi sonucu kınılmakla birlikte, televizyon yayıncılığı kabaca kamu hizmeti geleneği içinde sürdürülmüştür. BBC’ye rakip olarak yayına başlayan tecimsel televizyon BBC’yi yönlendiren aynı tür kamu hizmeti hedefiyle yükümlü ve programlarda yüksek standardı gözetmekle sorumlu bağımsız bir kuruluş olan ITA (*Independent Television Authority*) tarafından düzenleniyordu. Yayın tekelinin kırılmasıyla daha fazla tecimsel özgürlük beklemiş olan tecimsel televizyon savunucuları bu kısıtlamalarla düş kırıklığına uğramış olsalar da, İngiltere’de kamu hizmeti yayıncılığı anlayışından en azından çok uzun bir süre ödün verilmedi.

TRT’nin “özerklik” başarısızlığında bu genel dinamikler kadar önemli görülmesi de, bizce değinilmesi gereken bir başka neden, bu kurumun dayandığı ilkeler çerçevesinde bir örgüt kültürü oluşturamamasıdır. Kuşkusuz TRT çok genç bir kurumdu ve kuruluşundan özerkliğini yitirene kadar geçen süre sadece yedi yıldı. Bu kadar kısa bir süre içinde yerleşikleşmiş bir örgüt kültürünün

oluşmasını beklemek büyük ölçüde haksızlık olacaktır. Ne var ki, kurum çalışanlarının kurumlarıyla olan ilişkilerini düşünsel ve duygusal düzeyde ortak olarak tanımladıkları ve onların kuruma aidiyetlerini sağlamak için içselleştirmeleri gerekli olan örgüt kültüründen yoksunluk, çalışanların yayıncılıkta “özerklik”ten ne anlayacakları konusunda bile aralarında bir mutabakatın oluşmamasına neden oldu. Dahası, “özerklik” adına hem kurum içindeki ilişkilerde, hem de kurumun dışı dönük penceresinde, yani mikrofonlarda ve ekranlarda, toplumda kurumun “özerkliği”nin tartışılmasını daha da alevlendiren birtakım sorumsuzca işlerin yapılması da, büyük ölçüde bu yoksunluktan kaynaklanıyordu.

TRT ister istemez üzerine kurulduğu Türkiye Radyolarındaki devletçi örgüt kültürünü tevarüs etmişti. Kuruma daha sonra katılanların özerklik anlayışı ile devletçilik anlayışı arasındaki çelişki ve çatışmayla karakterize olan örgüt iklimi içinde, tümlüklü, tutarlı bir örgüt kültürünü içselleştirmeleri ise mümkün olamazdı. Zaten bu anlamda içselleştirebilecekleri bir kültür de yoktu. Böylelikle özellikle siyasal iktidarların ardı ardına gelen darbeleriyle sarsılan özerk TRT'nin, bu darbelere direnecek bir iç dinamizmi de bulunmamaktaydı. Kurumun özerkliğinin iskambil kağıtlarından yapılmış bir kule gibi, son bir darbeyle, 12 Mart Muhtırasıyla kolayca yıkılıp gitmesinin nedenlerinden biri de buydu.

Belki sözü edilmesi gereken bir başka başarısızlık nedeni de, özerk TRT'nin başında BBC'nin kurucu babası Sir John Reith'e ağırlık, politik ve idari beceri bakımından muadil bir yöneticinin bulunmamasıdır. Ama Türkiye'nin o dönemdeki siyasal dinamikleri içinde bu değişkenin çok fazla önem taşıdığını düşünmek ve faturayı yönetimdeki yetersizliğe çıkarmak bir ölçüde haksızlık olacaktır.

Ne var ki, ve neyse ki, Türkiye BBC benzeri bir yayın kuruluşu oluşturmak isteyip, daha sonra (hem de çok kısa bir süre sonra) başarısızlığa uğrayan tek ülke değildir. İngiliz standartlarını daha başarıyla uygulaması beklenen, örneğin Avustralya'daki BBC tarzı yayıncılık tecrübesi de Türkiye'deki gibi başarıya ulaşamamıştır. Jonathan Dawson'un hikaye ettiği üzere, “Avustralya koşullarının elverdiğince İngiliz sistemini izlemek” amacıyla oluşturulan Avustralya Yayın Komisyonu Kanunu “çevreden merkeze doğru oluşturulan yapılarla, merkezi erkin en aza indirildiği yapılarla” (Garnham, 1978) gerçekleştirilecek, yani yayıncıların yönetim karşısında asal eksenini kurduğu bir oluşum yerine giderek merkezileşen bir iktidarın güçlenmesi yönünde uygulanmıştır.

Dawson bu evdeki hesabın çarşıya uymaması konusunu, yani başlangıçtaki düşüncelerle sonuçta ulaşılan nokta arasındaki karşıtlığı, BBC'nin Reith'in yönetimi altında tek işletici olmasına karşılık Avustralya'da sıkı bir rekabet, güçlü bir lobi ve hükümetin de oyunun diğer oyuncularını dışarıda bırakacak bir düzenleme niyeti olmamasına bağlıyor (Dawson, 1991). Oyunun Türkiye'deki oyuncuları farklı olsa da, sonuçta gelişme benzer yönde olmuştur. Türkiye'nin hiç değilse bu alanda kendine özgü olmadığını, özerk yayıncılık alanındaki başarısızlığında tek başına olmadığını gösteren bu malumat, sanınız ki, TRT'nin ilk yıllarındaki ideallere gönül bağlamış insanların sonraki gelişmeler sonucu iyice kararın yüreklerini hiç değilse bir miktar serinletmiştir. Malum, dertler paylaşıldıkça azalır mış derler.

c. ÖZELLEŞTİRME DALGASI

Batı dünyası İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki düzenlemelerle toplumsal çatışmaları kuşatıp, denetim altına alarak görece dingin ve istikrarlı bir döneme girmişti. Ancak bu kararlı denge durumu 1960 sonlarındaki öğrenci olaylarıyla ilk ciddi sarsıntısını geçirdi. Aslında bu olaylar 1970'lerde Batının içinde düşeceği ekonomik, toplumsal ve siyasal bunalımların habercisiydi. 1970'ler ağır ağır yükselen işsizlik ve enflasyonun, verimlilik ve karlılıktaki azalmanın yaşandığı, büyümenin tökezlediği ve savaş-sonrası Keynesçi ekonomi politikalarla tanımlanan sosyal devlet ve

refah devleti kavramlarına duyulan güvenin giderek kaybolduğu sıkıntılı yıllardı. Amerikanın hegemonyası Vietnam yenilgisiyle büyük bir darbe yemiş, OPEC petrol fiyatlarındaki artışlar ve özellikle Japonya'nın ürünleriyle endüstriyel devletler arasında girmesi ve ürünlerini dünya pazarına sürmesi yüzünden uluslararası rekabetin yoğunlaşması Batı ekonomilerinin alnını oymuştu. Hall ve Jacques'in derledikleri “Yeni Zamanlar” başlıklı çalışmada, “Yeni Zamanlar için Manifesto'dan” bölümünde bu saptamalar yapılıyor ve tüm bu gelişmelere, yeni toplumsal, bireysel ve cinsel özgürlük istemlerinin yükselmesi, gençlik kültürünün giderek dayatmacı hale gelmesi, kadınların özgürleşme hareketi, ırkçılığa karşı mücadelenin ivme kazanması eklenince 1970'lerde çatışmaların artık kaplanına sığmaz hale geldiği belirtiliyor (1995).

1980'lerin dünyasının şekillenmesinde kuşkusuz 1970'ler boyunca süren bunalımın biçimlendirici bir etkisi olmuştur. 1980'ler dünyası özellikle Batıda siyasal düzlemde solun ve solun belkemiğini oluşturan işçi hareketinin giderek siyasal-toplumsal yaşamdaki gücünü yitirdiği bir dünyaydı. Çünkü siyasal sol ve işçi hareketi 1970'lerdeki bunalımların tanısını koymadı, toplumsal gelişmenin ve değişimin çözümlemesini yapamadı ve geleceğe yönelik hiçbir vaat, umut geliştiremedi. Buna karşılık uluslararası rekabetin kızışması sonucu verimlilik ve karlılık sorunu yaşamaya başlayan ve ciddi bir bunalıma giren uluslararası şirketler ve uluslararası sermaye yeniden örgütlenme planı içinde önemli dönüşümleri gerçekleştirmek durumundaydı. Bu dönüşüm teknolojiye, endüstrinin yapısında, şirket mülkiyet yapısında, yatırım ve tüketim kalıplarında köklü değişimleri içeren bir genel projeyi ifade ediyordu. Bu proje dünya ekonomisindeki köklü yapısal değişiklik gereksiniminden kaynaklanmakla birlikte, toplum ve kültür siyasalarını ve genel siyaset anlayışında değişiklikleri de içeriyordu.

Yeni-sağ, yeni-muhafazakarlık, neo-liberalizm gibi isimlerle anılan bu proje Amerika Birleşik Devletleri'nde Ronald Reagan, İngiltere'de ise Margaret Thatcher tarafından uygulamaya konuldu. Bu nedenle, 1980'ler kimileri tarafından *Reaganomics* veya *Thatcherism* yılları olarak da anılmaktadır. Bu yıllar, sermayenin üzerindeki denetimin iyice gevşediği, tüm ekonomik faaliyetlerde “deregülasyon” politikaların uygulandığı, kitlesel-seri bant üretimini esas alan “fordist” imalat anlayışının yanı sıra, hem imalat, hem de hizmet sektöründe daha esnek, farklı ve parçalı işlere geçişi dile getiren “post-fordist” örgütlenme tarzının yaygınlaşmaya başladığı ve bu tarzın “giderek topluma ağırlıklı rengini verdiği, kültürel değişimin başat ritmini sağladığı, değişimin sivri ucunu oluşturduğu” (Hall ve Jacques, 1995) yıllardı.

Bu yıllar bir yanda bireyin seçimi, özgürlüğü ve özerkliğinin yeni-sağ tarafından sürekli vurgulanmasına karşın, toplumun giderek eşitsizlik, bölünme ve otoriteryanizmle nitelenir hale geldiği yıllardı. Yeniyile eskinin, gelecekle geçmişin, modernlikle gelenekselciliğin, hatta bu bir araya gelmeleri mümkün görünmeyen ikilikler gibi, yan yana durmaları yine bu dönemde eskiyip modası geçen bir deyimle ifade edecek olursak “eşyanın tabiatına aykırı” olan “dört eğilimin” bile birbirinin içine geçtiği yıllardı bunlar. Kısaca, bildik bir deyimle “at izinin it izine karıştığı”, insanların aklının karıştığı, üzerinde durulan zeminlerin kayganlaştığı yıllardı 1980'ler.

1980'ler “enformasyon devrimi ve toplumu” iddialarının genel geçerlik kazandığı, “küreselleşme” edebiyatının “bestseller” olduğu yıllardı aynı zamanda. Ve tüm bu gelişmelere, 1980'lerle birlikte dünyada televizyon rejimlerinde “özeleştirme” girişimleriyle birlikte ortaya çıkan köklü yapısal değişimler eşlik ediyordu. Özellikle Avrupa'da uzun ve istikrarlı bir geçmiş olan kamu yayıncılığı bu yeni yapıya uyum sorunlarıyla yaşadığı gibi, kendisini bu yapı içinde yeniden-konumlamak zorunda kaldı. Bu kolay bir iş değildi, çünkü varlık nedenlerinin tartışılarak yeniden-tanımlanmasıyla birlikte, “deregülasyon” politikalarıyla, özel televizyon yayınlarının hem kanal sayısı olarak, hem de yayın saati olarak hızla arttığı bir ortamda bu kuruluşların meşruiyet zeminlerini yenilemeleri ve bunu hizmet götördükleri topluma kabul ettirmeleri gerekiyordu.

Özelleştirme ve Kamu Yayıncılığı

Kamu yayıncılığının beşiği olan Avrupa’da yayıncılığın tarihine bakıldığında, bu alanın en başından bu yana temel bir sorunla, bir ikilemle karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Bu ikilem aslında kamu yayıncılarını iki zıt yöne çeken güçlerin neden olduğu bir sorundur. Campbell’in belirttiği gibi (1994), kamu yayın kuruluşlarının çekildikleri ilk yön siyasal iktidarlardan yana “politikleşme”dir. Weimar Almanyası ile Gaullist Fransa örneğinde olduğu gibi, devletin yayıncılık üzerindeki katıksız denetimi bu kuruluşların devlet içinde iktidarda olanların siyasal çıkarlarına toplumsal rızanın inşa edilmesi yönünde toplum mühendislik çalışması yapmak zorunda kalmalarına yol açmaktadır. Daha anlaşılır bir ifadeyle, kamu yayın kuruluşları üzerindeki mutlak devlet denetim, bu kuruluşların toplumu iktidarda bulunan heyet ya da heyetlerin siyasal çıkarları doğrultusunda yönlendirmeye çalışan kurumlar haline getirmektedir.

Buna karşılık kamu yayıncılığı üzerinde bu tür bir denetim olmadığında da, serbest piyasa mekanizması devreye girmekte, bu mekanizma da toplumsal konuları ve sorunları tüketici bir kamuya büyük ölçüde kısa fıkralar tarzında sunan ve esas olarak apolitik malzemeden oluşan bir homojen seyir seçenekleri bolluğu üretmektedir. Yani, kamu yayın kuruluşları, devlet denetimi olmadığı takdirde, bir başka uca, serbest piyasa kurallarının yönetimine yuvarlanma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu durumda, kamu yayıncılığı ilkelerinin “vatandaş” olarak kavramsallaştırdığı izleyiciküme mensupları “tüketici”ye dönüşmekte; yine kamu yayıncılığının toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel konuların çeşitli ve farklı görüşlerin katılımıyla tartışılmasını, farklı kamulara hitap eden program çeşitliliğinin sağlanmasını gerektiren yayın planlaması yerini “tüketici bir kitlenin” ortak beğenisine sunulan birbirine benzer, eğlence ağırlıklı, türdeş programlardan oluşan bir yayın stratejisine bırakmaktadır.

Tecimselliğin Yapısal Uzantıları

Ne var ki, tecimsel televizyonların ortaya çıkışıyla birlikte, kamu yayın kuruluşlarının üzerinde kendilerini her zaman demoklesin kılıcı gibi hissettiren “devlet” ve “piyasa” ikilemine başka sorunlar ve açmazlar da eklenmiştir. Kamu yayın kuruluşları, devlet ya da örgütsel denetim ve baskının yanı sıra, bu kez tecimsel televizyonların rekabetiyle karşı karşıya kalmışlardır. Kamu hizmeti yayıncılığının tarihsel ve normatif önderi olan İngiltere’de dahi bu rekabetin getirdiği sorunlar yaşanmıştır. Ama tüm dünyada kamu hizmeti yayıncılığının prototipi olarak kabul edilen Britanya Yayın Kuruluşunun (BBC) geliştirdiği sağlam yayıncılık kültürünün toplumca benimsenmişliği nedeniyle, başlangıçta, yani tecimsel televizyonculuğa bu ülkede ilk kez izin verilmesinden sonraki yıllarda, bu sorunlar diğer ülkelerde görüldüğünün tersine kamu yayıncılığını ve kamu yayıncılığı anlayışını yıpratacak ölçüye ulaşmamıştır.

İngiltere’de 1920 sonlarından başlayarak radyo yayınlarının tümü bir kamu sektörü yayıncısı olan BBC tarafından yürütülmüştür. Reklamcılarının desteklediği tecimsel istasyonların ortaya çıktığı 1950 ortalarına kadar televizyon da BBC’nin kanatları altındaydı. Ne var ki İngiltere’de yayıncılık Avrupa’nın geri kalan bir çok ülkesinde olduğu gibi her zemen devletle yakından bağlantılı olmuştur. Sadece kamu kuruluşu olan BBC değil, ama Bağımsız Televizyonu oluşturan tecimsel şirketler de, hem ticari etkinlikleri, hem de programları bakımından sıkı sıkıya mevzuatın denetimine tabi tutulmuştur. (Sparks, 1995).

İngiltere’de bu iki yayın sektörü arasındaki rekabet finansman için değil, izlerkitleden daha fazla pay alabilmek için yaşanmıştır. Bu rekabet 1980 sonlarına kadar sürmüştür. 1980 sonlarında hükümet kablo ve uydu işletimcilerinin rekabetine izin verir. Öyle ki, başlangıcından itibaren, ister kamusal, ister özel mülk olsun kamusal bir hizmet sistemi olan İngiliz televizyonunda dahi 1990’da yürürlüğe giren bu Yayın Yasası sistemin reklamla finanse edilen kısmını yani tecimsel televizyon yayıncılığını daha büyük rekabetçi baskılara maruz bırakır. Gerçekten de bugünden söylenebilecek

olan tek şey, bu Yayın Yasası'nın kamu hizmeti yayıncılığı ideallerinin ahlaki, siyasal, ekonomik ve toplumsal temellerinde hayli büyük gedikler açnuş olduğudur. Böylelikle İngiliz televizyonu kamusal hizmet unsurunun ikinci planda varlığını sürdürdüğü tecimsel bir sisteme doğru ilerlemektedir.

İstekler ve Gerekksinimler

İngiltere'deki tecimselleşmenin dinamiklerini biraz daha ayrıntılı bir şekilde çözümlemekte yarar bulunmaktadır. Çünkü İngiltere kamu hizmeti yayıncılığının bir ilkörneğini (prototip) sunmanın yanı sıra, aynı zamanda Avrupa'da tecimsel yayıncılığa ilk geçen ülke olma özelliğine de sahiptir. Böylelikle kamusal yayıncılık anlayışıyla tecimsel ve özel yayıncılık anlayışları arasındaki tartışmalarda İngiltere bir model olarak görülebilir.

İngiltere'de yakın zamanlara kadar yayıncılık konusunda geniş bir oydaşma bulunuyordu. Bu oydaşma, yayıncılığın amaçlarının ve örgütlenmesinin sadece, hatta ilksel olarak halkın öznel isteklerine (tercihlerine/beğenilerine) hizmet edip etmediği tartışması esas alarak değerlendirilmemesi gerektiği görüşüne dayanıyordu. Tersine, yayıncılık siyasasının temel belirleyicileri olarak nitelik, kamu hizmeti, farklılık ve çeşitlilik kavramları öne çıkarılıyordu.

Ne var ki bu anlayışa dayalı oydaşmaya muhalif olanlar, özellikle 1980'lerde Thatcher dönemiyle birlikte seslerini duyurmaya başladılar. Öyle ki, bu muhalif görüş, liberal ekonomistlerin de bu alanda danışman hizmeti görür hale gelmeleriyle yeni bir ortodoksiye dönüştü. Bu yeni ortodoksi yayıncılık sistemlerinin geçerliliğinin ilkin ve esas olarak bunların tüketicilerin öznel isteklerini üretilen çıktılara (programlara) eşleyebilme yetisine göre değerlendirilmesi gerektiğini savunuyordu. Bu iddianın bir ileri adını da, tercihlerin ve isteklerin karşılanması en iyi şekilde güvenceye alınması tek yolu olarak "piyasa"nın, piyasa mekanizmalarının savunulmasıydı. Dolayısıyla yayıncılık tartışmalarının özü gelip gerekksinimler ve istekler karşıtlığında düğümleniyordu (Pratten, 1998). Böylelikle eskinin güçlü görüşü, yani yayıncılığın öznel isteklerin karşılanmasından daha fazlasını hedeflemesi gerektiği anlayışı, bu yeni ve güçlü muhalefet karşısında nitelik, kamu hizmeti ve çeşitlilik kavramlarını yeniden formüle etmek zorunda kaldı. Buradaki özsel soru, gerekksinimler ve isteklerin özdeş olup olmadığıdır. Eğer bunlar özdeşse, o zaman tüketicilere (yayının izleyicilerine) ne tür bir kültür alacakları konusunda karar verme yetkisinin verilmesi gerekmektedir. Tüketiciler, bu yetkiyi kuşkusuz demokratik mekanizmalardan çok, piyasalar veya piyasavari mekanizmalar aracılığıyla kullanacaklardır. Ama eğer tüketicilerin istekleri onların ayırımında olmadığı gerekksinimlerinden farklıysa, o zaman bu gerekksinimlerin gerçekten neler olduğuna tüketiciler dışında bir kurumun karar vermesi gerekecektir.

Pratten, kamu hizmeti yayıncılığı anlayışının üzerine oturacak bir isteklere-dayalı çözüm arayışının verimsiz ve sonuçsuz bir arayış olacağını belirtmektedir (1998). Yani kamu hizmeti yayıncılığı eğer tüketicinin isteklerini öne çıkaracak şekilde bir değişim sürecine girerse o zaman kamu hizmeti anlayışının meşruiyet zemini ortadan kalkmış olacaktır. Zaten "kamu hizmeti", düzgün işleyen bir piyasada, rekabet temeli üzerinde tüketiciye sunulan her hizmetin bir kamu hizmeti olduğunu düşünen liberal iktisatçılar için dolambaçlı ve rahatsız edici bir deyimdir. Dolayısıyla kamu hizmeti yayıncılığının, bugün dayandığı perspektif olan isteklerin-ötesindeki gerekksinimleri kuşatma anlayışını ve bu anlayışın uzanımalarını yeniden değerlendirmesi ve günümüzde tartışılmak bir yana, savunulması iyice zorlaşan konumunu bu değerlendirme çerçevesinde yeniden tanımlaması gerekmektedir.

Bağımsız Yapım Şirketleri

İngiltere'de 1990 tarihli Yayın Yasası'nın önemli bir düzenlemesi de BBC ve ITV şirketleri

dışında bağımsız yapım şirketlerinin özendirilmesidir. Bu düzenlemenin gerekçesi büyük ölçüde ekonomikti ve İngiltere'de yayıncılık sisteminin yapım ve hizmet sağlamadaki verimsizlik ve yetersizliğinin denetimsizliğine karşı, aynı zamanda radyo ve televizyon yapımcılarının çıkarlarının tüketicilerin çıkarlarının üzerine konmasına karşı bir girişimin gerekliliği düşüncesine dayanıyordu.

1990 tarihli yasanın özü, BBC'nin ruhsat ücretlerinin yenilenmesi konusunu incelemek üzere kurulan Peacock Komitesi'nin 1986 tarihli raporuna dayanmaktadır. Peacock Komitesi değerlendirmesinde kalkış noktası olarak yayıncılık endüstrisinin performansının aşırı dikey bütünsel yapı ve sendikaların engelleyici gücü nedeniyle zarar gördüğü görüşünü esas almıştı. Rapor, program saatlerinin en az yüzde 40'ının bağımsız şirketlerin üretecekleri yapımlara ayrılmasını tavsiye ediyordu. Böylelikle arz kaynaklarının çoğalmasıyla rekabet artacak, yayın kuruluşlarının kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri yapımların maliyetini ve verimliliğini değerlendirme olanağı verecek bir ölçüde kavuşulmuş olacaktı. Aynı zamanda sendikaların kanalları sürdürülebilir güçleri de zayıflayacaktı. Ne var ki, hükümet bu yüzde kırklık kotayı ancak yüzde yirmi beş olarak yasaya sokabildi. Bu oran Komite'nin koyduğu hedefin altında olmakla birlikte, uygulamanın endüstrinin örgütsel yapısı bakımından önemli sonuçları oldu. 1984 ile 1994 arasında bağımsız yapım şirketlerinin yayın saatleri ve toplam program maliyetleri 323 saat ve 19.1 milyon İngiliz lirasından 4001 saat ve 384 milyon İngiliz lirasına yükseldi (Saundry ve Nolan, 1998).

Bağımsız yapım şirketlerinin üretimlerinin artışında kuşkusuz hem iç, hem de dış yayın kanallarının (yer ve uydu) sayısındaki patlamanın program yapımına prim kazandırmasının da önemli rolü oldu. Ne var ki, Saundry ve Nolan'ın belirttiği gibi (1998), verimlilik ve maliyet azaltma fikriyle harekete geçirilen bu uygulama yayıncılık endüstrisinde amaca yönelik bazı kazanımları sağlamakla birlikte, endüstri üzerinde uzun-dönemde yıkıcı etkilerde bulunma tehdidini gösteren başka bir olumsuzluğa yol açtı. Bu olumsuzluk istihdam pazarının bölük pörçük bir hal almasıyla bağlantılıdır. Bağımsız yapımcıların çoğu sipariş üzerine çalıştıkları için, bu sektörde güvenilir ve sağlam bir yapılaşmadan söz etmek pek mümkün değildir. Bağımsız yapımcılar program için aldıkları paraları yapım elemanlarının ücretlerini ve yapımın giderlerini karşılamakta kullanmaktadırlar ve böylelikle bunların gelişme için yatırım yapmaları söz konusu olmamaktadır. Bağımsız yapım sektörünün mali güvenceden ve istihdam güvencesinden yoksun olduğu görülmektedir. Bu sektör "parça başı iş"e dayalı bir işleyişe sahiptir. Böylelikle iskelet bir kadro dışında sürekli eleman istihdam eden bağımsız yapım şirketi sayısı çok azdır. İstihdamın bu şekilde parçalanmış olması, endüstrinin yetenek ve beceri zeminini yıpratmak, böylelikle uzun dönemde maliyetin daha da yükselmesi olasılığını içermekle kalmamakta, aynı zamanda ürünlerin niteliğini de düşürmektedir.

BBC ve İzlerkitle Sorunu

İngiliz televizyon sisteminde tecimselliğe doğru hızlı bir şekilde yol alınırken, BBC henüz geleneksel mevzuat sistemi içindeki konumunu sürdürmektedir, çünkü bu kurumun işleyişi hala bir Kraliyet Şartı'na dayanmaktadır. Gerçi mevcut şartın 1996'da sona ermesi BBC'nin rolüne ilişkin bir tartışmayı gündeme getirmiş olsa da, hükümet şartı bir on yıl daha yenilemeyi kabul etmiştir. Böylelikle hiç değilse, 2002 yılı sonuna kadar İngiltere'de mevcut kamu hizmeti yayıncılığının mevzuat ve finansman sistemi varlığını sürdürecektir.

Ne var ki kanal sayısındaki artış BBC'nin izleyici tabanına bir tehdit oluşturmaktadır. Yine BBC için, aynı örgüt içinde bir kamu hizmeti göreviyle çok sayıda tecimsel faaliyeti birleştirme bakımından bazı güçlükler söz konusu olabilecektir. Zira bütün bu işler aynı zamanda çok rekabetçi bir dünya pazarında yürütülecektir (Cave, 1996). Dolayısıyla BBC şimdilik, hiç değilse 2002 yılı sonuna kadar durumunu korumayı güvence altına almış görünmekle birlikte, küresel bir rekabet ortamına dönüşen yayıncılık alanındaki bu gelişmelerin, güvence sona erdiğinde bu kurumu ne

şekilde etkileyeceğini kestirebilmek için henüz vakit çok erkendir. Yine de, BBC'nin, Avrupa'nın diğer ülkelerindeki kamu yayın kurumlarının yaşadığı sıkıntıları yaşayacağım, hatta bunların ayakta kalma, varlıklarını sürdürme mücadelesine katılacağımı bugünden öngörebiliriz.

Blumler (1991)'a göre bu değişiklikler otuz, kırk yıldır değişmeksizin aynı işlevi görmüş olan büyük bir kitle iletişim aracının dönüşümüyle sonuçlanacaktır kaçınılmaz olarak. Tek bir dağıtım sistemine dayalı olan televizyon sistemi, izleyicinin dikkatini çekmek için görece küçük bir rakipler çevresi tarafından program üretilen az sayıda kanaldan oluşuyordu. Parasal kaynaklar, endüstrinin örgütlenme biçimi ve izleyicinin izleme davranışları görece istikrarlıydı. Bu yapı içinde zaman zaman ortaya çıkan değişiklikler görece önemsiz ve sisteme ilişkin olmaktan çok marjinaldiler.

Ne var ki son onyılıda, tüm ileri endüstriyel toplumlarda elektronik medya sistemleri üzerinde “yaratıcı bir yıkım fırtınası” esmiştir. Teknolojik, örgütsel, mali ve siyasal faktörler bir araya gelerek olağanüstü bir güç oluşturup bu sistemlerin mevcut, bildik yapılarını sarsarak onları mimarilerini yeniden gözden geçirmeye ve kaynaklarını yeniden konumlandırmaya zorladılar. Yani özetle söyleyecek olursak, artık bundan sonra hiçbir şey eskisi gibi olmayacaktır.

Tüm bu radikal değişikliklerin yaşandığı son onyılıda kamu yayıncıları kendilerini dünya çapında olduğu kadar ve daha da önemlisi yerli tecimsel rakipleriyle ve kamusal mali desteğin azalması ve izleyici kaybıyla başa çıkabilecek bir biçimde “yeniden konumlama” savaşını vermektedirler. Kamu kesimi yayıncıları ve onlara bağlı olarak çalışan araştırma kuruluşlarının iki izlerkütmesi vardır aslında: seyirci veya dinleyiciler ve politika hedeflerini belirleyen, yasal zorunlulukları koyan ve mali kaynak temin eden hükümetler veya mevzuatı belirleyip uygulayan kurumlar. Daha karma sistemlerde kamu kesimi yayıncıların işi daha da zordur, çünkü tüm bunların yanı sıra reklam peşinde koşmaları da gerekir.

İlen Ang, kamu ve özel kesim yayın kuruluşlarının ortak stratejiler kullanmak suretiyle amansız bir şekilde izleyici arayışında olduklarını belirtmektedir (1991). Tüm farklılıklarına karşın, kamu hizmeti ve tecimsel yayın kurumlarının sanıldığıının tersine bir çok ortak noktası, benzerliği bulunmaktadır. Avrupa'daki kamu hizmeti yayıncılarının izlenme oranı verilerini giderek daha fazla kullanmalarına bakıldığında, yayıncılıkta kamu ve piyasa modelleri tek bir pazar modeli halinde birleşmekte gibidir.

Özel yayıncılığa izin verilmiş olan Avrupa yayıncılık sistemlerinde esas rekabet reklam alanında değil izleyici alanında verilmektedir. Kamu televizyonları için de izleyici sayısı önem taşımaktadır. Çünkü özellikle varlık nedenleri ve yararlılıkları çok tartışılan bu televizyonlar kendilerini meşrulaştıracak en önemli etkenlerden biri olarak sahip oldukları, hitap ettikleri izleyici sayısının yüksekliğini görmektedirler. Hele ki, gelir kaynakları büyük ölçüde halktan toplanan ruhsatıyeler olan BBC gibi kuruluşlar, halkın ödediği paranın hakkını halkın büyük çoğunluğu tarafından izleniyor olmasıyla ödeyebilir. Bu tür kuruluşların kendilerini daha çok sayıda izleyici toplayabilmek için popüler olma bir yanda, varlık nedenleri olan kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde yayınlar yapma diğer yanda olmak üzere birbirini karşılıklı olarak dışlayan iki eğilim arasında sıkışmış hissetmeleri çok doğaldır.

Yayıncılık alanındaki tecimselleşme ve “deregülasyon” yönündeki gelişmeler bir anlamda ABD'de yayıncılık ve elektronik medya anlayışının dünyaya hakim olmasının bir göstergesi gibidir. Rowland (1997), ABD'deki anlayışın tarihsel olarak radyo ve televizyonun kültür kurumları olmaktan çok ticari araçlar olarak algılanmasıyla temellendiğini belirtiyor. Bunun bir göstergesi de, radyo ve televizyonun “fikirler piyasası” olarak tanımlanmasıdır. Bu tanımda da yansıdığı gibi ABD'nin yayıncılık alanındaki hakim metafor “ekonomik”tir ve insanlar yayıncılık tarihi boyunca, en başından itibaren “yurttaş” olmaktan çok “tüketici” olarak görülmüştür. Kuşkusuz toplumsal sorunlar, konular ve kaygılar yayıncılıkla ilgili tartışmalarda gündeme getirilmiştir ama yayıncılık

ve telekomünikasyonun tecimsel rolüne ilişkin varsayım öylesine baskındır ki, ABD yayıncılık politikalarında toplumsal ve kültürel konular her zaman ikincil düzeyde kalmıştır. Bu çoğu ekonomik olarak gelişmiş diğer ülkedeki durumdan tamamiyle farklıdır. Örneğin Avrupa'da radyo ve televizyonun tecimsel yönü tamamen ikinci plandayken, hatta kimi durumda önemsiz olarak görülürken, siyasal ve kültürel yönü yayıncılık politikalarının biçimlenmesinde özel bir etken olmuştur. 1990'larda dünyadaki yayıncılığın tecimselleşmesi yönündeki dönüşüm, bu karşılığın, ABD'deki anlayıştan yana çözüme bağlandığını göstermektedir.

Kuşkusuz bu çözümün yeni dünya ekonomik düzeniyle, siyasetin ve kültürün giderek orta malı veya doğrudan doğruya tecimsel mal haline gelişyle, nihayet "yurttaş" bireyden "tüketici" bireye doğru hızlı bir kayışla da ilgisi bulunmaktadır.

Finansman Sorunları

Radyo ve televizyon yayıncılığında, ister kamu olsun, ister özel, temel sorun yayın kuruluşu ve işletmesinin finansmanıdır. Radyo ve televizyon yayınları, gazete veya dergilerden, sinema veya tiyatrodan farklı olarak izleyicinin parasal katkısı en aza indirme, hatta sıfırlama yönünde gelişmiştir. Özel televizyon kuruluşları bu sorunu bir kısım yayın saatlerini reklamcılara, bir kısım programları da finansörlere (sponsor) kiralamak suretiyle çözüme bağlarken, kamu yayın kuruluşları için bu tür alım-satım işlemlerinden bağımsız, yani tecimsel olmayan farklı finansman yolları aranmıştır. Örneğin Kanada'da radyo ve televizyonu finanse etmenin dört temel yöntemini kullanmıştır: a) Kiliseler, üniversiteler, sendikalar veya imalatçılar gibi örgütlerin müşterilerine veya tüketicilerine ve kendilerine hizmet etmek üzere istasyon kurmaları ve mali olarak desteklemeleri şeklindeki kurumsal finansman; b) Program yapımı için gerekli paranın izlerkümelere mesajlarıyla ulaşma hakkını satın alan şirketler veya diğer kuruluşlar tarafından sağlandığı reklamcı finansmanı; c) Yayını fiilen kullananların karşılığında ödeme yaptıkları alıcı-ruhsat ücretlerinin ödenmesi (ki bu genellikle hükümet tarafından yıllık olarak toplanmakta ve tahsis edilmektedir); nihayet d) yayıncılığın maliyetini toplumda herkese yayan bir yöntem olan genel vergi gelirlerinden hükümet tahsisleri. (Vipond, June 1995).

Ne var ki tüm bu çözüm arayışlarına ve pratiklerine karşın kamu yayıncılığı bugün, doğrudan devlete sırtını yaslamadığı, yani günün siyasal iktidarıyla içli dışlı olmadığı, özetle iktidarın borazanı olmadığı takdirde tüm dünyada büyük mali sorunlar içinde bulunmaktadır. Finansman bakımından karma bir sistemi benimsemiş olan ülkelerde, yani kamu yayıncılarının bir yandan reklamlardan, diğer yandan da kamu kaynaklarından sağlanan gelirlerle varlığını sürdürdükleri ülkelerde, özel televizyonların rekabeti sonucu reklam gelirleri iyice azalan kamu televizyonları, giderek kamu kaynaklarına, dolayısıyla bu kaynakların dağıtımına karar verme yetkisi olan siyasal iktidarlara bağımlı hale gelmektedirler. Bu bağımlılık durumu ayrıca kamu yayıncılığının varlığına yönelik tartışmaları da alevlendirmektedir.

Bu tartışmalar özellikle kökleri 1950'lere uzanan Amerikan kamusal yayıncılığında yıllardır sürmektedir. Yayıncılığın temellerinin tecimsel olarak atılmış olduğu bu ülkede kamu yayıncılığı başlangıcından itibaren şiddetli tartışmalara neden olmuştur. Amerikan kamu yayıncılığı hiçbir zaman tümüyle teslim olmamakla birlikte hep piyasanın bir tutsağı olmuş, ekonomik ilişkilerden çok, siyasal ve toplumsal ilişkilerin hakim olduğu Avrupa kamu hizmet yayıncılık modelini taklit etme, benimseme gibi bir eğilim içine hiçbir zaman girmemiştir. ABD kamu yayıncılığı, bazı Avrupa ülkelerindeki gibi kapsamlı bir hizmet değil, genel sistem içinde bir boşluğu doldurma işlevi görmüştür ve görmektedir. Avrupa'da son zamanlarda yaşanan piyasaya ve piyasanın verimliliğine doğru kayış, ABD kamu yayıncılığında, en azından sürekli parasal kaynak bulma sorunları nedeniyle, her zaman yaşamın bir gerçeği olmuştur. Amerikan Kamu yayıncılığının ortaya çıktığı günden bu yana devamedegelen bu sorunlar, son yıllarda daha da şiddetlenmiştir. Bunun nedeni

özellikle muhafazakar politikacıların kamu yayıncılığına karşı dozu artan karşıtlığı, yeni teknolojilere ayak uydurma gibi zorlu bir görev ve izlerkitlenin istikrarsızlığı ve kararsızlığıdır (Aufderheide, 1996).

Benzer sorunlar, işlev ve yapı olarak Amerikan Kamu Yayıncısından (PBS) daha farklı biçimde örgütlenmiş olan Kanada Yayın Kuruluşu, CBC'yi de baskı altında tutmaktadır. CBC, toplumun kültürel cazibe ve üretim merkezi olarak kabul edilen, en azından hiç değilse bu iddianın geniş bir toplumsal onay gördüğü bir yayın kuruluşu olmakla birlikte, Boardman ve Vining'e göre (1996) bu iddialar esas olarak teknolojik değişme, özellikle televizyon kanallarının sayısını (örneğin kanal kapasitesini) artıran, dağıtım sistemlerinin sayısını artıran ve Kanada'ya ulaşan yayın sinyallerinin bazılarının konumunu değiştiren yeni dağıtım sistemleri nedeniyle tartışılır hale gelmiştir. Bu değişimler yayıncılığın mülkiyeti ve yasal düzenlemesine dair normatif sonuçları ve kamu sektörü yayıncılığının yeni ortamdaki icraatına ilişkin çözümlmeleri değiştirmektedir. Bunun Kanada için temel içerimi dağıtımın olasılıkla rekabete dayalı bir endüstri olmasıdır ve böylelikle CBC'nin dayandığı bir çok gerekçe de çürümektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığının üretim ve dağıtımına ilişkin geleneksel gerekçe, yani kamu hizmeti yayıncılığının ideolojik olarak varlık ve meşruiyet nedeni yayın araçlarının toplumsal önemine ve bu araçların değerler, tutumlar ve inançlar üzerindeki potansiyel etkilerine ilişkin düşüncelerden kaynaklanmaktadır. Ayrıca ekonomik değerlendirmelere dayalı olarak da kamu hizmeti yayıncılığının varlığını meşrulaştıran gerekçeler öne sürülmektedir. Ekonomik kuram düzene sokulmamış, tamamıyla tecimsel bir yayın sisteminin piyasanın tıkanmasına yol açabileceğini belirtmektedir. Ne var ki, tüm bu gerekçelere rağmen kamu yayıncılığı özellikle yeni yayın teknolojilerinin biçimlendirdiği yeni iletişim ortamının büyük baskısı altında bulunmaktadır ve böylelikle kamu yayıncılığının geleceği hala birtakım belirsizlikler içermektedir.

Brown'un (1996) İngiltere, Avustralya, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki kamu hizmeti yayıncılığının yapısı, finansmanı ve izlerkitle boyutuna ilişkin araştırmasında, kamu yayıncılığının görülebilir geleceğine ilişkin kestirimlerin ülkeden ülkeye de farklılık göstereceği ortaya çıkmaktadır. Yapı olarak İngiltere, Avustralya ve Kanada'da kamu yayın kuruluşları çok merkezi bir özellik gösterirken, Birleşik Devletler'de merkezi yapı iyice gevşektir. İngiltere'nin gayri safı milli hasılasından kamu yayıncılığına ayırdığı oran diğer üç ülkedekinden fazlayken, Amerika Birleşik Devletleri bu konuda sonuncu durumdadır.

Kamu yayın kuruluşları için başlıca sorun yeni tecimsel kanalların kendi hizmetlerini sundukları izlerkitlenin boyutu üzerindeki etkisidir. İzlerkitle sayısında ciddi bir düşüş bu kuruluşların parasal kaynaklarını dolayısıyla yayıncılık sistemleri içinde tuttıkları yeri tehdit edebilecektir. Brown'a göre Kanada'da kamu yayın kuruluşunun gelecekte varlığını sürdürmesi tehlikeye düşmüş görünmekle birlikte, İngiltere, Avustralya ve Birleşik Devletler'de görülebilir bir gelecek için durum aynı şekilde devam edecektir. Ne var ki Brown, halihazırda yaşanan değişikliklerin mahiyeti ve hızı göz önüne alındığında, öngörülebilir geleceğin süre olarak giderek daha kısalmakta olduğunu çözümlemesine eklemekten de geri kalmamaktadır (1996).

Yukarıda sayılan sorunlar ve tartışmalar kamusal yayıncılığın sorgulanmasına yol açtığı gibi, kamusal-özel (veya tecimsel) ayrımının da yeniden tanımlanmasını gerektirmektedir. Eğer kamu yayıncılığı özel ve tecimsel kanallar karşısında kendi varlık nedenini yeniden ve inandırıcı biçimde tanımlayamazsa, o zaman meşruiyeti giderek daha da tartışmalı bir hale gelecektir. Bu tartışmalı durumun çözüme bağlanmaksızın devam etmesi, sonuçta kamu yayıncılığının geleceği konusundaki karamsar düşünceleri haklı çıkarabilir.

Rekabetçi Ortamda Program Stratejileri

Yayıcılıktaki özelleştirme furçasının yayıcılık ortamındaki etkileri konusunda araştırmacıların üzerinde ağırlıklı olarak durduğu sorulardan biri de özellikle kamu yayın kuruluşlarının programlama anlayış ve stratejilerinde değişiklik olup olmadığıdır. Bu araştırmaların varsayımsal dayanağı, kamu yayıncılarının şiddeti artan rekabet ortamı nedeniyle, izleyici kaybına karşı özel televizyonların “eğlence” tarzı programlama stratejilerini giderek benimseme eğiliminde olduklarıdır.

Kuşkusuz bu araştırma sorusu, genellikle araştırmacıların kamu yayıncılığının işlevlerine ilişkin birtakım endişelerini de ima etmektedir. Özellikle kamu yayıncılığına birincil olarak biçilen görevin, yani demokrasinin koşulu olarak kamusal olay ve sorunlar hakkında bilgili ve bu sorunlardan haberdar bir kamu oluşturma işlevinin bu tür bir eğilim sonucu hasara uğraması özel bir endişe nedenidir. Dolayısıyla yapılan araştırmaların büyük çoğunluğu da siyasal konuların ve olayların ekranlara getirildiği haber bültenleri ve haber programlarını konu almaktadır.

Nitekim, Almanya’da yapılan ve televizyonun deregüle edilmesinin siyasal programlar bakımından sonuçlarını ölçmeyi amaçlayan bir araştırma, kamu ve tecimsel yayın kuruluşları arasında giderek artan rekabetin programlarda bir yakınlaşmaya neden olup olmayacağını sorguluyor ve böylesi bir gelişmenin, şayet varsa, siyasal enformasyon iletişiminin altını oyacağını, böylelikle televizyonun siyasal işlevini zayıflatacağını varsaymaktadır (Pfetsch, 1996). Araştırma 1985 ve 1986 yıllarında, yani televizyon yayıncılığının özelleştirildiği yılların hemen ardından siyasetin televizyonda temsil edilmesi ile ikili yayın sisteminin iyice yerleştiği 1993 yılında benzer temsili karşılaştırıyor. Sonuçta kamu ve tecimsel televizyon istasyonları arasındaki ağır rekabetin siyasal enformasyonun marjinalleşmesine yol açtığı, bununla birlikte haberlerde siyasal haberlerin her iki tür istasyonda da birbirlerine benzer hale geldiği ortaya çıkıyor.

Tecimselleşmenin siyasal yayınlara getirdiği bir başka yenilik ise, televizyonda “ciddi” siyasetin sadece geleneksel haber formatları, yani haber bültenleri içinde yer alması, buna karşılık siyasal enformasyon ile eğlence arasındaki sınırları bulanıklaştıran yeni haber formatlarının ortaya çıkmasıdır. Yani siyasal haber ile siyasal enformasyon arasındaki farklılık iyice belirginleşmekte, haber bülteni gibi geleneksel haber formatları “ciddi” siyasal haberleri konu alırken, siyasal enformasyon eğlence tarzıyla birleştirilmiş bir halde yeni haber formatlarında ele alınmaktadır.

Benzer şekilde, Hulten (1995), İsveç’te yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına dayanarak, kamu televizyonu ile özel televizyonlar arasındaki rekabetin program kalitesini etkilediğini öne sürmektedir. Hulten’e göre, kamu yayın kuruluşu olan *Sveriges Television* kanalları giderek hafif eğlence, spor ve dizi dramaların ağır bastığı tekbiçim bir program stratejisini benimsemeye başlamıştır. İthal edilen, standart formattaki programların miktarı artmaktadır ve program alımında özellikle Anglo-Sakson yapımlar başı çekmektedir. Kültürel yaşam, sanat, kurmaca-olmayan-enformasyon gibi kamu hizmeti yayıncılığının sağlamak niyet ve zorunda olduğu geleneksel öğretici, yol gösterici içerik ise göz ardı edilmektedir. Ne var ki İsveç kamu yayıncısı SVT’nin yönetimi 1993 güzünde bu eleştirilerin haklı olup olmadığını değerlendirmek amacıyla iki ayrı içerik analizi yaptırmış ve yapılan analiz sonucunda SVT kanallarındaki programların özel televizyonlarla artan rekabet içinde bu kanallarınkine benzer hale geldiği iddiası doğrulanmamıştır.

Benzer kaygılar ve sorunlar Avrupa’nın başka ülkelerinde de söz konusudur. Kimi araştırmacılar, rekabetin yol açtığı olumsuzluklardan yayıcılık ortamını düzenleme yetki ve iktidarına sahip olan siyasetçileri sorumlu tutmaktadır. Örneğin Traquina, Portekiz’de “vahşi serbestleştirme” denen bir süreç yaşandığını, Portekiz’deki siyasa yapıcılarının, televizyon yayın ortamını düzenleme konusunda karar vermeden önce, diğer ülkelerdeki deneyimler üzerine uzun süre düşünme ve deneyimlerin olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirme olanağı bulunmasına ve siyasal istikrarsızlığın sağladığı avantaja rağmen yeni rekabetçi televizyon çağının aşırılıklarını

yumuşatacak ve ulusal kurmaca programların üretimini özendirecek etkili bir yayıncılık siyaseti uygulamayı beceremediklerini belirtmektedir (1995).

Ne var ki, tecimsel ve kamu yayın kuruluşlarının programlama stratejilerinde biçim ve içerik bakımından farklılıklarını koruduklarını öne sürenler de bulunmaktadır. Örneğin, Avrupa dışında, Hong Kong'da kamusal ve tecimsel televizyon tarafından üretilen iki ayrı dramanın ideolojik bakımdan farklılığını metin çözümlemesi yaparak ölçen Ma (1995), tecimsel televizyon tarafından üretilen dramaların toplumdaki hakim ideoloji ile titreşim, yani sıkı bir ilişki içinde olduğunu, kamusal televizyondaki dramaların ise varolan düzenle pazarlık yapan bir içeriğe sahip olduğunu belirtmektedir. Bu ideolojik farklılığın nedeni, iki televizyon sisteminin referans çerçeveleri arasındaki farklılıktır. Tecimsel televizyonun popüler estetik ve kitlesel izleyici oranının geribesleme sistemiyle birlikte işleyen örgütsel tecimsellik şeması iddiasız, göze çarpmayan bir referans çerçevesi yaratmaktadır. Buna karşılık kamu televizyonunda, seçkin estetik ve eleştirel değerlendirme geribesleme sistemiyle birlikte işleyen tecimsel-olmayan örgütsel şema daha iddialı bir referans çerçevesi yaratmaktadır.

Kuşkusuz özel televizyonculuğun, daha önce böyle bir deneyimi olmamış ülkelerde kamu televizyonları üzerinde özellikle içerik, programlama ve giderek bütçe, örgütlenme bakımından etkileri olmuştur. Burada özellikle kamu televizyonculuğu ile özel televizyonculuk arasındaki rekabetin çok şiddetli bir şekilde yaşandığı ortamlarda bu etkinin daha da fazla olacağını düşünmek doğal görünmektedir. Ne var ki, bu iki yayıncılık tarzının dayandıkları zihniyet, anlayış ve varoluş nedenleri arasında büyük farklar bulunmaktadır ve seyirci elde etme veya seyirci kaybetmeme şeklinde ortaya çıkan rekabet bu farkları zaman zaman unutturmaktadır.

Kamu Yayıncılığının Kimlik Sorunu

Kamusal televizyon kuruluşlarının tecimsel televizyonlarla rekabet içinde özel kanalları referans almak ve onlara benzemek sayesinde kendilerini koruyabilecekleri düşüncesini benimsemeleri bu ikili yapıyı, tecimsel televizyonculuk lehine bozması anlamına gelecektir. Oysa kamu yayıncılığının tecimsel televizyonlardan farklı işlevleri vardır ve bunların varlık nedeni, meşruiyeti de bu farklılıklara dayanmaktadır. Kamu yayıncılığının önde gelen işlevi toplumda hayatın bir çok katmanından gelen insanın katılımına olanak sağlayacak bir söylem biçimi oluşturmak ve bunu sürdürmektir. Kamu yayıncılığı devlet ile toplum arasındaki bir alanda varolmaktadır. Bu durumda kamusal yayıncılığın özgür ve canlı bir forumu sürdürecektir kadar güçlü ve direşken olması gerekir. Ayrıca kamusal yayıncılığın rolü sadece böylesi bir forumu sağlamak değildir. Kamusal en azından böylesi bir forumun sağlanması gerektiği ilkesine dayanmalıdır. Bu ilkenin tözsel bir değer olarak benimsenmesi ve kamusal yayıncılığın bu değere bağlılığını sürdürmesi gerekmektedir (Hamada, 1997).

Jay Blumler derlediği kitapta (1992), televizyonun diğer ticari mallara benzemediği gibi sadece bir rahatlatma ve eğlenme kaynağı olmadığını da öne sürmektedir. Televizyon ayrıca siyasal iktidarı bir aracı, kültürel deneyimin kaynağıdır. Bu bakış açısıyla düşünüldüğünde, Blumler kamu yayıncılığının yeniden icat edilmesi için bir üçüncü yeni modelin devreye sokulması gerektiğini öne sürmektedir. Bu üçüncü bir modeldir, çünkü ne eski kamusal, ne de eski tecimsel modele benzemektedir ve bu modelde izleyiciler artık göz ardı edilemeyecektir.

Ancak bu yeni modelde, Blumler ve Gurevitch'e göre (1995), demokrasinin gereksinim duyduğu, yani siyasal gündemdeki gerçek konulara ilişkin bir şeyleri bilen ve gerekli enformasyonla beslenen etkin ve katılımcı bir yurttaş kavramı için vazgeçilmez olan bir yayıncılık anlayışından kesinlikle ödün verilmeyecektir. Bu anlayış kamu yayın kuruluşlarına siyasal sistem için şu hizmetleri görev olarak vermektedir:

“Toplumsal-siyasal ortamın gözetim altında tutulması; yurttaşların refahına olumlu veya olumsuz olarak dayanan gelişmelerin bildirilmesi; günün temel konularını, bunları oluşturan ve çözebilecek güçte olan etkenleri de içerecek şekilde belirleyen, anlamlı bir gündem oluşturma; siyasetçilerin ve diğer amaçları ve çıkar gruplarının görüşlerini dile getiren sözcülerin iddialarının tartışıldığı platformları sağlama; çok çeşitli görüşler arasında diyalog ortamı sağlama; iktidar sahiplerinin iktidarlarını nasıl kullandıkları konusunda hesap vermelerini sağlayacak mekanizmalar geliştirme; yurttaşların siyasal süreci sırf izlemekle kalmayıp, katılımlarını, öğrenmelerini ve seçmelerini sağlayacak itici gücü oluşturma; siyasal ortamlarıyla potansiyel olarak ilgilenen ve bu ortamı anlamlandırabilen izlerküne mensuplarına karşı saygılı olma...”

Özetle söylenecek olursa, özellikle ana amacı para kazanmak olan tecimsel kanalların yayın ortamını doldurduğu, çoğu politikacıların, hatta siyasal iktidarların, “izleyicinin aralarında seçim yapabileceği 50’den fazla başka kanal varken, kamu kaynaklarıyla desteklenen bir televizyon kanalına ne gerek var?” sorusunu sorduğu ve bu soruyla da kamu yayıncılığının meşruiyetini sorguladığı bir ortamda, kamu hizmeti yayıncılığının işinin zor olduğunu belirtmek gerekiyor. Kamu yayıncılığı artık eskiden olduğu gibi izleyiciyi göz ardı ederek, kurum olarak doğru olduğunu düşündüğü tarzda, ödün vermeksizin istediği yayını yapamayacaktır. Kamu kesiminin ve kamu yayıncılığını destekleyenlerin önünde, gelecekteki izleyicilerinin beklentilerini biçimlendirmek gibi zorlu bir görev bulunmaktadır. Değil mi ki tecimsel rakipler ve piyasa modeli kültürel yaşamın gerçeği haline gelmiştir, o halde kamu kesimi bu yeni duruma uyum sağlamak, kendisini tecimsel televizyonlardan ayırt eden değerini izleyicilerine pazarlamayı öğrenmek zorundadır.

Burada sorulması gereken temel soru, tüm bu olumsuz gelişmelere karşın acaba hala bir kamu yayıncısına gereksinim olup olmadığıdır. Güney Afrika’daki yayıncılık düzenlemelerini tartışan Ruth Elizabeth Teer-Tomaselli, bu soruyu şu iki gerekçeye dayanarak olumlu biçimde yanıtlamaktadır (1998): “Eğer ulusal kimliğin ve kültürün korunmasına gereksinim duyuluyorsa ve toplumun ekonomik olarak alt düzeydeki kesimlerine, enformasyon, eğitim ve eğlence sağlamaya gereksinim duyuluyorsa, o zaman kamu yayıncısına gereksinimimiz hala bulunmaktadır.”

Gerçekten de her şeye karşın kamu hizmeti yayıncılık anlayışının devri kapanmış denemez. Çünkü piyasa çok geniş bir kanal seçim olanağı sunsa da, kamu hizmeti yayıncılarının sağladığı geniş kültürel ve toplumsal yararlar alanını destekleyemez. Eğer alan tümüyle tecimsel kanallara bırakılacak olursa o zaman ortak kültür kalıtının ve demokrasinin tehlikeye düşme olasılığı ortaya çıkar. Üstelik, yurttaşların enformasyon edinme özgürlüğünün giderek temel insan hakları arasında sayılır hale geldiği günümüzde, tecimsel yayıncılıkta artan tekel ve çapraz-medya mülkiyeti seyir seçeneklerinin çoğulluğunu azaltmaktadır. Bunun yanı sıra, piyasanın ekonomik baskıları habercilerin pahalı hizmetlerde kesinti yapmaya ve kitlesel izleyicileri cezbeden daha yumuşak, daha sansasyonel haberler üzerinde odaklanmaya yönelmektedir (Groombridge ve Hay, 1995). Bu koşullar göz önünde tutulduğu zaman üzerindeki tüm baskılara karşın, kamu hizmeti yayıncılık anlayışının dayandığı düşünsel ve pratik temellerin geçerliğini hala sürdürdüğünü yadsımak olanaksızlaşmaktadır.

d. ENFORMASYON DEVRİMİ DEDİKLERİ

Toplumsal yaşama, toplumsal değişimlere ilişkin denklemler en güçlü ve sağlam görüldükleri anda bile yıkılma ve çürütülme tehlikesini ve zaafını içermektedirler ne yazık ki. Teknoloji, siyaset, dünyadaki konjonktür arasında kurmuş olduğumuz ve kamu yayıncılığının günümüzde yaşadığı sorunları, dünyada kamusal yayıncılık sisteminin geçirdiği köklü değişiklikleri açıklamaya çalışan yukarıdaki denklemlerimiz de aynı zaafı kuşkusuz taşımaktadır, hem de tüm taşları birbirine olabildiğince uyumlu bir şekilde oturmuş görünse bile... Yine de bu tür denklemler kurmaksızın olan biteni bırakın açıklamayı anlamaya bile olanak yoktur. Şimdi yukarıda kurduğumuz bu

denklemin önemli bazı unsurları üzerinde duralım. Kuşkusuz bu unsurların önde gelenlerinden biri enformasyon teknolojisindeki gelişmelerdir.

Nedense İkinci Dünya Savaşından sonra başlayan ve günümüzde de devam eden, epeyce de moda olan bir eğilim, savaş sonrasında çok hızlı bir şekilde yaşanan teknolojik ve toplumsal değişiklikleri, bu değişikliklerin sonucunda ortaya çıkan yeni toplumu tek bir özelliği yalıtacak şekilde tanımlamak olmuştur. Bunlar arasında en çok bilinen ve yaygın olarak kullanılanlar, “kitle toplumu”, “tüketim toplumu”, “endüstri-sonrası toplum”, “enformasyon toplumu” nitelemeleridir. Tremblay’ın (1995) biraz da ironik bir şekilde belirttiği gibi, eğer bu nitelemeleri ortaya atan yazarlara inanacak olsak, toplum türlerinin hükümetler kadar sık değiştiğini kabul etmemiz gerekecektir. Tremblay’a göre, gerçek bu tür nitelemelerin ima ettiğinden çok farklıdır. Son yarım yüzyılda değişme hızındaki inanılmaz artışa karşın, toplumdaki derin dönüşümler daha yavaştır ve ötsel olarak selamlanan belli gelişmelerin sistemin temeli üzerinde öngörülmüş olduğu kadar dramatik bir etkisi olmamıştır ve olmayacaktır.

Ayrıca bu tür nitelemeler tümleştirici bir kuramsal çerçeve dayatma bakımından da kusurludurlar. Tümleştirici kuram kendisiyle çatışan bakış açılarını dışlama eğiliminde ve tüm toplumsal alanın anlamını açıklama iddiasındadır. Böylelikle sözgelisi “enformasyon toplumu” nitelemesi, bu nitelemenin çerçevelediği kuramsal alan içindeki parametrelerin tüm toplumsal alanı kuşatacağı ve açıklayacağı iddiasını içerdiği için, toplumsal yaşamın tüm karmaşıklığı ve zenginliği içinde kavranmasını engelleyen bir perspektifi içermiyebilir.

Bu kayıtlamalar çerçevesinde değerlendirildiğinde, günümüzün en popüler nitelemelerinden biri olan “enformasyon toplumu” (ya da Türkçe’de daha bilinen ve sevilen şekliyle “bilgi toplumu”) kavramı neyi ifade etmektedir? Bu kavramın tanımladığı toplumsal formasyonun ayırt edici karakteristikleri nelerdir? Bunlar yeni bir toplum türü iddialarını haklılayan radikal bir dönüşümü, matbaanın icadı, yazının icadı, endüstri devrimi kadar önemli bir değişmeyi mi temsil etmektedir?

Radikal bir değişme olarak enformasyon toplumunun ortaya çıkışını ortaya atan iddia özünde iki düşünceye dayanmaktadır: (1) Enformasyonun işlenmesi ve iletilmesindeki aşırı hızlı gelişmeler, ve (2) insan etkinlikleri alanında enformasyon ve bilginin artan stratejik önemi.

Enformasyonun çağdaş toplumlarda artan önemini ortaya atan ve bu gelişmeler sonucu yeni toplumsal yapılaşmanın endüstri-sonrası olarak nitelendirilmesi gerektiğini belirten düşünürlerin önde geleni Daniel Bell’dir (1973). Bell endüstri-sonrası toplumunu tüm önceki toplumsal yapılaşmalardan farklı, onların karşısında bir yapılaşma olarak tanımlar. Bu yeni toplumsal formasyon insanlığın tüm tarihini yeniyi eskiden ayırmıştıran bir şema halinde kapsamaktadır.

Marc Porat’ın ABD ekonomisine ilişkin istatistik çözümlemesine dayanarak Bell şu değerlendirmeyi yapar (1980): Gayri Safi Milli Hasılanın yaklaşık yüzde ellisi ve ücretlerle aylıkların yüzde ellisinden fazlası enformasyon mal ve hizmetlerinin üretimi, işlenmesi ve dağıtımından kaynaklanmaktadır. Gelir kaynakları dışında bu yeni toplum, iş gücünün yarıdan fazlasının tarihte ilk kez olarak enformasyon işçilerinden oluşmasıyla da eski toplumsal formasyonlardan farklıdır. Bir başka ve çok önemli farklılık da, bu toplumda bilgi ve enformasyonun toplumun eksenindeki ilkeler haline gelmesidir. Daha önceki tüm toplumsal formasyonlar da bilgiyi üretimde kullanmış olmakla birlikte, bu yeni toplumun ekonomisi ilk kez olarak “bilgi ve mühendisliğin iç içe geçmesiyle”yle karakterize olmaktadır.

Tüm bu gelişmelerin her insanı, her kurumu ve yeryüzündeki her ulusu nasıl etkileyeceği sorusu hemen herkesin kafasını meşgul eden ve bir cevap aradığı sorudur. Görülen odur ki, enformasyon teknolojisindeki gelişmeler gerçekten yeni bir güç sağlamıştır insanlığa ve bu güç mal ve hizmetlerin işlevselliğine katkıda bulunmakta ve yenileri için de fırsatlar açmaktadır. Enformasyon teknolojisi giderek artan biçimde bireysel yaşamları, mekan ve zaman kavramlarından işyeri

ilişkilerine ve ortamına, bireysel düşünce süreçleri ve değer yönelimlerine kadar bir çok yönden dönüştürmektedir. Bu teknolojinin etkisi, onyıllar, hatta olasılıkla yüzyıllar boyu hissedilecektir.

Karamsarlık ve İyimserlik

Ama enformasyon teknolojisinin neden olduğu bu devasa değişimin uzantıları ne olacaktır? Bu soruya verilecek yanıtlar aslında iletişim alanındaki teknolojik gelişmelere gösterilen tepkilerle bağlantılıdır ve bu tepkiler iyimser ve karamsar olmak üzere iki geniş kategori altında toplanmaktadır. İyimser tepki yenilikleri kaçınılmaz ilerlemenin unsurları olarak görmektedirken, karamsar olan yaklaşım artan bir yabancılaşma sorununa dikkat çekmektedir. Gerçekte teknolojik gelişme konusundaki yaklaşımların bu süreci böylesine ikili karşıtlıklardan birini yeğleyip onu öne çıkaracak şekilde değerlendirmeleri, işin aslına bakılacak olursa, anlamsız ve verimsiz bir kamplaşmanın örneği olmaktan ileri gidemez.

Teknolojik gelişmeleri değerlendirirken hem karamsarlığı, hem de iyimserliği içeren betimlemelere gereksinim vardır. Zira enformasyon teknolojisiyle bağlantısı tartışılmaz olan toplumsal değişimlerin bir yanıyla yıkıcı, tehdit edici olacağı kuşkusuzdur ama aynı zamanda bunların bir yanıyla da özgürleştirici ve bireyi güçlendirici olacağı tartışılmaz. Yıkıcı ve özgürleştirici, tehdit edici ve güçlendirici yönsemeler arasındaki dengenin sağlanması, Steele'e göre (1996), bireylerin bu teknolojiyi yönlendirme ve denetleme tarzlarına bağlı olacaktır. Şayet bu denge sağlanabilirse, enformasyon teknolojisinin sağladığı güçle insanoğlu hem devasa sayılarda küçük "hesap birimleri"ni belirleme, karakterize etme, manipüle etme ve denetleme olanağı veren entelektüel bir mikroskopa, hem de insanın zaman ve mekan olarak kendisinden uzaktaki olaylar manzarasını daha ayrıntılı bir şekilde görmesini ve denetlemesini sağlayacak entelektüel bir teleskopa kavuşacaktır. Bu güç, insana şimdiye kadar ele avuca sığmayan veya görünür olmayan sorunları ele alma, bu sorunlarla cebelleşme ve bunları çözüme bağlama kabiliyetini sağlayacaktır.

Steele'in enformasyon teknolojisinden kastı kuşkusuz insanlık tarihindeki diğer enformasyon devrimlerinden farklı, insanı nitel ve nicel bir sıçrama yapacak denli köklü ve önemli bir gelişmedir. İnsanlık tarihi boyunca enformasyon alanında bir çok devrim birbirini izlemiş, bunlar gerçekten de insanın hem zaman, hem mekan, hem de zihniyet bakımından öncesiyle kıyaslanamayacak bir dönüşümünü gündeme getirmişlerdir.

Fang (1997), kitle iletişimlerinin tarihini enformasyon devrimleri bağlamında kurduğu çalışmasında tarih boyunca altı enformasyon devriminden söz etmektedir. İlki "Yazı Devrimi" olarak nitelenenidir ve İÖ Sekizinci Yüzyıl civarında Yunanistan'da başlamıştır. İkincisi Matbaa Devrimi olup, On beşinci Yüzyılın ikinci yarısında Avrupa'da başlamıştır. Esas olarak Çin'den ithal edilen ama Arap ve Magrip kültürlerden de gelen kağıdın ve Alman nalbant Johannes Gutenberg'in monte ettiği bir matbaa sisteminin birleşmesiyle ortaya çıkan bir devrimdir bu. Üçüncü devrim Fang'a göre "Kitle İletişim Araçları Devrimi"dir. Bu devrim On dokuzuncu Yüzyıl ortalarında Batı Avrupa ve Doğu Birleşik Devletlerde, kağıt üretimi ve matbaa yöntemlerindeki ilerlemelerin ve telgrafın icadının bir araya gelmesiyle başlamıştır. Dördüncü enformasyon devrimi olan "Eğlence Devrimi" On dokuzuncu Yüzyılın sonuna doğru Avrupa ve Amerika'da başlamıştır. Sesin kaydedilip depolanabilmesi, herkesin satın alabileceği, sahip olabileceği kameralar ve film gibi teknolojilerle birlikte gerçekleşmiştir bu devrim. Beşinci devrim "İletişim aygıtlarının aile yuvasına, evlere girmesi"dir. Bu devrim Yirminci yüzyılın ortasında gelişmiş ve aile yuvasını enformasyon ve eğlence alımının merkezi mekanına dönüştürmüştür. Son devrim ise "Enformasyon Otoyolu Devrimi" olup, günümüzde yaşanmaktadır ve bilgisayar, yayıncılık, uydu ve görsel teknolojilerin yakınsaması sonucu ortaya çıkmaktadır.

Gerçekte elektronik medyanın 150 yıllık tarihine kısaca bakıldığında iletişim araçlarının yakınsamasının yeni bir durum olmadığını görüyoruz (Winseck, 1998). Daha 1870'lerin sonu ve

1880'lerin başında telgraf telefonla buluştuğunda böyle bir yakınsama gerçekleşti. Telekomünikasyon ile yayıncılığın yakınsamasının tarihi ise daha öncelere 1850'lere uzanır. Yayıncılık tarihinde de benzer gelişmeler örneğin radyonun noktadan-noktaya telsiz telgraftan yayıncılığa geçmesi bunun bir örneğidir. Bu yakınsama tarihini hükümet ve şirketlerin politikaları temelinde incelediğimizde ise, medyanın evriminde "sırf teknoloji"den ziyade bu politikaların daha güçlü belirleyiciler olduğunu görmekteyiz. Dolayısıyla teknolojik gelişmeleri değerlendirirken, sırf teknolojinin içsel mantığından hareketle iyimserlik ya da karamsarlığa kapılmanın pek doğru bir ruh hali olmayacağı söylenebilir.

Teknolojik gelişmelerin ne iyimser, ne de karamsar biçimde yorumlanması gerekmediği ama bunların insan ve toplum için geleceğe yönelik belirsizlikler içerdiğini öne sürenler de bulunmaktadır. Örneğin toplumun kendisini endüstriyel çağdan "telecosm" olarak nitelediği çağa doğru, toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik olarak dönüştürdüğü bir zaman diliminde, seçme özgürlüğünün gücünü ve sonuçlarını tartışan Weinman (1997), bu yeni çağda fikirlerin ve enformasyonun bilinen kanallar ve araçlarla değil, siberuzam aracılığıyla dağıtıldığını belirtmektedir. Ne var ki, Weinman'a göre bu yeni teknoloji çağında insanın ve toplumların geleceği belirsizdir. Belki Huxley veya Orwell'in "info-tech" topluma ilişkin "1984" ve "Brave New World"deki tahminleri daha şimdiden gerçekleşmiştir. Yani insanlar insanlıklarından vazgeçmiş, kendilerini ya "1984"deki gibi siyasal despotizmin zorbalığına, ya da "Brave New World"deki gibi özgürce seçim yapma zahmetinden kurtularak, teknolojinin zorbalığına terk etmiş olabilirler. Bunun alternatifi ise bireyin, çoğulculuk, farklılık ve cemaat anlayışıyla kurulmuş bir ortamda güç kazanmasıdır. Weinman, bu yeni çağı belirsiz kalan etkenin sırf teknoloji olmadığını belirtmektedir. Çünkü bu sadece bir teknoloji çağı değil, yeni bir insan iletişimi çağıdır.

Fang ve Weinman, enformasyon teknolojilerindeki gelişmeleri uzantıları bakımından değerlendirirken bunları devrim olarak nitelemekte herhangi bir sakınca görmemekle birlikte, böyle bir nitelemenin teknolojist-determinist bir konumu dile getirmesi bakımından belli sakıncaları olduğuna da dikkat çekmemiz gerekiyor. Nitekim Esrock, böylesi bir teknolojizm ve determinizm kaygısını dile getirmemekle birlikte, Enformasyon Otoyolunun iletişimde devrim yaratma potansiyelinin popüler bir medya konusu haline geldiğini, aslında bir devrimden değil, bir çok teknolojik, siyasal ve ekonomik faktörler dizisinin devreye girerek süreci yumuşatması nedeniyle bir evrimden söz edilebileceğini öne sürmektedir (1997).

Burada popüler medyanın bu süreçlerdeki etkisini anımsatmakta yarar var. Popüler medya hakim söyleminde her ne kadar mevcut olandan ve yerleşik düzenden yana olsa da, niyeyse özellikle bilimsel ve teknolojik gelişmeler konusunda "devrim" gibi köklü bir değişimi dile getiren kavramları kullanmaya pek mütemayıldır. Bu söylemsel tavır aslında popüler medyanın muhafazakar konumuyla taban tabana zıttır. Çünkü teknoloji alanında gerçekten "devrim" olarak nitelenebilecek gelişmelerin, sırf gerçekleştikleri alanda değil, toplumun her alanında köklü değişimleri de zorunlu olarak içerimlediği kuşkusuzdur. Popüler medya, tüm bu çelişkiye karşın, olağan gelişme süreçlerini de, evrimsel değişimleri de köklü bir dönüşümü ifade edecek biçimde devrim olarak tanımlamakta ve sergilemekte pek mahirdir. Bu eğilimin nedenlerini daha sonra, televizyonun temsil ettiği hayat ve dünyayı dramatikleştirme, sansasyonelleştirme eğilimlerinden söz ederken ele alacağız. Ama kuşkusuz bu nedenler arasında medyanın iyi veya kötü niyetli olması bulunmamaktadır, yani medyanın topluma ilişkin niyeti önem taşımamaktadır.

Bu arada enformasyon teknolojisindeki ister devrim, isterse evrim olarak nitelensin, gelişmelerin hiç de beklendiği veya iddia edildiği gibi insanoğlunu güçlendirici olmayacağını, bu gelişmelerin, olanakların her yana olabildiğince eşit olarak dağıtıldığı bir küresellik oluşturmadığı, tam tersine erk sahibi olanlarla erksiz olanların, zenginlerle yoksulların arasındaki uçurumu daha da artırdığını iddia edenler de bulunmaktadır. Fortner bu yöndeki iddiasını "enformasyon toplumunda aforoz

edilme" şeklindeki çarpıcı bir başlıkla formüle etmektedir (1995). Fortner'e göre evrensel bir enformasyon hizmeti, bu hizmetlere reklam aracılığıyla sağlanan yığınsal mali desteklere rağmen hiçbir iletişim aracı tarafından başanılmış değildir. Toplumun yoksul üyeleri bu hizmetten aforoz edilmişlerdir. Bunun özellikle onların öz-değer duyguları, demokrasi pratikleri ve bizzat toplumdan beklentileri üzerinde derin ve olumsuz etkileri olmaktadır.

Golding ise yeni bir enformasyon çağına girdiğimiz, bu yeni çağın kapsam olarak küresel, yapı olarak eşitlikçi ve özü itibariyle insanı güçlendirici, insanın iktidarını artırıcı olduğu iddiasını eleştirerek, bu iddiaya karşıt kanıtları ortaya atmaktadır. Kitap üretimi Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nin hakimiyetindedir. Yayıncılığın bir çok bölgede hakim araç olarak gelişmesi hızlı ve dramatik olmuştur. Gelişmiş dünyanın gelişen dünyaya oranla kişi başına yaklaşık altı katı fazla radyosu vardır ve televizyon alıcısı bakımından bu fark dokuz kata ulaşmaktadır. Zengin ve yoksul arasındaki uçurumun bu olumlu niteliklemlerle karakterize olan yeni çağda daha da genişlediği, başka iletişim araçlarına bakıldığında da çarpıcı bir şekilde örneklenmektedir (1994).

Enformasyon Toplumu ve Yeni İletişim Teknolojileri

"Enformasyon Toplumu" kavramının iletişim teknolojisindeki gelişmenin, dijitalleşme teknolojisinin genelleşmesinin ve enformasyon ile bilginin modern ekonomilerdeki stratejik öneminden kaynaklanan toplum türünü betimlemek üzere ortaya atılmış olduğunu belirten Tremblay (1995), bu kavramın nahif bir ilerlemeciliğin abartılı bir şekilde büyütülmüş olduğu determinist bir bakış nedeniyle savruk olduğunu öne sürmektedir. Bu kavram işe yaramayacak kadar belirsizdir. Enformasyon kavramı güncel olaylardan bilimsel buluşlara ve eğlence ürünlerine kadar geniş bir konu alanını kapsamaktadır. Bu nedenle bir enformasyon toplumundan söz etmek bir ekonomik toplumdan, bir siyasal toplumdan veya bir toplumbilimsel toplumdan söz etmek kadar, hatta belki onlardan da fazla anlamsızdır. Tüm toplumlar enformasyon toplumlarıdır.

Toplumun bilgisayarlaştırılması ile enformasyon toplumu kavramı birbirine karıştırılmamalıdır. Enformasyon toplumu modeli yeni enformasyon hegemonyasının endüstri toplumunu dönüştürdüğünü iddia eder. Ama tersine, acaba kendimize şu soruları sormamız gerekmez mi? Enformasyon ve iletişim dünyasını dönüştüren, her zamankinden daha da baskın olarak tecimsel zihniyetin yaygınlaşması değil midir? Belli başlı değişikliğin enformasyon ve iletişimin ekonomi ve toplumun işleyişine giderek daha fazla tümleşikleşmesi, enformasyon ve iletişimin endüstri toplumunun işlemsel kurallarına boyun eğmesi -özetle enformasyonun, kültürün ve iletişimin metalaşmasıyla ilişkili değil midir? Tremblay'a göre, hali hazırdaki dönüşümler kapitalizmin yeni bir evresi, tecimsel ve endüstriyel mantığın daha önceleri bu mantıktan kendisini kurtarabilmiş olan kesimleri kapsayacak şekilde genişlemesi olarak görülmelidir. Yaşamakta olduğumuz geçiş dönemi, bir "sanayi-sonrası toplum" olmaktan çok, bir endüstriyel örgütlenme tarzından bir başka örgütlenme tarzına, isim babası Henry Ford olan Fordizmden, isim babası Bill Gates olan Gatesizm'e yönelik bir değişimden ibarettir.

Enformasyon toplumu kavramının bugünkü haliyle ayırt edici özelliği telekomünikasyon ile yayıncılık arasındaki yakınsamadır, yani iletişim araçlarının bütünleşikleşmesidir. Böylesi bir dönüşüm toplumsal, ekonomik ve siyasal bazı düzenlemeleri gerektirir. Schoof ve Brown (1995) bu düzenlemeleri gerçekleştirecek yeni bir iletişim siyasasının gereğinden söz ederken bu siyasanın çerçevesinin tüm iletişim araçlarını kapsayacak biçimde olmasını ve farklı iletişim sektörlerindeki siyasalar arasındaki tutarsızlıklardan arınmışlığını gerekli görmektedirler. İletişim araçlarının bütünleşikleşmesi sonunda yaşamın tüm yönlerini etkileyeceği için bu siyasa çerçevesinin sırf ekonomik boyutla sınırlı olmaması, toplumsal ve kültürel değerlerin tüm tayfını hesaba katması gerekmektedir.

Teknolojideki dramatik gelişmeleri şöyle kuşbakışı irdelediğimizde bu gelişmelerin insanoğlunu

bir başka geleceğe doğru taşıdığını iddia edenler de bulunmaktadır. Midwinter, bu iddiayı paylaşırken özellikle şu üç teknolojik eğilimin önemini vurgulamaktadır (1995): Tüm “elektronik sistemlerin” daha verimli ve etkili tümleşik devrelerin geliştirilmiş olması sayesinde fiilen analogdan sayısal çevrilmesi; dünyanın her yerine çok düşük maliyetle büyük miktarlarda veri gönderilmesini hızla olanaklı hale getiren fotoniklerdeki gelişmeler; ve donanımı değiştirmeksizin işleyişi tekrar tekrar değiştirilebilir olan “yazılım-tanımlı sistemler”in artan önemi. Ne var ki Midwinter, teknolojinin hızla ileriye doğru ilerlemeyi sürdürmekle birlikte, evrensel bir enformasyon çağına getirdiklerinden tam olarak yararlanabilmemiz için farklı sistemler arasındaki yazılım bağdaştırılabilirliğin sorununun çözülmesi gerektiğini belirtmektedir.

Midwinter enformasyon çağına sağladığı olanakların sınırsız biçimde kullanılması karşısındaki engelleri teknik bir ayrıntıya, “yazılımların bağdaştırılabilirliği” soruna indirirken, Crandall (1995) sorunu mevzuata, yasal düzenlemelere bağlamaktadır. Şöyle demektedir Crandal: “Teknolojideki değişimler telekomünikasyondaki değişmeye ivme kazandıran başlıca güç olmakla birlikte, telekomünikasyon teknolojisinin büyük bölümünü kuşatan hükümet mevzuatının sert yapısı bu teknolojinin olanaklı kıldığı hızlı yakınsamayı engellemektedir. Mevzuat engellemelerinin direşkenliğine ilave olarak hizmetlere yönelik talebin de bölük pörçük olması araçların bütünleşikleşmesini olanaksız kılıyor olabilir.” Bütünleşikleşmenin eşliğinde olsak bile, Crandall’a göre henüz bu eşikten içeriye çok önemli bir adım atılmış değildir.

Kimi yazarlar yeni teknolojilerle mevcut mevzuatın uyumsuzluğu konusunun çok önemli olduğunu, yeni teknolojilerin özellikle basın ve yayın mevzuatını yeniden tanımlama gereğini ortaya çıkardığını öne sürmektedirler. Örneğin Plotkin’e göre (1996), bugün hala geçerli olan mevzuat basın ya da yayın aracının üzerinde odaklanmıştır. Bunun nedeni yüzyılın başında basın işlevinin gazeteler veya radyo ve televizyon aracılığıyla yerine getiriliyor olmasıdır. Ne var ki kablolu televizyon, bilgisayar şebekeleri, etkileşimli teknolojiler ve iletişim alanındaki diğer yeni teknolojiler bu mevcut yasal çerçeveye pek uygun değildir. Demek ki günümüzde, iletişim aracıyla sınırlı kalmayan bir basın tanımına gereksinim duyulmaktadır. Plotkin bu konudaki önemli bir tehlikeye işaret etmekte ve basın mevzuatı konusunda geleneksel teknolojileri temel alan bir yaklaşımın, yeni iletişim teknolojilerinin potansiyel olarak sahip olduğu demokratik söyleşme olanağını tam olarak kullanmaktan bizi alıkoyabileceğini belirtmektedir. Oysa yeni iletişim teknolojileri kitle iletişimini veya kamusal iletişimi değil, özel etkileşimi kayıran ve bunu olanaklı kılan bir özyapıya sahiptir. Yeni mevzuat tanımının Plotkin’e göre bu teknolojilerin doğasındaki cemaat ve yüz yüze etkileşimin kullanımını olanaklı kılacak bir şekilde yeniden tanımlanması gerekir. Ancak görünen odur ki, iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler karşısında neredeyse ağzımız bir kanış açık, hayranlık duygusu içinde bunları izlerken, mevzuatın bu gelişmelerin bizlere sağlayacağı potansiyeli tam olarak değerlendirmek bir yana, tam tersine, bu potansiyeli gemleyecek şekilde direnci sürmektedir.

Benzer şekilde Egan da (1994), giderek enformasyon yeğin hale gelen küresel bir ekonomide, gelişmiş bir telekomünikasyon şebekesi altyapısının ekonomik büyüme ve değer yaratımının anahtarı olduğu konusunda herkesin hemfikir olduğunu; bütün dünyada hükümetlerin gelişmiş telekomünikasyon şebekesi altyapılarına yatırımı özendirdiğini, kamu sektörünün çoğu ülkede kısıtlı bütçeye sahip olması nedeniyle yeni hükümet siyasaları ve mevzuatının özel sektör yatırımını harekete geçirmeyi amaçlaması gerektiğini öne sürmektedir. Yatırım teşvikleri doğrudan yüksek kar ve rekabet avantajlarıyla ilişkili olmakla birlikte kökleşmiş mevzuat süreçleri kazançları ve pazarın gücünü kısıtlamayı sürdürmekte, dolayısıyla özel yatırımın artmasına karşı yaman bir kurumsal engel oluşturmaktadır. Egan’a göre, teknolojik gelişmenin önündeki bu engelin kaldırılması gerekmektedir.

Ne var ki, teknolojinin, özellikle iletişim araçlarındaki yapısal değişikliklerin kanal kapasitesinin

sınırlı olması nedeniyle yayıncılığı sıkı sıkıya düzenleyen mevzuatın geçersizleşmesine otomatikman yol açacağını, gelecekteki medya ve iletişim ortamları, araçlar üzerindeki denetimin, hatta program içeriği üzerindeki denetimin stratejik önemini yitireceğini öne sürenler de bulunmaktadır (White, 1997). Bu görüşlere göre, yeni iletişim teknolojilerinin yaratacağı etkileşimsel uzamdaki ilişkilerin denetimi konusu, yeni ve radikal iletişim ve yayıncılık politikalarının geliştirilmesini gerektirecektir.

Görüldüğü gibi teknolojik gelişmeler, enformasyon teknolojileri ve enformasyon toplumu iddiaları genellikle araştırmacılar tarafından ağırlıklı bir şekilde determinist bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Bu yaklaşım teknolojik gelişmenin başını alıp gittiği, toplumların bu gelişmeye ayak uydurmalarının kaçınılmaz olduğu, ayak uydurmanın ise toplumdaki mevcut mevzuatın gelişmeyi engelleyici hükümlerinin kaldırılması, zaten kaçınılmaz olan gelişmenin yolunu iyice açacak yeni düzenlemelerin yapılması ile mümkün olabileceğini öne sürmektedir. Bu görüşlerin çoğu mevzuatın teknolojik gelişmeleri gemleyiciliğinden yakınırken, aynı zamanda devletin bu gelişmeler karşısındaki rolünün azaltılması gerekliliğini de ima etmektedirler. Böylelikle, mevzuattaki yeniden düzenleme bir anlamda özel girişimin bu alanda önünün açılması şeklinde olmalıdır. Özellikle telekomünikasyon alanında ulus-devletlerin korumacı ve kamusal mülkiyeti dayatan yasal çerçevelerinin küreselleşme eğilimlerini kolaylaştıracak biçimde değiştirilmesi gerekmektedir. Küreselleşme öncelikle ekonomik bir fenomendir ama her ekonomik fenomen gibi siyasal-toplumsal ve kültürel uzantıları da olacaktır. Ulusal enformasyon mevzuatlarındaki değişimler ekonominin yanı sıra toplumsal uzanımları da kapsamalıdır.

Özetle, burada kurulan denklem kamu sektörüne karşı özel sektörün özendirilmesi, ulus-devletlerin sınırlamacılığına karşı küreselleşmeyi ekonomi başta olmak üzere tüm toplumsal, siyasal ve kültürel boyutlarıyla kavrayacak bir liberalleşmenin özendirilmesidir. Bu denkleme yönelik eleştiriler ise enformatik küreselleşmenin enformasyon-zenginliği açısından bir eşitliğe yol açmadığı, ister bireysel düzlemde olsun, ister ülkeler düzleminde olsun enformasyon-zengini ile enformasyon-yoksulu arasındaki uçurumun hala varlığını sürdürdüğü, üstelik bu uçurumun gelecek için çizilen pembe tabloyu iyice karartacak gelişmelere gebe olduğu şeklindedir.

Enformasyon devrimi, enformasyon toplumu ve bunlarla bağlantılı olarak sözü edilen küreselleşme gibi kavramlar içinde televizyonun da yeri önemlidir. Zira televizyon en önemli enformasyon kaynaklarından, araçlarından, taşıyıcılarından biridir. Ama teknolojik olarak televizyonun bu süreç içindeki önemi, enformasyon toplumunu tanımlayan, televizyon dahil tüm iletişim araçlarının bütünlüklenmesi eğilimi ve sürecinin bir parçası olmasındandır. Yani evlerdeki terminaller (televizyon alıcısı veya kişisel bilgisayar) aracılığıyla, radyo dinleyebilme, televizyon programları izleyebilme, gazete ve dergileri okuyabilme, alışveriş yapabilme, çok çeşitli alanlardaki verilere, bilgilere erişebilme, bilgi depolarına, kaynaklarına ulaşabilme, haberleşebilme (elektronik posta veya görüntülü telefon), seçimlerde oy kullanabilme, kamusal tartışmalara katılma, ve aklı gelen veya henüz gelmeyen daha bir çok etkinliğin gerçekleştirilmesi bugünün ya da yarının enformasyon toplumunu niteleyen özsel gelişmedir. Bu gelişmenin özünde ise telekomünikasyon altyapısının tüm dünyayı kapsayacak şekilde kurulması yatmaktadır. Uydularla küçülen bir köye dönüşen dünyada, kapasitesi çok geniş, kaybı en aza indirgenmiş kablolarla her bir ev birbirine ve enformasyon hizmeti sunanlara bağlandığında bu altyapı kuruluş olacaktır.

f. KÜRESELLEŞME DEDİKLERİ

Buraya kadar yapılan tartışmaların merkezindeki kavramlardan biri de “Küreselleşme.” Bu kavram üstelik sırf televizyon, enformasyon ve teknoloji tartışmalarında değil, günümüzde siyasal ve toplumsal bilimlerin çözümlemelerinde de hem gözde bir yer tutmakta, hem de ideolojik tınıları nedeniyle eleştirilmekte ya da savunulmaktadır.

Küreselleşme terimi hem tarihsel bir süreci, hem de bu sürecin yansıdığı kavramsal değişmeyi dile getiriyor. Kavram, en geniş ve ilk anlamıyla “tüm dünyanın tek bir yer olarak billurlaşması” olarak ve “küresel-insani bir durum”un ortaya çıkışı olarak tanımlanmaktadır (Amason, 1990). Bu kavramı özellikle olumlu olarak yorumlayanların görüşüne göre, insanlar her zaman tek bir tür olarak, birbirlerinden beslenerek, birbirleriyle iletişim kurarak (kuşkusuz dilsel engeller her zaman söz konusu olmuştur) ve birbirlerinden öğrenerek varlığını sürdürmüştür. Dolayısıyla tek bir küresel insan toplumu potansiyeli her zaman mevcut olmuştur ama bunun fırsatı bugüne kadar ortaya çıkmış değildir (Mennell, 1990).

Küreselleşme tek bir anda gerçekleşen bir olgu olarak değerlendirilmemek gerekir. Enformasyon teknolojilerinin enformatif anlamda dünyayı tek bir mekana dönüştürecek potansiyele sahip olması ve bu potansiyelin gerçekleşmesinin örneklerini bugün yaşıyor olmamız, bu tür kavramları tarihsiz, bir anda gerçekleşen oluşumları adlandırmış gibi algılamamıza yol açabilir. Bu tür bir kavrayış kendi gündelik hayatımızı tecrübe edişimizdeki değişimleri çarpıcı ve albenili bir biçimde dile getirmekle birlikte, tarihsel bir evrimi nicel ve nitel bir kopuş olarak ve bu kopmayı da tek belirgin bir nedene bağlayarak (örneğin enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler) tanımlamak ya da açıklamak yanıltıcı olmanın yanı sıra, zihnimizin işleyişini indirgemeciliğe mahkum eder ve bu tür bir indirgemecilik, hayatı tüm zenginliğiyle, özellikle tarihsel boyutuyla kavramamız bakımından bilgisel yanlışlıktan çok daha zararlıdır.

Küreselleşmeye Uzanan Yol

Robertson (1990) günümüzün çok yüksek derecedeki küresel yeğinlik ve karmaşa durumuna uzanan tarihsel-zamansal yolu birkaç evreye ayırıyor. Robertson’a göre ilk evre Avrupa’da on beşinci yüzyıl başlarından on sekizinci yüzyıl ortalarına kadar süren “oluşma” dönemi. Bu dönemi karakterize eden oluşumlar, ortaçağın “ulusaşın” sisteminin çözülmesi ve ulusal toplulukların başlangıçları, birey kavramlarının ve insanlığa ilişkin fikirlerin vurgulanması, güneş-merkezli bir dünya kuramı ve modern coğrafyanın başlangıcı, Gregoryan takvimin yaygınlaşmasıdır.

On sekizinci yüzyıl ortalarından 1870’lere kadar Avrupa’da geçen süreyi kapsayan ikinci evreyi Robertson “başlangıç” evresi olarak adlandırıyor ve bu dönemde türdeşlik, üniter devlet fikrine keskin bir kayma oluyor; uluslararası ilişkilerdeki biçimselleşme kavramları iyice belirginleşiyor; standartlaşmış yurttaş birey kavrayışı ve insanlığa ilişkin daha somut bir kavrayış billurlaşıyor. Uluslararası ve uluşaşın mevzuat ve iletişimle ilgili konvansiyonlarda ve etkenlerde keskin artışlar yaşanıyor. Avrupalı-olmayan toplumların “uluslararası toplum”a kabul edilme sürecinin başlangıcı, ulusalcılık-uluslararasıılık konusunun tartışma konusu haline gelmesi bu dönemin oluşumları.

Üçüncü evre, 1870’lerden 1920 ortalarına kadar süren “kalkış” evresi. Bu dönemde “kabul edilebilir” bir ulusal toplumun “doğru çerçevesi”ne ilişkin küresel kavrayışlar artıyor, ulusal ve kişisel kimliklerle ilgili fikirler tematik hale geliyor; bazı Avrupalı-olmayan toplumlar “uluslararası toplum”a dahil ediliyor; insanlık hakkındaki fikirlerin uluslararası olarak biçimlendirilmesi ve bu fikirlerin uygulanması çabaları artıyor. Küresel iletişim biçimlerinin sayısında ve hızında çok keskin bir artış yaşanıyor. Bu evreyi niteleyen oluşumlar ise şunlar: Evrensel hareketin gelişmesi, küresel yarışmaların gelişmesi -örneğin Olimpiyat, Nobel Ödülleri; dünya zamanının uygulanması ve Gregoryan takvimin neredeyse küresel olarak benimsenmesi; Birinci Dünya savaşı ve Milletler Cemiyeti.

Dördüncü evre “hegemonya savaşı” dönemidir, Robertson’a göre. Bu dönem 1920’lerin başından 1960’ların ortasına kadar sürüyor. Bu dönemi niteleyen oluşumlar ve olaylar ise şöyle sıralanıyor: kalkış döneminin sonunda yerleşikleşen kırılğan küreselleşme süreci koşullarına ilişkin tartışmalar ve savaşlar; yaşamı biçimleriyle ilgili küresel çapta uluslararası çatışmalar; soykırım ve atom bombası üzerinde keskin bir şekilde odaklanan insanlığın doğası ve olanakları; Birleşmiş

Milletler.

Son evreyi “belirsizlik evresi” olarak tanımlıyor Robertson. Bu dönem 1960’larda başlıyor ve 1990’ların başında bunalım eğilimleri gösteriyor. 1960 sonlarında küresel bilincin yükselmesi ve Üçüncü Dünya’nın da uluslararası topluluğa dahil olması, insanoğlunun aya ayak basması, “maddecilik-sonrası” değerlerin vurgulanması bu evreye damgasını vuruyor. Soğuk Savaşın sonu ve nükleer silahların yayılması bu dönemin en önemli oluşumları arasında yer alıyor. Küresel kurumların ve hareketlerin sayısı büyük ölçüde artıyor. Toplumlar çok-kültürlülük ve çok etniklik problemleriyle giderek daha fazla yüz yüze geliyorlar. Birey kavrayışı toplumsal cinsiyet, etnik ve ırksal düşüncelerle daha karmaşık hale geliyor. Yurttaşlık hakları tartışılmaya başlanıyor. İki kutupluluğun sona ermesiyle birlikte daha akışkan bir uluslararası sistem ortaya çıkıyor. İnsanlığa bir türsel-topluluk olarak bakış büyük ölçüde güçleniyor. Dünya sivil toplumuna ve dünya vatandaşlığı kavramına önem veriliyor. Küresel medya sistemi yerleşikleşiyor .

Bu belirsizlik evresinin olası yönüne ilişkin çeşitli senaryolar da mevcut. Örneğin Drahos (1995), enformasyon teknolojisindeki gelişmelerin küreselleşmeyle bağlantılı uzantılarına ilişkin epey karamsar bir senaryo çizmektedir. Bu tarihsel senaryo kuşkusuz kaçınılmaz değil olası bir gelecek olarak sunuluyor. Drahos’un öyküsü enformasyon toplumunun 2015’ yılına kadar olan düşlemsel tarihini anlatıyor. Sonuçta enformasyon toplumu ile karanlık çağların feodalizmi arasında bazı koşutluklar çiziliyor. Enformasyon otopyolunun ve enformasyon toplumunun düşlemsel evriminde, devlet enformasyonun denetimi üzerindeki otoritesini piyasaya ve özel oyunculara devrediyor. Böylelikle, devletin enformasyon çağında yurttaşlarını koruma kapasitesi, feodal çağ örneğinde olduğu gibi keskin bir şekilde sınırlı hale geliyor. Devlet sürekli olarak egemenlik yitiminden söz etmekle birlikte bu kaybı önleyecek güce sahip değil gibidir. Zayıflamış bir devletin sonul etkisi ise, toplumsal ve ekonomik yaşamın önemli alanlarının küresel güçlere maruz kalmasıdır.

Ne var ki tüm aksi yöndeki çekiciliğine karşın küreselleşmeyi, Anthony Giddens’in bizi uyardığı üzere, hem türdeşleştirici, hem de yerelliği tamamıyla dışlayan bir süreç olarak ele almamak lazımdır. Giddens modernlik üzerine düşünürken karşıtlaşan eğilimler, yani yerel ve küresel arasındaki “itme ve çekme” diyalektiği üzerinde ayak diretir. Giddens’a göre kitle iletişim araçlarının bu diyalektik içinde, bireye “dünyayı açma” bakımından önemi büyüktür. Ne var ki, Giddens’ın görüşlerini inceleyen Tomlinson, kitlesel olarak dolayımlanan deneyimin bizleri küresel bir ait olma duygusu verme kapasitesi konusunda kuşkuludur (1994).

Enformatik Küreselleşme

Küreselleşmeyle koşut olarak kullanılan ve bilgisayar ile telekomünikasyonun birleşmesinin bir ürünü olan enformasyon toplumu kavramı ise, telekomünikasyon tarafından evrenselleştirilen bilgisayar-destekli “kuramsal bilgi” ilkesini gündeme getiriyor. Bu ilke ekseninde enformasyon toplumu terimi geniş biçimde artan karmaşıklık ve karşılıklı bağımlılık içindeki küresel bir ekonomik sistemi dile getirmede kullanılıyor. Bu kavrayış kuşkusuz enformasyon teknolojisinin özerk etkisinin altını çiziyor. Bu etkinin toplumsal olan her şey için belirleyici uzantıları var -aile hayatından uluslararası ilişkilere, boş zaman etkinliklerinden sanayi ilişkilerine kadar enformatiğin dokunmadığı hiçbir alan kalmamıştır. Bu tek boyutlu toplumsal değişme kuramı nesnel ve nötr eylem kılavuzları olarak işlev gören tekçi bir değerler kümesinin ortaya çıkışını varsayıyor. (Archer, 1990).

Bu kuramın ve bu kuram çerçevesinde üretilen bilginin eleştirilmesi gerekiyor şüphesiz. Ama burada esas tehlike bu kuramın hakimiyetinin diğer düşünce tarzlarını ve böylelikle de muhalefeti dışlaması. Yani bu kuram kendisine yönelecek eleştirileri de kuşatacak bir nitelik kazanıyor. Daha doğrusu kuramın tek boyutluluğu, günümüzde özellikle enformasyon teknolojisindeki insan aklını zorlayan gelişmeler ve bu gelişmelerin gündelik hayata hızla girmesiyle gözden yitiliyor. Bu da

bu kuramsal bilginin eleştirilmesini zorlaştırıyor.

Özetle, bugünü değerlendirirken her biri belli ölçüde sorunlu varsayımları öne sürmek mümkündür. Soğuk Savaş sona ermiştir, nükleer tehdit böylelikle gerilemiştir, ekonomik etkinlikler küreselleşmiştir, kapitalizm ve tüketimcilik zafer kazanmıştır, enformasyon-temelli post-endüstricilik geleceğin dalgasıdır ve bu ve diğer süreçlerin zorunlu bir sonucu olarak kültürel farklılığın konturları aşmaktadır. Bu varsayımları gelişmelere olumlu ve iyimser bir bakışla yaklaşanlar kadar, bu gelişmeleri eleştirel biçimde değerlendirenlerin de genel olarak paylaştıklarını bugüne ve geleceğe ilişkin iyimser ya da eleştirel çözümlemelerini bu temel üzerine kurduklarını görüyoruz.

Bu varsayımların bir çoğunu paylaşmakla birlikte, bazılarını reddeden görüşler de bulunmaktadır. Bu reddiyeci perspektifin temel iddialarından biri özellikle ekonomik alanda sınırları aşan bir tümleşikleşmenin, kültür alanında beklenen türdeşleşmeye yol açmayacağıdır. Dünya ticaret sisteminin hızla liberalleştiği bir gerçektir. Mal ve hizmetlerin ulusal sınırlar ötesine özgürce akışı önündeki engellerin kaldırılması anlamına gelen bu süreç kuşkusuz korumacı politikaların güvenli zırhından mahrum kalan kimi ulusal endüstrilerin yakınmalarına ve felaket beklentilerine de yol açmıştır. Bu tür yakınıma ve korkuların liberalleşmenin genel ilkelerinde birtakım istisnaları da getirdiği bilinmektedir. Bazı istatistik verilere bakılacak olursa bu istisnaların getirilmesi haklı görünmektedir.

Collins (1994) dünya ekonomisi giderek daha bütünlük ve birbirine bağlı hale geldikçe uluslararası işbölümünün de arttığını, mal üretiminin giderek daha fazla mekana-özümlendiğini belirtmektedir. Bu uzmanlaşmanın ticari enformasyon sektöründe açık olarak görüldüğünü söyleyen Collins, enformasyon ve iletişim endüstrilerinin 1986'da dünyadaki toplam ekonomik değerinin 1.185 milyar Amerikan doları tutarında olduğunu (enformasyon ve iletişim sektörünün bizzat dünyadaki toplam üretim çıktısının yüzde 8 veya 9'unu oluşturduğunu), bu miktarın 315 milyar dolarının ise enformasyon içeriği üreten sektöre (basın, yayıncılık, plakçılık, radyo, televizyon ve sinema) ait olduğunu aktarmaktadır. Küresel enformasyon içeriği sektöründe, yani uluslararası enformasyon içeriği üretim ve dağıtımını yapan şirketlerin en büyük ellisinden 34'ü İngilizce konuşulan ülkelere veya kuruluşlara aittir. Collins'in aktardığına göre uluslararası ticarete konu olan enformasyon büyük ölçüde İngilizce konuşulan dünyadan ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri ile İngiltere'den kaynaklanmaktadır.

Bu veriler ışığında enformasyonun bir mal ve hizmet olarak uluslararasılaşması ve uluslararasıında özgür akışı konusunda birtakım istisnai uygulamaların öne çıkması doğaldır. Gerçekten de, stratejik savunma endüstrileriyle ilgili istisnaların yanı sıra, genel serbest ticaret ilkelerinde kültür endüstrileri kadar istisnai hüküm getirilen başka endüstri yoktur. Bunun nedeni hiç şüphesiz kitle iletişim araçlarının kültürleri ve ulusal kimlikleri hem yansıtmaları, hem de bunların biçimlenmesine yardımcı olması yaygın varsayımdır. Bunun sonucu olarak bir ülkenin kültürü ve medyası arasındaki bağ çok güçlü ve duygu yüklü olma eğilimindedir ve bu bağa yönelik tehdit oluşturduğu düşünülen girişimler asla hafife alınamaz. Ulusal kültürün korunmasına yönelik tutumların önde gelen isimlerinden Fransa Kültür Bakanı Jack Lang'ın şu sözleri bu yaklaşımın kaygısını açık bir şekilde dile getirmektedir: "Coca-cola uyduları sanatsal ve kültürel saflığımıza, bütünlüğümüze saldırmaktadır". Collins bu yaklaşımın klasik bir ulusçuluğu yansıttığını belirtirken, bu tür fikirlerin uzundur güçlü ve etkili olduğunu, hala da etkili ve güçlü olmayı sürdürdüğünü öne sürmektedir.

Ne var ki Collins'e göre Mozart'ın, Poussin'in, Borges'in, Tolstoy ve benzerlerinin uluslararası dolaşımı pek bir sorun yaratmamaktadır. Sorun kitle kültürünün uluslararasılaşmasıdır ve dolayısıyla kitle kültürüne dayandığı düşünülen siyasal kurumların ve sistemlerin istikrarı ve ulusal kimliğe yönelik tehdittir. Kısacası kültür korumacılığı gerçekte sadece kitle kültürüyle sınırlıdır ve bu da televizyonun uluslararasılaşmasına duyulan kaygıları açıklamaktadır. Bu kaygılar direkt

olarak kitle kültürüyle ilişkili olduğu için “seçkin” bir tavırla karakterize olmaktadır. “Ulusal” kitleler zararlı etkilerden korunmaya muhtaçtır, çünkü onlar kendileri için neyin yararlı veya zararlı olduğunu ayırt edebilecek zihinsel kapasiteden yoksundurlar. Bu konuya daha sonra değinmek üzere, şimdi tüm bu süreçler ve oluşumlar içinde televizyonun yerine bakalım.

f. KÜRESELLEŞEN TELEVİZYON

Bugün dünyada her gün yaklaşık olarak 3.5 milyar saat televizyon seyredilmektedir. *Screen Digest*'in 1992 raporuna göre, ekonomik olarak gelişmiş 100 ülkede 354 ulusal yayın kuruluşu bulunmaktadır. Ulusal kanalların sayısı 1987 ile 1991 arasında 354'den 521'e yükselmiştir. Bu yüzde 46'lık bir artış ifade etmektedir. Ayrıca, bu ülkelerde en azından 650 yerel ve bölgesel kanal bulunmaktadır ve tüm bu sayılar ABD'yi içermemektedir. Televizyonun haftalık çıktısı 1987 ile 1991 arasında yüzde 42.2 oranında artmıştır. Endonezya'da artış yüzde 424, İspanya'da 672 ve Romanya'da 1036'dır (*Screen Digest*, 1992 February).

1980 sonlarıyla 1991 başlarında televizyon çıktısındaki bu artışa ekonomik ve siyasal güçlerin etkisiyle televizyonun giderek daha fazla ulus-aşırı olması eşlik etmektedir. Richard Collins'in belirttiği gibi (1991), kültürün uluslaşırılması siyasal ve ekonomik uluslaşırılma süreçlerinin hem bir nedeni, hem de bir sonucudur. “Ulusal kültür” terimi televizyonun gerçekliğine giderek daha az uymakla birlikte, bu kavram geçmişteki önemli bir hedefi adlandırmaktadır. Bu kavramın yeni versiyonu gelecekte de benzer hedefi amaçlayacak gibidir. Collins ulusçuluğun etkili bir güç olduğunu, aynı zamanda gerçek bir çözümleyici güce sahip bir kavram olduğunu, ama insan toplumunun dile getirilip gerçekleştiği tek biçim olmadığı gibi, çağdaş televizyon siyasetini, kültürünü ve ekonomisini anlamının da zorunlu kavramsal temelini oluşturmadığını belirtmektedir.

Ortak-Yapımlar

Ortak-yapımlar televizyon program içeriğinin giderek önemli bir biçimi haline gelmektedir. Ortak-yapımlar programların üretilmesinde farklı milletlerden ortaklar arasında işbirliğine yönelik hem ekonomik, hem de siyasal baskıları yansıtmaktadır. Ortak-yapımların ortaya çıkmasındaki temel amaç, benzerlikleri olan çevre ülkelerin kaynaklarını tek bir proje üzerinde bir havuzda toplamalarını ve geniş bir halk topluluğu sayesinde maliyetlerin amortismanını sağlamak, böylelikle de merkez ülkeye (yani esas olarak Hollywood'a) bel bağlamaktan kurtulmak, en azından bu bağılılığı azaltmaktır. Nitekim ortak-yapımları ilk benimseyenler, görece ucuz Amerikan yapımları denizinin ortasında yerel, ulusal anlatımları desteklemeyi amaçlayan küçük ülke yapımcıları olmuştur. Drama maliyeti en yüksek televizyon program biçimidir ve uluslararasılaşmayı dayatan ekonomik baskılar muhtemelen en keskin biçimde dramatik programların yapımında deneyimlenmektedir.

Yine de, ekonomik ve siyasal zorlamalar uluslararası ortak-yapımların sayısını artırmayı gerektirse bile, başarılı bir ortak-yapımın özsel olarak kültürel ölçütleri tatmin etmesi; genellikle ortak düşünceleri ve kültürel refleksleri çok az olan farklı izler kümeleri hoşnut etmesi gerekmektedir. Burada en önemli engel dildir ve dolayısıyla çoğu ortak-yapım tek bir uluslararası dil topluluğuna mensup ortaklar arasında gerçekleştirilmektedir.

Collins'in söylediklerini de kuşatacak bir şekilde ortak-yapımların, yani televizyon içeriğinin yaratılmasında uluslararası işbirliğinin geleceğini biçimlendirecek bazı eğilimleri biraz daha tartışmakta yarar bulunmaktadır. Çünkü bu eğilimlerin saptanması, yeni teknolojilerin ışığında küresel televizyon dünyasının bugününe ve geleceğine ışık tutacaktır.

Taylor (1995), ortak-yapımların geleceğine ilişkin dört önemli değişmeden söz etmektedir. Önce

uluslararası ve ulusaşırı sözleşmelerin sözleşmeye taraf olmayan ülkeleri de kapsayacak şekilde genişlediği ve bu genişlemenin devam ettiği görülmektedir. İkinci olarak televizyon dahil diğer kültür endüstrileri üzerinde de önemli etkileri olan bölgesel ve küresel ticaret düzenlemelerinde bazı değişiklikler yaşanmaktadır. Üçüncü olarak ortaya çıkan yeni dil gruplarının program pazarının yeniden değerlendirilmesinde önemli bir rol oynadığı ayrımsanmaktadır. Son olarak, etkileşimsel yeni medyayı yaratanlar uluslararası ortak-yapımları benimsemiş görünmektedirler.

Ortak-yapımların tarihine bakıldığında 1950'den bu yana 35 ülke arasında 66 iki-taraflı ortak yapım anlaşması yapılmış olduğu tespit edilmektedir. Avrupa'da, Avrupa Konseyi'nin Ortak-Yapımlar Fonu hakkındaki Konvansiyonu (1994) potansiyel ortak-yapım ortakları ağını 15 ülkeyi daha kapsayacak şekilde genişletmektedir. *Conferencia de Autoridades de Ibero-America* aracılığıyla ortak-yapımlara ilişkin çok taraflı bir konvansiyon sözleşme statüsünü Latin Amerika'daki üye devletleri kapsayacak şekilde genişletmektedir. Ayrıca uluslararası ve ulus-ötesi anlaşmaların ön kapıları kadar arka kapıları da açık tutulmaktadır ve sözleşmeyle bağlanmış olan ülkelere kabul edilen ama sözleşmeye taraf olmayan ülkelere de karşılıklılık esasına dayalı işbirliği olanağı tanınmaktadır.

Bugün ortak-yapımların kültürel ve ekonomik olarak iki temel amacı bulunmaktadır. Kültürel amaç yerel ve yerli kültürel değerlerin korunması ve özendirilmesi, ekonomik amaç pazarı genişletmek, maliyeti paylaşmak suretiyle ekonomik faydayı artırmaktır. Ne var ki bu iki amaç çoğu kez birbirini çatıştır. Yapımın kaynak ülkenin kültürel özelliğini yansıtmak amacı, ürünün sınırlarötesinde rahatça ve kolayca dolaşmasını hedefleyen ekonomik amaçla genel olarak çelişmektedir.

Ayrıca bazı ülkelerin ulusal ve ulus-ötesi sözleşmelerde, özellikle kültür söz konusu olduğunda bu alanın istisna kabul edilmesi yönündeki baskıları da ortak-yapımlar ve programların içeriği üzerinde etkili olmaktadır. Örneğin Amerika serbest ticaret anlaşmalarına kültürel ürünlerin de dahil olmasını ısrarla talep ederken Kanada, Amerika ile olan serbest ticaret anlaşmasında ve NAFTA'da bu konuda bir istisnanın konmasını kabul ettirmiştir. Yine Fransa Uruguay'daki korumacılığa karşı gümrük duvarlarının indirilmesini amaçlayan GATT görüşmelerinde kültürün kapsam dışı bırakılması için çaba harcamıştır. Fransa'nın amacı, ulusal hükümetlerin yerli kültür endüstrilerini korumakta özgür bırakılmasını sağlamaktır. Görüşmelerde Fransa'nın bu baskısıyla kültürel mallar serbest ticaret kapsamı dışında bırakıldı.

Uluslararası Televizyon Ticareti

Televizyon ekonomisindeki maliyet-gelir baskıları aynı zamanda televizyon programlarının uluslararası piyasada alınıp satılmasını da dayatmaktadır. Böylelikle televizyon programları ulusal sınırları aşan bir özellik göstermektedir. Collins (1991) bu uluslararası ticaretin dinamiklerinin gayet iyi bildiğini ve bu dinamiklerin film ve televizyon programlarının çoğaltılmasını düşük marjinal maliyeti ile büyük ve bol üretim yapılan piyasalarda (özellikle ABD piyasasında) çalışan yapımcıların yerli piyasalardaki maliyetleri telafi etme becerileri olduğunu belirtmektedir. Uluslararası ticareti yapılan enformasyon ürünlerinin bir örneği olan televizyon programlarının uluslararası dolaşımını sınırlayan özellikleri bulunmakta olup bunların başında yine dil ve daha az ölçüde de olsa kültür gelmektedir. Enformasyon, potansiyel olarak çok düşük marjinal üretim maliyeti olan ve tüketildiğinde yok olmayan bir ürün olmakla birlikte evrensel olarak tüketilebilir bir ürün değildir. Dilsel ve kültürel engeller tekstil, buğday, çelik ve bir çok mamul ürün piyasalarının tersine enformasyon piyasalarının genişlemesini sınırlamaktadır.

Yine de 1986'da yayınlanan OECD raporuna göre uluslararası televizyon program ticaret hacmi 400 milyon Amerikan doları olup, Amerika Birleşik Devletleri'nin buradaki payı 350 milyon doları bulmaktadır. İngiltere ise 22 milyon dolarla ikinci sırada gelmektedir. Sinema filmleri alanında

Amerika Birleşik Devletlerinin ihracatçı olarak önderliği daha da belirgindir ve bu ülkeyi Fransa izlemektedir. Amerika Film Derneği Başkanı Jack Valenti, Kongre'ye sunduğu raporda Amerika'nın görsel-ışitsel sektördeki dış ticaret dengesinin 1987'de bir milyar dolarlık bir fazlaya ulaştığını belirtmektedir. Amerika Birleşik Devletlerinin genel olarak eğlence endüstrisindeki deniz aşırı ticaret fazlası 1986 yılında 4.6 milyar dolar olarak hesaplanmıştır.

Collins (1994), küresel enformasyon içeriği ticaretinde Amerika Birleşik Devletlerinin ve İngiltere'nin baskınlığına ilişkin bir çok açıklama bulunmakla birlikte bunların hiçbirinin tümüyle yeterli olmadığını belirterek önemli bulduğu üç açıklama üzerinde durmaktadır. İlkin bu hakimiyet bu ülkelerin dünyadaki genel hakimiyetinin hem sonucu, hem de doğal rotasıdır. Ne var ki bu açıklama da Collins için pek doyurucu değildir, çünkü ABD'nin ve İngiltere'nin uluslararası enformasyon pazarındaki payının çok büyüdüğü savaş-sonrası dönem aslında bu ülkelerin askeri, siyasal ve ekonomik iktidarlannın gerilediği bir dönem olmuştur.

Bir başka açıklama Amerika Birleşik Devletleri'nin uluslararası enformasyon piyasalarını ilk ele geçiren ülke olmasının (ki benzer bir iddia, kitap ve haber ajansı hizmetleri gibi ürünler bakımından İngiltere için de öne sürülebilir) ona bu alanda belirgin bir avantaj sağlamış olduğu şeklindedir. Buradaki belirleyici değişme Birinci Dünya Savaşında, Avrupa ülkelerindeki film endüstrilerinin birbirleriyle savaşa girince (ki bunlar o döneme kadar dünya film ticaretinin çoğunluğunu oluşturuyorlardı) kendi pazarlarını birbirine kapatıp toplam film üretimini azaltınalari olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri tüm bu hasım ülkelerin pazarındaki ticaretini, ayrıca da film üretimini sürdürebilmiş ve artırabilmiştir. Ayrıca Amerika iki savaş arası dönemde gerçekleştirdiği teknolojik yenilemelerle (örneğin, sesli film, daha duyarlı ham film, vb.) konumunu daha da berkitmiş ve İkinci Dünya Savaşı sırasında ve bu savaşın sonrasında, Avrupa'daki film üretim alanında savaşın sonuçlarından biri olarak ortaya çıkan boşluğu doldurmuştur.

Bir başka açıklama ise iç piyasanın büyüklüğünü vurgulamaktadır. İç piyasanın büyüklüğü küresel enformasyon endüstrisindeki bir çok olayı açıklayabilir ama kuşkusuz her şeyi, özellikle ülkelerin enformasyon ekonomilerinin birbirlerine göre olan konumlarını açıklamaz. Örneğin İngiltere'nin enformasyon ekonomisinde dördüncü sırayı alması (Batı Almanya'nın hemen sınırında olması), Avustralya'nın İtalya'ya göre çok üstün bir konumda olmasını veya Kanada'nın Fransa'ya üstünlük sağlamış olmasını açıklayamaz. Ne de İngiltere'nin uluslararası enformasyon içeriği pazarlarında, Japonya veya Batı Almanya'ya göre ihracat üstünlüğünü açıklayabilir. Kuşkusuz iç pazarın boyutu, ülkelerin uluslararası enformasyon pazarlarındaki başarı veya başarısızlığını belli ölçülerde etkilemektedir ama Collins'e göre buradaki çözümleme biriminin tek bir ulusal pazarın büyüklüğü olmaması gerekmektedir. Burada esas olarak önemli olan değişken medya şirketi veya şirketlerinin konumlanmış oldukları genel dil topluluğunun büyüklüğü ve zenginliğidir.

Collins'e göre dil konusu uluslararası ticarete anglofon, yani İngilizce konuşan ülkelerin başansında başı çeken etkenlerden biridir ve iç pazarın büyüklüğü gibi diğer değişkenlerle birlikte uluslararası enformasyon ticaretindeki yönsemeleri açıklamakta kullanılabilir. Bu iddia, diğer her şey eşit olduğunda, belli bir dil topluluğu kendi dilinde kodlanmış olan enformasyon içeriğini yeğleme eğilimindedir, şeklinde formüle edilen bir varsayıma dayanmaktadır. Örneğin Avusturya'nın 1987 yılında diğer Avrupa ülkelerine oranla Batı Almanya'dan daha çok televizyon programı ithal etmesi olasılıkla dilsel tercih değişkeniyle açıklanabilir. Benzer bir durum İsviçre'nin televizyon programı ithalatında da görülmektedir. Almanca konuşulan bölgelerdeki televizyon kanalı, diğer ülkeler arasında (ABD dışında) en çok Batı Almanya'dan, Fransızca konuşulan bölgelerdeki televizyon kanalı ise (yine ABD dışında) en çok Fransa'dan program ithal etmişlerdir. Ne var ki bunun tersi bir akış, yani Avusturya'dan Almanya'ya, İsviçre'den Fransa'ya yapılan ihracat, büyük pazardan küçük pazara olan akışı dengeleyecek boyutta değildir.

Demek ki, dil tek başına açıklayıcı olmayıp, iç pazarın büyüklüğü de uluslararası enformasyon

akışının özellikleri açıklamakta önem taşımaktadır. Kuşkusuz, birçok ayrı ulus ve devletten oluşan tek bir dünya dil topluluğu içinde, ulusal piyasanın büyüklüğü etmeni önem taşımaktadır. İngilizce konuşulan dünyada Amerika Birleşik Devletleri İngiltere'ye göre daha avantajlı bir konumdadır, aynı şekilde İngiltere'de İrlanda'ya göre daha avantajlıdır. Alman dil toplulukları içinde de Batı Almanya İsviçre'ye göre avantajlı konumdadır. Dil konusunda, İngilizce konuşulan ülkedeki enformasyon üreticilerinin bir ilave avantajı da, İngilizce'nin dünyanın tercih edilen ikinci dili olma durumundan kaynaklanmaktadır. Collins'e göre bu sadece İngilizce olan eserlerin anadili İngilizce olmayanlar tarafından diğer dillerdeki yapıtlara oranla daha fazla anlaşılır olması anlamına gelmemekte, ama İngiliz dilindeki eserlerin başka dillerde seslendirilmesi, altıyazılandırılması veya bu dillere çevrilmesinin de daha kolay ve ucuz olmasını sağlamaktadır. Böylelikle, İngilizce bir eserin Alman ve İspanyol dil pazarlarına satılması, İspanyolca bir eserin Alman ve İngiliz pazarlarına veya Almanca bir eserin İspanyol ve İngiliz pazarlarına satılmasından çok daha kolaydır.

Bu uluslararası televizyon ticaretini uluslararası televizyon akışı olarak niteleyen Tracey ve Redal (1995), 1972-73 tarihli UNESCO araştırmasında bu akışın Kuzey Atlantik havzasından dünyanın geri kalanına olmak üzere “tek yönlü bir akış” olduğunu, eğlence türü programların diğer türler üzerinde kesin bir hakimiyeti olduğunu ve özellikle bu programların Amerikan kaynaklı olduğunu belirlediğini söyledikten sonra, Tapio Varis'in 1984'de yayınlanan ve 69 ülkeyi kapsayan benzer bir araştırmasının sonuçlarını aktarmaktadırlar. Tracey ve Redal'a göre, Varis'in araştırması genellikle televizyon akışının büyük ölçüde, Amerikanın ağırlığıyla tek yönlü olduğu önermesini desteklemekte kullanılmakla birlikte, bu araştırma başka türlü okunduğunda daha dolambaçlı bir görüntü ortaya çıkmaktadır. Örneğin 1980 ortalarında dünyanın tüm bölgelerinde ağırlıklı olarak yabancı televizyon programları ithalatına bağımlı olan ülkeler olmakla birlikte, bağımlılığı çok az olan ülkeler de bulunmaktadır. Ekonomik gelişmenin tespit edilebildiği hemen her ülkede buna eşdeğer ölçüde ithal edilen televizyon programlarının oranında azalma, buna karşılık yerli yapım miktarında artma eğilimi saptanmaktadır. İthal edilen programların türleri de dar ve sınırlı hale gelmektedir: drama, özellikle en popülist biçimdeki dramatik yapımlar ve haberler.

Televizyonun en yaygın ve önemli karakteristiklerinden biri “kurmaca”nın merkeziliğidir. Türleri ne olursa olsun televizyondaki en popüler yapımlar “öykülü” olanlardır. Bu bütün dünyada böyledir. Tracey ve Redal'a göre bu programların türünün miktar ve kaynağını incelemek suretiyle bugün ve gelecekte uluslararası televizyondaki akışın boyutu ve yönü kestirilebilir. Örneğin 1980 başlarında özellikle Batı dünyasını ve bu arada Türkiye'yi de sarsan, büyük izlerkitle toplayan popüler Amerikan dizisi *Dallas* Japonya'da 1981 Ekiminde gösterime sokulmuş, önce yüzde 10'luk bir izlenme payına sahip olmuşken bu pay Aralıkta yüzde üçe düşmüştür. Buna karşılık haftada altı gün yayınlanan ve yerel olarak üretilmiş on beş dakikalık “Oshin” adlı dizinin popülerliği inanılmazdır. Bir kadının tüm zorlukları alt etme mücadelesini anlatan bu seriyalin izleyici payı yüzde 57 olmuş, hatta Japon televizyonu tarihinde yüzde 63 ile en yüksek paya ulaşmıştır.

Bu olay bir kültürde özgül bazı temel değerlere uymayan programların o kültür tarafından reddedilebileceğinin inandırıcı bir örneğini oluşturmaktadır. Yine Brezilya'dan örnek verilecek olursa, dünyanın altıncı en büyük televizyon piyasası olan bu ülkede ithal edilen televizyon programlarının miktar 1973 ile 1982 arasında yüzde otuz iki düşmüştür. Bunun nedeni tüm televizyon izleyicilerinin yüzde altmışı ile yüzde sekseni arasındaki miktarını elinde tutan *TV Globo*'nun yapımlarıdır. Prime-time'da bu kanalın programlarının yüzde 84'ü yerli yapımlar olup bunlar izleyicilerin büyük bölümünü toplamaktadırlar.

Brezilya'da 1980 ortalarından itibaren “ulusal kültüre vakfedilmiş bir televizyon” ortaya çıkmıştır. *TV Globo* bugün dünyadaki herhangi bir başka kanaldan çok daha fazla sayıda program üretmekte, Brezilya'daki televizyonlu hanelerin yüzde 99.9'una ulaşmaktadır ve dünyadaki dördüncü büyük

yayın şebekesidir. 1986'da tüm zamanların en popüler telenovelası "Roques Santeriro", zaman zaman yüzde doksan oranında izleyici payına ulaşmıştır. Bugün *Globo* yüzden fazla ülkeye program ihracatı yapmaktadır, Türkiye'de de büyük sükse yapan "Köle Kız Isaura" adlı yapımı başlıca uluslararası başarısı olmuştur. Bu arada Batı dünyasını sarsan *Dallas* Brezilya'da 1982 yılında 69'uncu, Meksika'da ise 109'uncu sırayı ancak tutturabilmiştir.

Tracey ve Redal daha yenilerde yapılan araştırmaları da inceleyerek UNESCO araştırmalarındaki verilerle bu araştırmaların verilerini karşılaştırmak suretiyle Asya ülkelerinde toplam program ithalatının azalmakta olduğunu belirtmektedirler. Ne var ki ithalat ve ihracat bakımından ülkeler arasındaki eşitsizlik hala devam etmektedir. Örneğin 1992 yılında Avrupa ülkeleri ABD'nin görsel-işitsel ürünlerine ve hizmetlerine 3.7 milyar dolar harcamışken, bunların ABD'ye yaptıkları satış ancak 288 milyon dolardır.

Yerli yapımların artışıyla ekonomik gelişme arasındaki ilişkinin yam sıra, başka bazı değişkenleri de göz önüne almak gerekiyor. Öncelikle ithalatçı ülkelerde sinema endüstrisinin bunalıma gimesi ve sinema firmalarının televizyon yapımlarına geçmeleri ve bu tür yapımlara ağırlık vermeleri yerli yapımların artışında önemli bir etkidir. Ama buna ek olarak televizyonun sinema endüstrisine göre maliyet-gelir konusundaki zafiyetini gideren bir başka etken de, televizyon yapım teknolojisindeki maliyeti eskiye oranla çok azaltan gelişmelerdir. Portatif video kameralar, kurgu setleri, seslendirme olanakları eskinin devasa ve çok masraflı televizyon yapım donanımının yerini almıştır. Yapım maliyetlerini altyapı bakımından çok düşüren bu olanaklar aynı zamanda kullanım bakımından kolaylık ve esneklik de getirmiştir. Türkiye'dekiler de dahil yerli dizi ve seriyallerin prodüksiyon değerlerinin (star başrol oyuncusu dışında ki oyunculuk giderleri de dahil olmak üzere, mekan, kostüm, aydınlatma, ses, vb.) düşüklüğü göz önüne alındığında bunların sayısındaki artış hiç de şaşırtıcı değildir. Yerli yapımlar dil ve kültür sınırlamalarından bağımsız oldukları için, sonuçta görece az bir maliyetle ve kısa bir süre içinde gerçekleştirilen bu yapımların hem popüler olmaları, hem de yabancı ithal yapımların büyük ölçüde yerini alması doğal görülmelidir.

Yerli yapımların sayısı özel televizyonların devreye girmesiyle birlikte Türkiye'de de çok artmış, tüm program türleri bakımından değerlendirildiğinde toplam program sayısı olarak yüzde seksenlere ulaşmıştır. Hatta dışa bağımlılığın en fazla olduğu televizyon dramaları (film ve dizileri) alanında, yerli yapımlar bazı ulusal özel kanalların "prime-time"ında yabancı yapımların yerini almıştır. Bu anlamda, özellikle televizyonun en popüler türü olan dramatik yapımlarda ithalatın ağır bastığı TRT dönemine göre bugün Türkiye'de yerli yapımlar ile ithal programlar arasındaki fark giderek kapanmaktadır. "Kaçak", "Dallas" gibi Amerikan yapımı televizyon dizilerinin Türkiye'de uyandırdığı ilgiyi (örneğin "Kaçak"ta katilin kimliğinin belirleneceği bölüm yayınlanırken sokakların boşaltılması, insanların televizyon ekranlarının başına geçmesi, aynısının "Dallas"da JR'ın vurulduğu bölümde yaşanması, vb.) anımsayacak olursak, henüz herhangi bir yerli dizinin bu yapımların etkisine ulaşamamış olduğunu görüyoruz. Ne var ki bu durumun nedeni bir tek yerli yapım dizilerin etkileycilik bakımından yabancı yapımların ustalık düzeyinde olmamaları değildir kuşkusuz. Tek bir kanalın insanları ekran başına topladığı dönemlerde, bu ekrandaki dizilerin yarattığı etkiyi bunca çok sayıda kanalın bulunduğu, izleyicilerin bu kanallar arasında, (AGB rating kuruluşunun verilerine göre) yüzde bir iki farkla dağılmış olduğu bir ortamda, nice ustalıklı olarak yapılmış olursa olsun bir dizinin böylesi bir etkiyi yaratabilmesini beklemek haksızlık olur.

Yine de, Türkiye'deki yerli yapım dramaların artışını vurgularken kuşkusuz yapım kalitesinden (yani yapım değeri denen ve yapıma harcanan para ve gösterilen özeni ekranda somut olarak yansıtan maddi ve entelektüel unsurlardan) söz etmiyor, sadece nicel verileri göz önüne alıyoruz. Nitelik bakımından bir değerlendirme yapacak olursak, hemen saptadığımız bir olgu, Türkiye'de yerli yapımların genellikle bir yıldız-oyuncu (ünlü şarkıcılar başta olmak üzere) çevresinde kurulmuş öykülerden oluştuğudur. Demek ki buradaki denklem yıldız-oyuncu ve öyküdür. Yapımın

geri kalan unsurları ucuz, dolayısıyla vasat, hatta vasatın altındadır.

Özetle Türkiye’de televizyon izleyicisi 90’dan bu yana ekranlarda giderek artan sayıda yerli dramayla karşı karşıyadır. Ama bunların düzeyleri konusunda aynı iyimserliği dile getirmek ne yazık ki henüz olanaklı değildir. Ne var ki, burada bir gerçeği de vurgulamamız gerekiyor. Daha özenli ve kaliteyi gözetken, masraflı bazı dizi denemeleri izleyicilerden hak ettikleri itibarı görememiştir. Dolayısıyla yerli yapımlar üzerine bir değerlendirme yaparken, televizyon endüstrisindeki tarafların sadece birini, yani üretim kampında olanları değil, tüketim kampında olanları da göz önüne almamız, yani çözümleme ve eleştirilerimizde daha haksever olmaya çalışmamız gerekmektedir.

Ne var ki bu eğilim, Collins’in yukarıda bir yerlerde söylediğini anımsayacak olursak, Türkiye’de kitle kültürünün yabancı unsurların tahakkümünden giderek kurtulduğundan da bir belirtisi olarak değerlendirilmek gerekir. Türkiye’de kitle kültürü, yabancı dizilere büyük ölçüde kapanmış televizyon ekranları sayesinde giderek yerleşmektedir. Bu yerleşme eğilimi, genellikle doğu ve güneydoğu veya Karadeniz bölgelerinin yerel kültür unsurlarının ağırlıklı olduğu (bunun nedeni popüler şarkıcı ve türkücülerin genellikle bu yörelere mensup olmaları ve dolayısıyla bunların başrol oynadığı dizilere kendi yerelliklerini de taşımalarıdır) bir süreç görünümünü arz etmektedir. Türkiye’nin kitle kültüründeki, en azından televizyon ekranları aracılığıyla yaşanan bu harmanlanma özellikle seçkin ve yüksek kültürçü olanların tepkisini çekmekle birlikte, bir yönüyle olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Cumhuriyetin kurulduğundan bu yana büyük ölçüde toplumdaki anaakım kültürün kenarında, marjinal kalmış olan yerel kültürlerin, bu kültürün içine, hem de ağırlıklı bir şekilde dahil olmaları sonucunda, Türkiye’deki kitle kültürünün bu marjinal kalan unsurları da içine alacak şekilde bir sentez oluşturmaya, televizyonlar sayesinde yöneldiğini söyleyebiliriz. Bu yönelimin ise kuşkusuz ulusal tümlük ve kimlik bakımından yaşanan ya da öyle algılanan sorunları giderici bir etkisi olacaktır.

Drama dışındaki programlarda, göze çarpan bir uluslararasılık yarışma ve varyete türü programlarda, formatların satın alınması ve bu formatın yerli unsurlarla gerçekleştirilmesidir. Amerika’da büyük ilgi gören “Wheel of Fortune” adlı yarışma programının “Çarkı Felek” adıyla Türkiye’deki uyarlanması bu uygulamanın önde gelen örneklerindendir. Burada da başka ülkelerde tutmuş bir formatın yerli içerikle doldurulması söz konusudur. Genellikle formatın tıpa tıp uyarlanmadığı durumlarda ise format satın alma değil, ama sıkı bir öykünme durumuyla karşılaşılmaktadır. Örneğin Cem Özer’in “Laf Laf Açıyor” adlı “talk show”u, David Letterman’ın Amerika’daki programından hayli esintiler taşımaktaydı. Kimi “reality show”lar da, benzeri daha önce Amerikan ve Avrupa televizyonlarında görülmüş yapımlardır. Ne var ki, burada bir uluslararası televizyon ticareti anlamında bir ilişkiden çok, televizyonun format bakımından uluslararası özelliğinden söz etmek daha doğru olacaktır.

Televizyonun Avrupa’da uluslaşımına ilişkin bir çalışmada Sebstrup ortak-yapımlar ve uluslararası televizyon piyasasının yanı sıra teknolojik gelişmelerin etkileri üzerinde durmaktadır (1995). Sebstrup televizyon akışına ilişkin incelemelerin bugüne kadar haklı nedenlerle ulusal kanallardan televizyon arzı üzerinde ve ithal edilen televizyonun ulusal kökeni üzerinde durduğunu, bugüne toplam televizyon çıktısının en azından bir çok Avrupa ülkesinde sadece ulusal kanalları değil ama komşu ülkelerdeki vericilerden ve uydu kanallarından “taşmalar”ı da içerdiğini belirtiyor. Dolayısıyla uluslararası televizyon araştırmalarına bugün tüketicinin uluslaşımına dahil edilmeli, “taşma” etmeni ve uydu kanalları bu araştırmalarda göz önüne alınmalıdır. Ayrıca tüketicinin uluslaşımına “taşma” ve uydu kanallarından arz edilen program miktan önemli bir boyuta ulaştığında daha da önem taşımaktadır.

g. BİLGİ: YANSIZ MI, YANLI MI?

Burada bir miktar bilgi denen kavramın kendisi üzerinde durmanın yararı var. Burada kadar söylenenler, eleştirel birkaç görüş dışında genellikle teknolojinin hayatımızı, toplumumuzu ve geleceğimizi belirlemede temel etken olduğu genel düşüncesinin kimi zaman birbirini destekleyici, kimi zaman birbirine katkıda bulunucu örnekleriydi. Bilgi kavramının üzerinde durmak istememizin nedeni, bu kavramın nötr, tarafsız, çıkardan bağımsız ve pek de “masum” olmadığına dikkat çekme gereğini duymamızdır. Özellikle bizimki gibi, dünya sisteminin merkezinde olmayan ülkelerde bilgi konusuna bu tür bir müdahalenin gerekli olduğunu düşünüyoruz. Zira özellikle tartıştığımız konulardaki bazı özel kavramların (örneğin “enformasyon toplumu”, örneğin “teknoloji”) kurulduğu “bilgi çerçevesi”ni kavramadan, dahası bu çerçeveyi gereğince eleştirmeden, sağlıklı çözümlerler yapma olanağımızın bulunmadığı görüşündeyiz.

Burada amacımız bilginin militanca, giderek şovenistçe, yani yerelci ve millici bir kavramlaşımını savunmak değil. Ama bilginin “masumiyeti”ne kayıtsız şartsız bir inancın düşüncelerimizi, özellikle kendimize ilişkin düşüncelerimizi körleştirmesine de izin vermemek durumundayız. Bunu yapabilmek için kendimize ilişkin bilgimizin nerelerden ve nasıl kaynaklandığını, üretildiğini kısaca da olsa tartışmamız gerekiyor.

Hepimiz çağımızdaki bilgi üretim kaynağının büyük ölçüde Batı üniversiteleri ve araştırma kurumları olduğunu biliyoruz. Batı’da “diğeri”ne, “öteki”ne yani “kendisi olmaya”na (yani başka uluslara, halklara, kültürlerle) ilişkin bilgi üretiminin boyutları ve miktarı da “ötekiler”in kendilerine ilişkin olarak ürettiği bilginin mislince fazlası. Üstelik “öteki”nin kendine ilişkin olarak ürettiği bilginin üretim tarzı, yordamı ve yöntemi de, Batı’nın üretim çerçevesi, kavramsal yapısı ve yaklaşımlarının büyük ölçüde etkisi altında ve bunlar tarafından belirlenmiş. İşte bilginin bu özelliğini ortaya koymamız gerekiyor ki, daha sonraki tartışmalarımızda düşünsel cebelleşme içinde yolumuzu daha doğru dürist çezebilelim.

Natrajan ve Parameswaran’ın alternatif bilgi üretimini tartıştıkları yazıları bizim buradaki argümanlarımıza yol verecek nitelikte görünüyor (1997). Natrajan ve Parameswaran, “oryantalizm” olarak adlandırılan ve geçtiğimiz iki yüzyıl boyunca Üçüncü Dünya’ya ilişkin hakim bilgiyi üreten özgül bir Batı söylemini çözümlemeyi amaçlıyorlar. Oryantalizm Batı’nın Doğu hakkında ürettiği bilginin Doğu’ya ilişkin doğruluğu tartışılmaz bir bilgi olduğu iddiası ve inancının yanı sıra sömürgecilik ve daha sonra çağdaş kalkınmacılık pratiklerine de eşlik ediyor. Oryantalist bilgi Doğuluyu temsil edecek onun düşünce ve edimlerini sadece Avrupalılara ve Amerikalılara değil aynı zamanda bizzat Doğululara da anlatacak ve açıklayacak bir güç kazanmıştır. Yani Doğulular da, kendilerini batılı “oryantalistler”in ürettikleri bilgiyle tanır hale gelmiştir. Kuşkusuz burada sorun sadece üretilen bilginin geçerliliğinin tartışılması olmakla kalmıyor, esas olarak bilginin bilen kısmının, yani etkin tarafının Batılılar (Avrupalılar) olmasının, buna karşılık bilinen yani edilgin, atıl tarafının ise Doğulular olmasının ortaya koyduğu bakışsızlık daha da önem kazanıyor.

Bu özelliğe ek olarak ayrıca “Doğu”ya ilişkin “yetkeci” bilginin üretilmesinin Avrupa’nın Asya’da yayılmacılığa giriştiği bir tarihsel döneme denk düşüyor olması, Oryantalizmin bilgi ile iktidar arasındaki ilişkiyi desteklediği ve pekiştirdiği iddiasını da kuvvetlendirmektedir. “Kolonizasyon bedenlerin yanı sıra zihinleri de sömürgeleştirir ve sömürgeleştirilen toplumlarda onların kültürel önceliklerini tümüyle değiştirecek güçleri serbest bırakır, modern Batı kavramının coğrafi ve zamansal bir varlıktan psikolojik bir kategori haline gelecek şekilde genelleşmesine yardımcı olur. Batı şimdi her yerededir, Batı’nın içinde ve dışındadır, yapılarda ve zihinlerdedir” (Ashis, 1983). Siyasal-ekonomik sömürgeleştirme idari, tecimsel ve askeri yollarla gerçekleştirilmişse, kültürel sömürgeleştirme söylemsel hakikatler aracılığıyla başanılmış ve başanılmaya devam etmektedir. Söylemsel hakikatler, yetkeci metinler, yazın, akademisyenler, misyonerler ve kitle iletişim araçları aracılığıyla üretilen Oryantalist bilginin demek ki kültürel sömürgeleştirme etmeni olarak

tartışılması ve eleştirilmesi gerekmektedir.

Oryantalizm İkinci Dünya Savaşı sonrası sömürge rejimlerinin yıkılıp, “Üçüncü Dünya” diye adlandırılan mekanlarda ulus-devletlerin ortaya çıkmasıyla yerini “kalkınmacılık” anlayışına ve “kalkınmacı” bilgiye bırakır. Sömürgeci modernleştiricinin yerini “kalkınma uzmanı” alır. Şimdi hedef “Üçüncü Dünya”nın modernleştirilmesidir. Modernleşme kuramları da bu amaca hizmet eder.

Modernleşme ve Kalkınmacılık

Modernleşmenin parametreleri “kentleşme”, “sanayileşme” ve yeni teknolojilerin kullanımının yaygınlığı anlamında “modernleşme”dir. Daniel Lerner (1958) ve iletişim ve kalkınma ilişkisinin Wilbur Schramm, de Sola Pool gibi diğer mimarları kültürün geleneksel düşünme biçimleriyle artık dizginlenmeyen modernleşmiş halkların ortaya çıkmasını kolaylaştırmanın yolunu kültürün genel bir dönüşümünden geçtiğini öne sürüyorlardı. Bu modernleşmecilerin düşüncesine göre ancak böylesi bir dönüşmüş halk modern sanayileşme, ücretli emek, tecimselleşmiş tarım ve işyerleriyle hükümet bürokrasilerinde ussallaşmış yapılardan oluşan modern bir bağlamda verimli olarak iş görebilirdi. Hedef kitle şayet sonunda sorunlarını ve ilişkilerini yürütmenin bilimsel ve dünyevi yollarının üstünlüğünü kabul edecekse mutlaka öncelikle düşüncede bir devrim gerekiyordu. Modernleşmeci kalkınma paradigması Avrupa merkezli olması, çizgisel büyüme evreleri anlayışı ve kalkınmanın ekonomik büyüme indekslerinin ölçülmesine ve karşılaştırılmasına indirgemek şeklindeki pozitivizmi nedeniyle 1960’larda genel olarak eleştirilmiştir.

Pat Howard (1994) bu liberal modernleşme anlayışına karşı çıkararak gelişmişlik ve geri kalmışlık arasındaki diyalektik ilişkiye yapısal bir eleştiri getiren Paul Baran, Celso Furtado, Andre Gunder Frank ve Samir Amin gibi yeni-Marksistlerin yoksulluğun giderilmesinin ekonomik, toplumsal ve siyasal yapıların baştan sona bir dönüşümünü gerektirdiğini iddia ettiklerini, ne var ki bu iddianın da liberal yaklaşımla tüm ideolojik farklılıklarına karşın hedef bakımından önemli koşutluklar olduğunu belirtmektedir. Bu iki kalkınma yaklaşımı aralarındaki uymazlığa karşın, geleneksel kültürlerin sonunda yeni bir çağa kaçınılmaz geçişi kolaylaştırarak şekilde dönüşmesi için toplumsal mühendislik seferinin gerekliliği ve meşruluğu konusunda tam bir fikir birliği içindedirler. Howard bugün bu her iki kalkınma modelinin de büyük eleştirilere muhatap olduğunu belirtmektedir. Bu eleştirilerin hedefi kalkınma modellerinin uygulanmasındaki hatalarla sınırlı değildir. Eleştiriler denenen “çözümler” kadar “problem”in kavramlaştırma biçimini de içermektedir.

Kuzey Amerika’da, Avrupa’da ve bir çok Üçüncü Dünya ülkesinde kalkınmaya ilişkin kuşku, kalkınma projesinin bir çok ülkede başarısız olduğuna ilişkin inandırıcı delillerin bolluğu nedeniyle iyice yaygınlaşmaktadır. Bu deliller arasında, çevrenin bozulması, insanların işlerinden olmaları, yerel üretim pazarlarının yıkılması, hükümetlerin büyük boyutlarda borçlanması ve bunun sonucu olarak eğitim, sağlık, işsizlik sigortası gibi alanları düzenleyen sosyal programların uygulamadan kaldırılması ya da en iyi olasılıkla bunlarda kısıtlamaya gidilmesi bulunmaktadır. Kalkınma çabası bolluk yaratamamış olmasının yanı sıra toplumsal gerilimlerin azalması ve istikrar vaadini gerçekleştirmede de başarısız kalmıştır. Sınıf, toplumsal cinsiyet ve etnik çatışmalar artmış, şiddet bir çok ülkede hastalıklı boyutlara ulaşmıştır. Kalkınmanın karanlık yönü sadece İtalya, Afganistan, Somali, Rusya ve Yugoslavya’da değil, Los Angeles’de, Paris’te ve Londra’da da görünür bir hal almaktadır.

Global bir proje olarak kalkınma anlayışının hakim bir şekilde düzenlenişinin tarihi İkinci Dünya Savaşı yıllarına kadar uzanmaktadır. “İkinci Dünya Savaşı nihai evresine girerken ABD ve İngiltere’nin liderleri savaş-sonrası global ekonomiyi planlamak üzere bir konferans düzenlediler. New Hampshire’deki Bretton Woods’da, Temmuz 1944’de yapılan toplantıda ‘Bretton Woods Kurumları’ olarak bilinen Uluslararası Para Fonu ve Dünya Bankası kuruldu. Bu kurumlar artık

doğrudan yönetilemeyen 'yerliler'i kalkandıracak ve modernleştirecek sömürge kurumlarının yerini aldı. Kalkınma kurumları Üçüncü Dünya'nın sorunlarına çözüm olarak kalkınmacılık formülünü bina eden bir söylem üretmek suretiyle bağımsız Üçüncü Dünya ülkelerinin meselelerine müdahale etme aracı haline geldiler" (Natrajan ve Parameswaran, 33).

Kalkınmacılık eski sömürgeci modernizmin projesinin ekonomik gelişme kılıfına girmiş halinden başka bir şey değildir. Natrajan ve Parameswaran'ın özellikle altını çizdikleri ve bizim açımızdan da önem taşıyan konu "Bretton kurumları"nın Üçüncü Dünya için modernleşme kurumlarını ve neo-liberal siyasaları dayatıyor olmasıdır. Üstelik yeni bağımsız ulus-devletlerin önderleri de kalkınmacılık felsefesini içselleştirmişlerdir. Yazarlar buna en iyi örneklerden biri olarak Hindistan'ın ulusal liderlerinden Jawaharlal Nehru'yu gösteriyorlar. Nehru için bilim ve teknolojinin "karanlıkta bırakılmış" yığınları özgürleştireceği sanayileşmiş bir ütopyaya doğru koşar adım ilerleme, kör inançların ve geleneğin bağlarından kurtulma zorunludur. Nehru'nun modern, ussal ve Avrupalı dünya görüşüne göre Batı bilimi ve bilimsel ussallığı ve teknolojisi Hindistan'ın sorunlarına çözüm sunan tek yoldur. Batı döneminin ileri uygarlığıdır ve Hindistan'ın Avrupa'nın yolunu izlemekten başka seçeneği yoktur.

Batı'nın Doğu'ya ilişkin bilgisi aynı zamanda kendisini de tanımlayan bir bilgidir. Bu bilginin üretim çerçevesi, kavramsal çerçevesi özselci, ikili karşıtlıklarla kurulan kategorilere dayanır: Birinci Dünya-Üçüncü Dünya, Gelişmiş-Gelişmemiş, Zengin-Yoksul, Modern-Geleneksel, Demokratik-Despotik... Kuşkusuz Batı burada kendisini ikili karşıtlığın olumlu yanında kurmaktadır. Doğu'nun Batı medyasında yoksul, egzotik ve şiddet dolu olarak görüntülenmesi de sadece "Öteki"ni geri kalmış olarak kurmakla kalmaz, Batı kendisini de üstün olarak kurar, Batı uygarlığının üstünlüğünü pekiştirir. Dünyanın Batı dışındaki her bir bölgesi o bölgeyi illetli olarak tanımlayan özgül bir "sorun"la karakterize edilir. Güney Asya aşırı nüfus ve cehaletle tanımlanır, Afrika kabile savaşları ve kıtlıkla tanımlanır, Orta Doğu'nun karakteri köktendincilik ve patriyarkidir, Latin Amerika ise uyuşturucu trafiği, rüşvet ve ahlaki çürümüşlük ve iç savaşlarla tanımlanır.

Dolayısıyla Oryantalizm Batı'nın sırf Doğu'ya bakışı, Doğu'yu düşünmesi ve Doğu'ya ilişkin bilgisiyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda kendisini de bu "Öteki"nin üzerinden tanımlar ve bu tanımlı kitle iletişim araçlarıyla da kendi toplumlarına, uygarlığına yayar. Oryantalizm bir anlamda Batı'nın kendi egemen ideolojisi haline de gelmiştir.

Böylelikle Doğu ve Batı, Oryantalizmin çerçevesi içinde şu görüşü paylaşır, şu ortak zihniyeti içselleştirir: Liberal kapitalizmin ve demokrasinin kurumları, Avrupa-Amerikan kültürü-ussallığı, bilimsel düşüncesi içinde tam olarak gerçekleşmiş tümlüklü bir özden oluşan bir insan doğası vardır. Bu düzeye ulaşamamış toplumlar için bu düzey hedef olmalıdır. Bu hedefe başta teknolojik-bilimsel ussallık olmak üzere, diğer Batı kurumları ve pratiklerinin benimsenmesi ve içselleştirilmesiyle ulaşılabilir. Ancak örnek alınan ussallığın aynı zamanda Batı'nın sosyo-politik ve ekonomik hedefleriyle tanımlanan bir referans çerçevesi sunabileceğini de unutmamak gerekir.

Nitekim telekomünikasyon, enformasyon akışı ve enformasyon toplumu kavramlarının akademik araştırmalarda örneğini verdiğimiz ve bu kavramları öncelikli olarak ekonomik çerçevede tanımlayan yaklaşımlarla Amerika Birleşik Devletleri'nin bu konudaki politikasındaki değişiklik arasında çok sıkı bir ilişkinin varlığını tespit edebiliriz. Hollifield ve Samarajiva, Amerika Birleşik Devletleri'nin uluslararası enformasyon-iletişim siyasasında değişmeyi şöyle açıklıyorlar. Birinci Dünya Savaşı'nın sonundan itibaren enformasyonun uluslararası özgür akışının enformasyona erişimin insanların kendi kaderlerini kendilerinin belirlemesinin zorunlu bir koşulu olduğu gerekçesine dayandırılarak savunulmasına ve Amerika'nın bu siyasayı benimsemesine karşılık, 1980 ile 1994 arasında uluslararası enformasyon-iletişim konularına ilişkin siyasa açıklamalarında vurgunun değiştiği görülmektedir. Bu dönemde ABD'nin söylemi uluslararası enformasyon-iletişim

akışının siyasal ve toplumsal yararlarından bu erişimin ekonomik yararlarına doğru bir kayış göstermektedir (1994). Enformasyon toplumuna ilişkin akademik çalışmaların sürekli olarak ulus-devletlerin özgül mevzuatlarının ekonomik engellemelerini gidermeyi ögütüyor olması ABD'nin siyasa söylemi ile akademik söylem arasında ilginç bir örtüşmeyi gözler önüne sermektedir.

Şimdi tüm bu değerlendirmeler çerçevesinde, daha sağlıklı olarak yanıt arayabileceğimizi umduğumuz soruyu sorabiliriz: “Bu gelişme sürecinde Türkiye şu anda nerede duruyor?” Bu kuşkusuz anlamlı ve hepimizin cevabını merak ettiğimiz bir soru. Öncelikle tüm siyasal heyetlerin, bazılarının belli kayıtlarıyla da olsa, birkaç istisna dışında kabul ettikleri telekomünikasyon hizmetini özelleştirme girişimi, Türkiye'nin bu alandaki hakim eğilimi benimsemiş olduğunu ortaya koyuyor. Henüz bu girişim tam olarak gerçekleşmemiş olsa da, görünen Türkiye'nin küresel enformasyon hizmetlerinin dışında kalmak gibi bir niyetinin asla olmadığıdır. Ayrıca altyapı olarak da Türk Telekom önemli yatırımlar yapmaktadır. Nihayet, anlamını tam olarak bilseler de, bilmeseler de, tüm politika yapanların ve üretenlerin dilinde “bilgi çağı”, “bilgi toplumu” gibi kavramların olumlu olarak ve sıklıkla telaffuz ediliyor olması Türkiye'nin tercihinin ne olduğunu ortaya koymaktadır.

Bütün bu ekonomik ve zihni süreçlerin çerçevelediği bir ortamda en önde gelen örneği olan İngiltere dışında, devletçi bir yayıncılık anlayışıyla karakterize olan Avrupa yayıncılık rejimlerinde özelleşmeye, çok sayıda televizyon (ve radyo) kanalının ortaya çıkmasına doğru bir yönseme görüldü. Türkiye bu sürece 1990'larda girdi ve önce uydu teknolojisinin yardımıyla yurtdışından Türkiye'ye, Türkiye'de çanak antenlerle izlenebilen Türkçe içerikli yayınlar başladı. Tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye'de de kamu yayıncılığına karşı olanlar ya da en azından özel ve tecimsel yayıncılığın gerekliliğini savunanların dayandıkları temel argüman, teknolojinin artık sınır tanımadığı ve teknolojinin dayanakları karşısında direnmenin boşuna ve anlamsız bir çaba olduğuydu.

Henüz uydu yayıncılığının olanaklarının yaygın bir biçimde tanınmadığı bir toplumda, teknolojik gelişmelerin mevcut yasal çerçeveyi zorladığı, bırakın zorlamayı bu çerçevenin sınırlarını darmadağın ettiği iddiası özel ve tecimsel televizyonculuğa yönelik teşvik ve desteğin zihni dayanağını oluşturuyordu. Böylelikle politik ve ekonomik çıkarlar ile mevzuat arasındaki uyumsuzluk, teknoloji ve mevzuat arasındaki uyumsuzluk şeklinde daha meşru bir kılıfa sokuluyordu. Demek ki bir çok Avrupa ülkesinde olduğu gibi, özel televizyonların Türkiye'deki serüvenlerinin de yolunu açan anahtar terim “teknoloji” olmuştur.

h. MADEM Kİ TEKNOLOJİDİR, NE DERSE YERİDİR

Teknolojinin insanı değiştirdiği yönündeki iddialar kuşkusuz yabana atılamaz. Örneğin uygarlıklar ile iletişim teknolojileri arasında bu tür bir ilişkiyi sorgulayan Kanadalı araştırmacı Harold Innis, iletişim teknolojilerinin zaman ve mekanla ilişkilerinin niteliğine dayanarak belli uygarlık biçimlerinin tanımını yapmıştır. Innis'e göre (1972), iletişim araçlarının temel özelliği zaman ve mekan yanlılığıdır. Yani kimi iletişim araçları zaman-yanlı iken, kimileri de mekan-yanlıdır. Bu o araçların teknolojik fitratı gereğidir. Bir uygarlıkta iletişim araçlarının bu niteliklerine bakarak o uygarlığı tanımlayabilmek de olanaklıdır.

“Zaman-yanlı araçlar kalıcı niteliktedirler; parşömen, kil ve taş gibi. Ağır maddeler mimari ve yontunun gelişmesine uygundur. Mekan-yanlı iletişim araçları ise daha az kalıcı ve hafif olma eğilimindedir. Papirüs ve kağıt gibi. Kağıt yönetim ve ticaret gibi geniş alanlara uygundur. Zaman-yanlı iletişim malzemeleri öz-yönetim ve hiyerarşik kurum türlerini besler, özendirir, biçimlendirir, buna karşılık uzamı vurgulayanlar karakter olarak daha az hiyerarşik hükümet sistemlerini ve merkezileşmeyi özendirir ve biçimlendirirler.

İletişime araçlarının mekan ve zaman bakımından olanak ve sınırlılıklarına göre ayrışınıp, bu

özellikleriyle başat olan iletişim teknolojisinin yönetim biçim ve ilişkilerini şekillendirdiğini ortaya atan bu görüşe göre, örneğin, önemli tüm yasaları taş ve kilin üzerine oymak suretiyle yazarak zaman-yanlı iletişim teknolojisini kullanan Mısırlıların uzun ve istikrarlı bir imparatorluğa sahip olmaları, buna karşılık kağıdı kullanan Romalıların, bu iletişim malzemesinin mekan-yanlılığı nedeniyle çok uzak mekanlara kadar yayılana ve alan olarak devasa bir imparatorluk kurmaları mümkün olmuştur.

Innis, gördüğü gibi, yönetim biçimlerinin merkezi veya merkezi olmamasını, hiyerarşik veya hiyerarşik olmamasını iletişim teknolojilerinin malzemeleriyle ilişkilendirmektedir. Bu ilişkide malzemenin niteliği olmazsa olmaz bir koşul olarak öne sürüldüğü için ister istemez teknolojist bir yönseme Innis'in çözümlemesine hakim olmaktadır.

McLuhan ve Küresel Köy

Innis'in izinden giden bir başka Kanadalı McLuhan ise güçlü retorikleriyle, bir anlamda popüler düşüncedeki anti-teknolojik karamsar eğilimleri (belki *technophobia* demek doğru olur) akademik teknoloji yandaşı iyimser eğilimlerle birleştirmiştir. Raymond Williams'ın (1974) şiddetle eleştirdiği bu teknolojist yönseme, teknolojiyi toplumsal olanı belirleyici etken olarak tanımlarken, teknolojiyi toplumdan soyutlamakta, yani teknolojinin toplumsal bir fenomen olduğunu göz ardı etmekte, toplumu da teknolojik gelişmelerin dışında bir yerlere koymaktadır. Bu eğilim iletişim çalışmaları alanında ortaya çıkan dönemsel bunalımların önde gelen nedenlerinden biridir.

İletişim araçlarında teknolojik değişmelerin yolunu izleyen Marshall McLuhan'dan burada biraz daha ayrıntılı olarak söz etmekte yarar var. Bunun nedeni, McLuhan'ın "teknolojik belirlenimci" olarak 1990'lara kadar iletişim araştırmaları alanında önemsiz bir yere konumlanmasına karşılık, bu yıllardan itibaren metodolojik çoğulculuk, çok perspektifli kuramlar ve diyalektik bakış açılarının aranmaya başlanması ve McLuhan'ın diyalektik metodolojisinin ve medya çözümlemesinin bu arayışları zenginleştirebileceği düşüncesinin bu araştırma alanında McLuhan'a olan ilgiyi canlandırmasıdır.

McLuhan ardı ardına gelen iletişim araçlarının yükseliş ve düşüşünü çözümlemek için tarihsel bir metodoloji geliştirmiştir ve bu metodoloji, teknolojinin insan-merkezli bir gelişme serüveni olduğu iddiasını esas alır.

McLuhan'a göre, toplumsal bilimcilerin medyanın tarihsel evrimine ilgisizlikleri inanılmazdır. Batı dünyasının geçmiş 3500 yılı boyunca medyanın –söz, yazı, matbaa, fotoğraf, radyo, televizyon-kendisi ve gelişimi toplumsal düşüncede sürekli ve sistemli olarak göz ardı edilmiştir. Bu ilgisizlik, köklü değişikliklere yol açan günümüzün elektronik çağında bile devam etmektedir. Düşünürler niye bu konuda kafalarını devekuşu gibi toprağa gömmeye ısrarla ve sebatla devam etmektedirler.

Oysa McLuhan'a göre, ister fonetik alfabe olsun, ister bilgisayar, medya insanın uzantıdır. Tekerlek ayağın bir uzantısıdır, giysi derinin teknik bir uzantısıdır, kitap gözün gelişmesi, radyo ise kulağın teknik ifadesidir ve bunlar bizzat insanın kendisinde kalıcı ve derin değişikliklere neden olurlar ve ortamı değiştirirler. Herhangi bir duyunun genişlemesi düşünme ve davranma tarzımızı, dünyayı algılama tarzımızı değiştirir. Bu oranlar değiştiğinde de "insan değişir."

İnsanın uzantısı iddiasıyla McLuhan insanın bir organının, duyunun veya işlevinin yenginleşmesini, genişlemesini, büyümesini, özetle kapasitesini artırmasını kastetmektedir. Ancak insan bu gelişmesinin ayırımına varamaz, çünkü ne zaman böyle bir genişleme söz konusu olsa, insanın merkezi sinir sistemi etkilenen alanın kendini koruyan bir anesteziyle duyarsızlaşmasına sebep olur ve olan biteni bilinçli olarak algılanmasına engel olur. Bu insan bedeninin çok ya da stres

durumlarındaki duyarsızlaşmasına, ya da psikanalitik terimlerle, Freud'un "bastırma" diye tanımladığı zihinsel yerdeğiştirmeye benzer bir süreçtir.

McLuhan insanın kendi kendini uyuşturması, bir anlamda hipnotize etmesi olarak tanımladığı bu durumu "Narsisos narkozu" diye adlandırır. Bu durum insanın içinde yüzdüğü suyun bir balığı gibi olması, yani kendisinin uzantısı olan yeni teknolojinin ruhsal ve toplumsal etkilerinin ayırımında olmaması sendromudur.

"The Gadget Love" adlı denemesinde McLuhan, bu durumu niçin "Narsisos sendromu" olarak nitelediğini, mitolojideki Narsisos öyküsüyle bağlantılandırarak ayrıntılı biçimde açıklar. Narsisos söylencesine göre, genç Narsisos (ki bu narkoz, kendinden geçme, dumura uğrama anlamlarına gelen bir sözcüktür) suda gördüğü kendi yansıyan görüntüsünün bir başkasına ait olduğunu zanneder. Kendisinin ayna sayesinde gerçekleşen uzantısı, kendisinin bir parçası haline gelene kadar algıları dumura uğrar. Kendi uzantısına uyarlanmış ve kapalı bir sistem haline gelmiştir. Bu söylencenin ana fikri, insanların kendilerinin başka bir maddedeki uzantıları karşısında derhal büyülenmeleridir. Narsisos'un aynadaki uzantısı onun algılarını dumura uğratar. Böylelikle her bir uzantı, ortamı denetlemede olumlu bir etken olmanın yerine, bir organın felç olmasına benzer bir şok etkisi ve duyarsızlık yaratır. Diyalektik ilişki içinde her uzantı aynı zamanda insan bilgisini diğer kiplere çevirir ve dönüştürür böylelikle varlığın uzantısı yeni bir şey olur veya kendini yeni bir şeye dönüştürür.

Medya ortamı bu süreç içinde can alıcı önemdeki bir noktayı geçtiğinde değişir. Bu bir kopuş sınırıdır. Bu sınırın temel etkeni medya ortamlarının melezlemesidir. Örneğin radyo ile filmin melezlenmesi sesli filmleri yaratmıştır. Medya ortamlarının buluşma anı olan bu nokta aynı zamanda özgürlük anıdır ve böylelikle bu andan itibaren yeni medyanın duyularımıza yarattığı dalgınlık ve uyuşukluk durumundan kurtuluruz.

McLuhan'a göre, bu "Narsosis" etkisi nedeniyedir ki, kamyon sürücüsünden okuryazarlara kadar çoğu insan, medyanın kendilerine ne yaptığının farkında değildir. Medyanın insan üzerindeki yaygın etkileri nedeniyle, içeriğin değil bizzat aracın mesaj olduğunun ayırımına varmazlar. Oysa herhangi bir teknolojik aracın içeriği veya mesajı olsa olsa, ancak atom bombasının üzerine kazılmış yazılar kadar önem taşır. Patlayan, yıkan, yok eden, yani etkili olan madde atom bombasının üzerindeki söz geliş "dikkat tehlike" yazısı değil, bombanın bizzat kendisidir. McLuhan, "The Gutenberg Galaxy" de (1962) "teknolojik ortamlar sırf edilgin kaplar değildirler, insanları ve diğer teknolojileri de yeniden biçimlendiren etkin süreçlerdir," der. Her bir teknoloji yeni bir insani ortam yaratma eğilimindedir. "Araç Mesajdır (*The Medium is Message*)" da ise teknolojik deneyimi dışarıdan anlayamayacağımızı, elektronik çağın üzerimizdeki etkisini ancak teknolojinin işlenmiş dünyasını derinlemesine ve mitik olarak "deneyimini yeniden yarattırsak" anlayabileceğimizi ileri sürer. Tüm medya üzerimizde iş görür, öylesine ikna edicidirler ki, dokunulmamış, etkilenmemiş, değişmemiş bir parçamız kalmaz. Araç mesajdır. Toplumsal ve kültürel değişmeyi anlamak ancak medyanın ortamlar olarak işleyiş biçimini bilmekle mümkündür (1967).

McLuhan medyanın içeriğinin değil, kendisinin önemli olduğunu belirtirken aynı zamanda medya tanımının sırf bildik iletişim araçlarıyla sınırlı olmadığını, insan bedeni ve duyularının uzantılarını yaratan her teknolojiyi içerdiğini söyler. Medya giyimden bilgisayara kadar insan bedeninin ve duyularının tüm uzantılarını kapsayan bir terimdir ona göre. Bu kavram kuşkusuz kitapları, gazeteleri, dergileri, radyoyu, televizyonu ve kayıt cihazlarını içerir ama otomasyon, makine teknolojisi, elektrik ışığı, söz, yazı, matbaa, telgraf, soyut resim, tren yolu, bunların hepsi de medya örnekleridir. Ama insan bedeni ve duyuları zaten iletişimseldir, dolayısıyla uzantıları da insanın bu iletişimsel kapasitelerini genişletir. Toplamları iletişim içeriğinden çok, insanların iletişim kurmalarını sağlayan medyanın doğası biçimlendirir. Topluma yeni bir teknoloji girdiğinde toplumun tüm kurumlarına yayılır, çünkü toplumun tüm işlevleri bu yeni biçime uyarlanacak

şekilde bir dönüşüm geçirir. McLuhan bu dönüşümün binlerce yıl önce fonetik alfabenin bulunmasıyla yaşanmış olduğunu, bugün de elektronik medyanın aynı etkiyi yarattığını söyler.

Fonetik alfabenin icadından önce insan tüm duyuların dengeli ve eş anlı olduğu bir dünyada yaşıyordu. İlk el ile iletişim aracı sözdü ve böylelikle insanın bilgisi bir diğerinden çok fazla veya az değildi, yani bugünkü Batılı uygar insanın belirgin özellikleri olan bireycilik ve uzmanlaşma bu toplumlarda ya hiç yoktu ya da sözü bile edilmeyecek önemdeydi. McLuhan'a göre, bunun açık delili, kabile kültürlerinin bugün bile birey veya ayrı ve bağımsız yurttaş kavramını kavrayamamalarıdır. Kabile insanını okuryazar ardıllarından ayırt eden bir başka temel karakteristik onun bir akustik uzam dünyasında yaşıyor olmasıdır ki bu dünyada zaman-uzam ilişkilerinin kavranışı çok farklıdır.

Akustik uzam görsel uzamdan farklı olarak merkezi ve kenarı olmayan bir uzamdır; organik ve tümleşiktir; tüm duyuların eş anlı etkileşimi aracılığıyla algılanır. Buna karşılık ussal veya görsel uzam tüm duyuların tekbiçimli, ayrılmış ve kesintisiz bir karşılıklı ilişkisidir ve kabile dünyasındaki yankı diyarının (*echoland*) zengin titreşimlerinden yoksun, kapalı bir dünya yaratır.

McLuhan'a göre Batı uygarlığının bugünkü zaman-uzam kavramları fonetik yazının icadıyla yaratılan ortamdan kaynaklanmaktadır, hatta batı uygarlığı kavramı da bu ortamın ürünüdür. Kabile dünyasının insanı enformasyon için söze bağlı oldukları için insanlar kabile bütünlüğü içinde birbirlerine çekilirler ve söz yazıdan tonlama bakımından daha duygu-yüklü olduğu için, öfke, keyif, üzüntü, korku gibi zengin duygular, kabile insanı daha kendiliğinde, tutkusal olarak ise daha gelip geçicidir.

Gutenberg galaksisine giriş, ki bunun simgesi Gutenberg'in matbaasında bastığı İncil'dir, yazıyı sözden yalıtır ve insan organizmasının görsel unsurunu teşvik eder. Ortaçağın yazılı metinleri gözden çok kulak içindir, çünkü bu dönemde elyazmaları hem fiziksel mekanlarda sıkı sıkıya korunmaları nedeniyle ortalıkta dolaşmıyor, hem de çoğunlukla sesli olarak okunuyordu. Fonetik alfabe kulak yerine gözün hakimiyeti demekse de, bu hakimiyetin tam anlamıyla gerçekleşmesi "matbaa" kültürüne geçişle oldu. Yazılı iletişim biçimlerinin dayattığı çizgisel, tekbiçim ve sonsuza kadar tekrarlanabilir olan ussallaşmış kültür, Gutenberg'in matbaasıyla yaygınlaştı ve kökleşti. Modern bireycilik biçimleri bu kültürün yaratımıdır. "Matbaa bireyciliğin teknolojisidir."

Gutenberg matbaası uzam ve zamanı ölçülebilir, ussal ve öngörülebilir hale getirdi. Matbaanın ussallaştıran etkisi coğrafi haritalara, tren tarifelerine, resimde perspektif nosyonlarına yol açtı. Ne var ki, tüm bunlar elektrik iletişim biçimlerinin gelmesiyle alt üst oldu.

Nasıl ki fonetik alfabe, sözel-kabile insanı ile görsel insan arasındaki kopmanın sınırını oluşturunorsa, McLuhan'ın "Gutenberg Galaksisi" olarak adlandırdığı matbaa uygarlığı da, yine kendi adlandırmasıyla "Marconi takımıydı", yani telgraf, radyo, sinema, telefon, bilgisayar ve televizyonda oluşan elektrik araçlar uygarlığı, tarafından tutulmaya uğramıştır. McLuhan, bunların eski mekanik araçların yaptığı gibi insanın tek bir duyusunu ya da işlevini genişletmiş olmakla kalmadığını, tüm merkezi sinir sistemlerimizi güçlendirip dışsallaştırdığını belirtir. Bunun sonucunda toplumsal ve ruhsal varlığımız tüm yönleriyle başkalaşıma uğramıştır. Elektrik devresi matbaanın yerine geçince uzam ve zaman "içe patlama"yla imha olmuştur. Yeni medya, iletişimin yazılı biçimlerinin görsel-yanlılığını ynkmuş, dünya vatandaşlarını sözlü toplumlanıkiyle çok benzeşen ortak bir kültüre geri döndürmüştür. Bu yeni "küresel köy"de, hiyerarşik, tekbiçim ve bireyleştirici kültür yerini insanların birbirlerine yeniden dokunabildikleri, ortak ve eş anlı "olayları" yaşayabildikleri, ortaklaşmacı bir kültüre bırakmıştır.

Bugün televizyon en önemli elektrik araçtır çünkü ülkedeki hemen her eve girmiştir ve her seyircinin merkezi sinir sistemini genişletmektedir. Tüm mekanik teknolojiyi karakterize eden görseelliğin üstünlüğünün sona ermesinden esas olarak televizyon sorumludur. McLuhan'a göre

televizyon kesinlikle “görsel” bir araç değildir. Televizyonun gözün bir uzantısı olduğu düşüncesi anlaşılabilir bir yanılgıdır ama film ve fotoğraftan farklı olarak televizyon görmeden çok dokunma duyusunun bir uzantısıdır. Televizyonun dokunma gücünün gizi video imajının sadece düşük yeğlilik ve seçiklikte olması, böylelikle fotoğraf veya filmden farklı olarak özgül nesnelere ilişkin ayrıntılı enformasyon sunmaması, dolayısıyla seyircinin aktif katılımını gerektirmesidir.

Televizyon imgesi sadece yatay çizgilerden değil milyonlarca küçük noktacıklardan oluşan bir mozaiktir. Bu noktacıklardan seyirci ancak 50 veya 60’ını seçebilir ve imgeyi bunlarla biçimlendirir. Böylelikle seyirci belirsiz ve bulanık imgeleri sürekli doldurmaktadır, ve bunun sonucu ekranla derinlemesine bir ilişki içindedir. Sonuçta ekranda görünen çizgi roman tarzı imge seyircinin imgeleminde canlanmaktadır ki, bu işlem izleyicinin kişisel katılımını ve müdahalesini gerektirir. Seyirci televizyonda ekran haline gelmektedir aslında, sinemada ise kamera haline gelir.

McLuhan’ın zaman zaman bilimkurgu öykülerini anlatır tarzda, kimi zaman spekülasyon sınırlarını bile zorlayan bir üslupla dile getirdiği çözümlemeleri, ilgi çektiği kadar, özellikle akademik çevrelerde, basitçe “teknolojik belirlenimciliğin” kışkırtıcı bir manifestosu olarak eleştirilere muhatap olmuştur. Bu eleştiriler McLuhan’ın iletişim çalışmaları tarihinde, “teknolojisizm” başlığı altında, “araç mesajdır” iddiasıyla kısaca değinilip geçilen bir konuma indirgemıştır. “Medya”yı böylesine öne çıkaran bir tarihsel çözümlemenin, “medya çalışmaları” alanında bu denli önemsenmezlik durumuna düşmesinin nedeni, aslında Naim’in daha 1968 yılında belirtmiş olduğu gibi, McLuhan’ın çözümlemesini kuşatan mitolojisi ve mitolojik üslubudur (1968). Şayet McLuhan’ın tarihsel çözümlemesi onun mitolojisinden ayrılırsa medya çözümlemelerinde “ideoloji”, “toplumsal denetim”, “yanlış bilinç”, “bilinç tacirliği”, “medyanın mülkiyeti” gibi kavramlar ve konular arasında genellikle göz ardı edilen bir toplumsal kuvvetin, yani “medya”nın bu çözümlemelere dahil edilmesi için verimli bir zemin sağlayabilecektir.

Burada ister istemez Zygmunt Baumann’ın kitle toplumunu karakterize eden özelliklerden arasında saydığı teknolojiye bağımlılık konusunu anımsamazlık edemeyiz. Teknoloji insanın kendinde olan kapasitelerinin uzanımıdır, genişlemesidir belki McLuhan’ın iddia ettiği üzere. Ama teknoloji insanı öylesine büyüler ki, modern toplumun insanı teknolojiyi kullanır ama ona hakim olamaz. Şişenin içindeki cindir teknoloji, bir kez şişeden çıkıp özgürlüğüne kavuştuğunda, insanı kendine mahkum eder ve bu mahkumiyet de insanın teknolojinin bilgisine sahip olamamasından kaynaklanır. Elektrikli tıraş makinesi bozulduğunda mutlaka bir bilenin (konunun uzmanının) bilgisine başvurmak zorundadır modern insan. Eğer bir uzman bu böyledir diyorsa, buna karşı çıkmanın olanağı yoktur.

Teknoloji ve Türkiye

Türkiye’de televizyon yayınları 1968 yılında, Ankara’da görece dar bir alanda başladığı vakit, o zamana değin hiç televizyon izlememiş, hatta televizyon nedir duymamış olanların, evlerinde alıcı olmasa dahi, Halit Kıvanç’ın “televizyon” ve “misafir” sözcüklerinden ürettiği “telesafirlik”, yani “televizyon misafirliği” yaparak, televizyonu olan komşunun, hısumın, akrabanın evinde bu yeni teknoloji harikasıyla karşılaşırken neler hissettiklerini, onunla nasıl bir ilişkiye girdiklerini anlamamıza yardımcı olabilecek bir araştırma yok elimizde ne yazık ki. Ama insanların bu harikayı yadırgadıklarına ilişkin herhangi bir bilgi de yok. Kişisel tarihim içinden baktığımda, gözlemlerim bu harika aracın çok kısa bir süre içinde benimsendiğini ortaya koyuyor. Kilometrelerce uzaktaki insanların görüntü ve sesleriyle evlerimize misafir olmasının gerisindeki teknik mantık, hiç bilinmeksizin olağan bir şeymişcesine kabul edilmiştir büyük çoğunlukça. Bazı başka kişisel tarihler, bu mantığı kabul edemeyen, sorgulayan, zaman zaman alıcının arkasına geçip biri var mı diye bakan ve bu ısrarını ölene dek sürdüren ninelerimizin, dedelerimizin olduğunu söylese de, genel olarak televizyon teknolojisi daha önce bu teknolojiyle hiçbir şekilde yakınlığı, tanışıklığı

olmayan insanların tarafından olağan bir şeymişçesine kabul görmüş, böylelikle modern insanın teknolojiye bağımlılığına yeni bir araç daha eklenmiştir. Daha doğrusu yeni bir araç daha, insanın teknolojiye bağımlılığını artırmıştır.

Yine kişisel tarihim içinde teknolojiye ve dolayısıyla uzmanlığa bağımlılığın artışına televizyon yayınları içinden bir örnek daha vermek istiyorum. 1971 yılında, TRT İstanbul Teknik Üniversitesi'nin eğitim amacıyla kullandığı stüdyodan İstanbul'a da yayın yapmaya başladığında, yayın stüdyosuna gelen ve ardı arkası kesilmeyen telefonları bugünmişçesine anımsıyorum. Telefonlarda izleyiciler (ya da daha doğru bir deyişle henüz, telefonla bilgi alana değin televizyonu izleyemeyiciler) televizyonlarıyla yayınları izleyemediklerini söyleyip, neler yapmaları gerektiğini soruyorlardı TRT'nin teknisyenlerine. Bu teknisyenlerin görevleri elbette yayım gerçekleştiren araçların bakım, onarım ve işletimiydi ama onlar üzerlerine vazife olmasa bile izleyicilerin bu sorunlarına ellerinden geldikince yanıt vermeye onlara yardımcı olmaya çalışıyorlardı.

O zamanlar Türkiye'de montaj tarzında dahi televizyon alıcısı üretilmediğini, alıcıların yurtdışından getirtildiğini, özellikle Almanya'da ve Avrupa'nın diğer ülkelerinde çalışan işçilerin aracılığıyla Türkiye'ye çok sayıda alıcı girdiğini anımsatmamız gerekiyor burada. Böylelikle herhangi bir satıcı uzman desteği olmadığı için cihaz sahibi olanların çaresizlik içinde sağdan soldan, tanıdıklarından bu cihazları nasıl işleteceklerini öğrenmeye çalışmaları da doğaldı. TRT kuşkusuz bu tür sıkıntılar içindekilere en güvenebilecekleri uzmanları barındırıyordu.

Ama yine kişisel tanhim içinde televizyon cihazı sahibi olanların problemleri içinde hala gülümseyerek anımsadığım en yaygınlarından biri televizyonu çalıştırma düğmesini bulamamak ya da böyle bir düğmenin varlığından haberdar bile olmamaktı. TRT İstanbul Televizyonu'nun ilk yayınlarında teknik yönetmen olarak görev yapan Emin Hoca'nın telefonla Maçka'daki stüdyoyu arayıp, "televizyonu sehpanın üzerine koyduk ama hiçbir şey göstermiyor, koyduğumuz gibi duruyor" diye şikayetini aktaranlara, önce televizyonlarının marka ve modelini sorup daha sonra da açma düğmesinin yerini tarif edip, o düğmeye basmalarını söylediğini, daha sonra cihazın üzerindeki çubuk antenleri çıkarıp yön aramalarını tavsiye ettiğini çok iyi anımsıyorum. Emin Hoca ve diğer arkadaşlar telefonla yardım servisleri karşılığı çok sayıda hayır duası almışlardı.

Televizyon teknolojisi o dönemde bir çok izleyici için açma düğmesine basıp anteni yönlendirmekten ibaretti. Bu problemi çözümleyip görüntü almaya başlayanlar için teknoloji devri alt edilmiş oluyordu. Ama büyük çoğunluğun bu kadarcık, veya bir iki adım ileri (mesela kontrast, ışığı ayarlama, vb) bir yengiyile yetinmeleri ve sürecin gerisini ve mantığını merak etmeden bu teknolojiyi sanki yıllardır kullanıyormuşçasına kullanmaya başlamaları, yani sürecin ve mantığın bilgisini uzmanlara terk etmeleri, modern insanın teknolojiye bağımlılığının herhalde inandırıcı bir örneğini oluşturuyor.

Teknolojiye bağımlılık aynı zamanda teknolojiye hakim olan (ya da öyle olduğuna inanılan) uzmanlara bağımlılık demektir. İş bilene bırakmanın ne zararı olabilir diye düşünülebilir. Ama uzmana bağımlılık ve güven sadece televizyonun düğmesinin yerini bulmaya yardım arama gibi çok masum bir gereksinimle sınırlı kalmayabilir, nitekim pek de kalmamaktadır. Teknolojinin sadece gündelik yaşama değil ama hayatın tüm alanlarına girdiği ve hakim olduğu bir dünyada, insanlar giderek teknolojiyle bağlantılı tüm politik kararları giderek bir bilene, bir uzmana devretme eğilimindedirler.

Teknolojinin yayıncılık konusundaki dayatmaları da, uzmanlar böyle diyorsa kabul edilmek gerekir. Bunun başkaca bir yolu yoktur. Hatta teknoloji öyle bir şeydir ki, bir kez dayattığında insan bu dayatmanın gerisindeki çıkar ilişkilerini sorgulamayı bile düşünemez. Mesela uydu teknolojisinin özel yayıncılığı dayattığı doğru olabilir ama acaba niçin dönemin siyasal önderinin ailesi bu işte başı çekmektedir ya da bu işin içindedir? Bu yayınları gerçekleştiren ortaklığın

tarafından biri bu önderin oğlu olduğunda acaba siyasal, ekonomik ve diğer mekanizmalardaki problemlerin çözülmesinde bir nebze olsun haksızlık söz konusu olmaz mı? Bu sorular gündeme getirilmemiştir, getirilememiştir. Teknolojinin gücü insanın sorgulayıcı, eleştirici zihnini dumura uğratmıştır.

Şimdi teknolojinin dayatması ve yapılacak başka bir şey olmadığı yönündeki iddiadan güç alan ama gerisinde bir çok ekonomik, siyasal güç ilişkilerinin yattığı bir serüveni, yani Türkiye'nin özel televizyon dünyasına giriş serüvenini, Beybin Kejanlıoğlu'nun ayrıntılı ve titiz çalışmasındaki (1998) verilerden yararlanarak izleyelim.

1. ÖZELLEŞEN EKРАНLAR

Türkiye 80'lerde dünyanın yaşadığı köklü dönüşümlerin dışında kalmadı, kalamazdı da zaten. Böylelikle “yeni dünya düzeni”nin bir çok ülkeden de farklı olarak en sadık parçası haline geldi, üstelik bu süreç, yine bir çok ülkeden farklı olarak görece pürüzsüz bir şekilde gerçekleşti. Bunun nedeni Türkiye'ye özgü konjonktürel koşullardan kaynaklanmaktadır.

Neydi bu “yeni dünya düzeni”nin parametreleri? İki kutuplu bir dünyada siyasal ve ideolojik boyutu daha özenle vurgulanan ve geliştirilen liberalizm, özel mülkiyet, piyasa ekonomisi, çoğulculuk gibi kavramlar, kutupluluk sorunu dumura uğradıktan sonra ağırlıklı olarak ekonomik boyuta indirgendi. İnsanın kendini gerçekleştirmesi, paylaşma, özgürlük, demokrasi gibi siyasal-felsefi kavramlar yerini “verimlilik”, “büyüme” “gelişme”, “tüketim” gibi ekonomik kavramlara bıraktı. Ekonominin ve ekonomik kavramların itibar kazanması bir köklü zihniyet değişikliğini de gündeme getirdi. Yeni ve hakim zihniyet dünya ekonomisinin (ve dolayısıyla küresel dünya pazarının bir parçası haline gelen) ulusal ekonomilerin yeni-rekabetçi ortamında, verimliliği engelleyen her türlü pürüzün giderilmesi gerektiği ilkesiyle karakterize oluyordu. Korumacı, rekabeti kısıtlayıcı, uluslararası mal ve hizmet akışını engelleyen her türlü mevzuat pürüzünün ortadan kaldırılması gerekiyordu. Türkiye 1980'lerde bu değerlerle (ki, hem eleştirenlerin, hem de onaylayanların söyleminde “yükselen değerler” nitelemesiyle kısaca tanımlanmaktadır, ama giderek bu niteleme daha çok eleştirenlerin söylemine ait olmaya başladı) ve taleplerle çerçevesi çizilen bir politikayı hayata geçirme sürecini yaşadı.

1980'lerdeki yolculuğuna bir askeri darbe ve onu izleyen askeri yönetimle başladı Türkiye. Askeri yönetim 1983 yılında yapılan genel seçimler sonucunda yerini Turgut Özal liderliğindeki Anavatan Partisi iktidara bıraktı. Anavatan partisinin 1987'ye kadar süren iktidar döneminde toplumsal ve siyasal yapı esas olarak bir sivilleşme süreci geçirdi. Bu süreç pürüzsüz ve kolay olmadı, ama özellikle Anavatan Partisinin parlamentoda mutlak çoğunluğu almış olması ve Turgut Özal'ın uzlaşmacı politikaların sivilleşme sürecinin büyük sorunlara ve çatışmalara neden olmaksızın gerçekleşmesinde önemli bir rol oynadı. Özal'ın topluma deklare ettiği politik tavrı önce ve hızlı olarak ekonomide liberalleşme ve bu sürecin tamamlanmasının ardından da siyasal ve toplumsal liberalleşme şeklindeydi.

Özal'ın ekonomik politikaları, İngiltere'de Thatcher'ın, Amerika Birleşik Devletleri'nde ise Reagan'ın başını çektiği yeni-sağ politikaların, bir çevre ülke olan Türkiye'ye uyarlanmış biçimiydi. Özel finansman kurumlarının oluşturulması, yabancılara mülk edinme izni verilmesi, ithalatta serbestlik, vergi sisteminde şirketler lehine yapılan değişiklikler, katma değer vergisinin uygulanmaya konması, tüketimi özendiren girişimler, özelleştirme yönünde girişimler bu politikanın bazı uygulamaları arasında yer almaktadır.

Bu arada TRT televizyonu renkli yayına geçmiş (1 Temmuz 1984) ve ikinci televizyon kanalı açılmıştır (6 Ekim 1986).

1983-1987 döneminde, televizyon yayıncılığı rejiminde daha sonraki gelişmelerin habercisi olarak iki önemli değişiklik gerçekleştirilmiştir. Bunlardan ilki, TRT'nin ekranlarını özel yapım şirketlerine açması, böylelikle o döneme kadar program üretimini kendi kaynaklarıyla gerçekleştiren, yayın saatlerinin geri kalan kısmını da yabancı program ithalatıyla dolduran TRT'nin Türkiye'de özel yapım şirketlerinin gelişmesini özendirerek bir politika izlemesidir. Bu politika sadece program yapımlarıyla sınırlı kalmamış, ithal edilen yabancı film ve dizilerin bir kısmı da, çoğu bu politikanın devreye girmesiyle birlikte kurulan özel stüdyolarda seslendirilmeye başlanmıştır. İkinci değişiklik ise PTT'nin özellikle televizyon yayınlarının dağıtımı konusunda TRT'ye ait olan tekeli kırmasıdır.

TRT'nin özel yapım şirketlerinin varlığını ve gelişmesini özendiren tutumunun ilk örnekleri, zaten 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu'nun 19. Maddesinde yer alan ve hükümet uygulamalarını tanıtmak amacıyla TRT dışında, bağımsız yapım şirketlerince yapılması hükmüne bağlanan "İcraatın İçinden" programları ve 1985'de dört bölümlük "Bay Alkolü Takdimimdir" başlıklı dizi program olmuştur. Yine 1985 Ekiminde yayınlanmaya başlayan M. Ali Birand'ın "32. Gün" adlı güncel-politik dizi de, bu çerçevede anılmak gerekir. Ancak "32. Gün" programının yapımında, stüdyo, kamera ve diğer donanım bakımından TRT'nin imkanlarının kullanılması nedeniyle, bu program "program (ya da kaset) teslim" tarzı projeler kapsamında ele alınamaz. Zaten TRT'nin "kaset teslim proje" uygulaması, genellikle televizyon dizi ve filmleri türünde olmuştur. Bu çerçevede, 1986 yılında 9, 1987 yılında ise 18 şirketin gerçekleştirdiği programlar TRT'de yayınlanmıştır.

Bu uygulamanın Türkiye'de yayıncılığın özelleştirilmesi yolunda bir adım olduğu, o dönemlerde TRT'den sorumlu devlet bakanlığı yapan Adnan Kahveci'nin açıklamalarından da anlaşılmaktadır. Kahveci'ye göre, Türkiye'de özel televizyonculuğa geçmek gerekmektedir, ama ülkede ticari yayıncılık için gereken altyapı henüz oluşmamıştır, üstelik ticari yayıncılığın temel gelir kaynağını oluşturacak reklam pastası da, bu tür bir yayıncılığı destekleyecek düzeyde değildir. Özel yapım şirketlerinin, özel yapımcılığın özendirilmesi dolayısıyla özel televizyon yayıncılığının bir bakıma altyapısının hazırlanması anlamına gelmektedir. Bu dönemde özel televizyon yayıncılığına geçilmemekle birlikte özel televizyon yapımcılığına geçilmiştir. Nitekim bu süreci 1988 yılında ANAP Genel Başkan Yardımcısı İlker Tuncay, "TRT yayın tekeline sahiptir ama artık yapım tekeline sahip değildir" sözleriyle açık biçimde dile getirmektedir.

Ne var ki bir başka gelişme, TRT'nin yayın tekeli konusunda da öyle çok iyimser olunmaması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu dönemde, hükümet iletişim teknolojilerinin gelişmesinin ve bütünleşmesinin getirdiği tüm olanakları PTT bünyesinde toplama yönünde bir politikayı benimsemiştir. Dolayısıyla PTT'nin yayıncılık alanındaki gücü de TRT aleyhine olacak bir şekilde artmıştır.

1987'de yapılan erken genel seçimlerde Anavatan Partisi yeniden iktidara gelmiştir. 1987'den 1991'deki erken genel seçimlere kadar geçen bu süreçte izlenen politikalar yayıncılıkta TRT tekelinin giderek kırılması ve özel televizyon yayıncılığına geçişi sağlayacak adımların atılması yönünde şekillenmiştir. Bu dönemde, TRT'nin özel yapım şirketlerine yaptırdığı programların sayısının iyice arttığını, böylelikle de TRT harcamalarında önceki dönemlerle kıyaslanamayacak bir çoğalma olduğunu görüyoruz. Böylelikle gelirleri artan özel yapım şirketleri bu dönemde teknik donanım ve altyapı için yatırım yapabilme olanağı da bulmuşlardır. Bu arada TRT Üçüncü Televizyon Kanalı'nı açmış ve Güneydoğu Anadolu'ya yönelik GAP TV yayınlarına başlamıştır (2 Ekim 1989). 28 Şubat 1990'da yurtdışında yaşayan Türklere yönelik TRT-INT ve 30 Temmuz 1990'da da eğitim amaçlı TV4 hizmete girmiştir.

Ayrıca 1987-1991 arası, özellikle yazılı basın başta olmak üzere çeşitli özel kuruluşlar, hükümet politikalarında özel televizyonculuğa yönelik eğilimi sezdikleri için tecimsel yayıncılık hazırlıklarını hızlandırdıkları başladıkları bir dönem olmuştur. Yine bu dönemde, PTT'nin yayıncılık alanındaki

yetki ve etkisi TRT vericilerinin PTT'ye devredilmesi, kablolu televizyon yayınlarının başlatılması ve ilk Türk uydusu için ihale açılmasıyla büyük ölçüde artmıştır. Böylelikle TRT yapım alanındaki tekelden sonra yayın alanındaki tekeli de fiilen ve hukuken yitirmiştir. Ama bu dönemin en önemli gelişmesi kuşkusuz, özel bir televizyon kanalının uydu üzerinden Türkiye'ye yayına başlaması olmuştur. Bu kanalın uydudan da olsa yayına başlaması Türkiye'de özel televizyonculuğa geçişte çok önemli bir etkisi olmuştur. Bu nedenle bu konu üzerinde biraz daha ayrıntıyla durmayı gerektirmektedir.

Magic Box ve Star1

1990 yılı başlarında, Türkiye'de özel televizyon kanallarının açılması ve ikili, yani bir yanda kamu yayıncılığı, diğer yanda tecimsel yayıncılık şeklindeki bir yeni yayın düzenine geçilmesi konusundaki tartışmalar iyice hız kazanmıştır. İkinci ANAP hükümetinde başbakan olarak göreve başlayıp, daha sonra Kenan Evren'in cumhurbaşkanlığındaki süresinin dolması üzerine 1989 yılında cumhurbaşkanı olarak seçilen Çankaya'ya çıkan Turgut Özal'ın 1990 yılı Ocak ayı sonlarında, ABD'yi ziyareti sırasında, beraberindeki gazetecilere "yurtdışından Türkçe televizyon yayını yapılmasını engelleyen bir kural yok. Dış memleketlerden bir kanal kiralayan Türkiye'ye yayın yapabilir" şeklinde bir demeç vermesinin hemen ardından, Şubat ayı başlarında, gazeteler Rumeli Holding'in Federal Almanya'dan Türkiye'ye yayın yapacak uydu kanalı kiraladığı ve yakında yayına başlayacağını duyurmuşlardır. Nitekim Cem Cengiz Uzan ve Kuno Frick tarafından 1989 yılında Liechtenstein Prensiği'nde kurulan "Magic Box Incorporated" adlı şirket, 7 Şubat 1990'da Federal Almanya'da, Eutelsat uydusundan iki kanal kiralamıştır. Ayrıca Magic Box şirketi, Alman Posta İşletmesi ve SAT1 Televizyonu'yla da anlaşma yaparak, Almanya'dan yapılacak bir yayın için yurtdışındaki gerekli tüm hazırlıkları tamamlamıştır.

Yayına başlamak için yurtdışında gerçekleştirilen hazırlıkların yanı sıra Türkiye'de de birtakım çalışmalar yapılmış ve bu çalışmaları, TRT'de 1983-1987 tarihleri arasında Televizyon Dairesi Başkanlığı yapmış olan Mehmet Turan Akköprülüler yürütmüştür. Bu özel kanalın Genel Müdürü olarak görevlendirilmiş olan Akköprülüler, özellikle futbol kulüpleri ve PTT ile görüşmeler sürdürmüş, ayrıca bu özel televizyon kanalının personel gereksinimini karşılamak amacıyla TRT çalışanlarından bir kadro kurma çalışmalarına başlamıştır.

Toplum yıllardır izlemeye doyamadığı TRT'nin yanı sıra yeni bir özel televizyon kanalının ha bugün, ha yarın yayına başlayacağı haberleriyle çalkalanırken, bu girişimin özellikle hükümet ve Cumhurbaşkanlığı'nca da yürekten desteklendiği ortaya çıkmıştır. Örneğin, bu özel televizyon kanalının yönetim kurulu başkanlığına getirilmiş olan eski TRT Genel Müdürlerinden Tunca Toskay, "Magic Box'u bizzat Turgut Özal'ın desteklediğini" gazetecilere açıklamıştır. Bu desteğin somut bir göstergesi ise, kuruluş aşamasında Magic Box'a ortak olduğu, ya da bu girişimde parmağı olduğu söylentisi iyice yayılmış olan Ahmet Özal'ın, yani Cumhurbaşkanı'nın oğlunun, 19 Aralık 1990'da şirkete resmen ortak olmasıdır.

Sonuçta Magic Box şirketinin Star1 kanalı, 1 Mart 1990'da önce deneme sinyaliyle Türkiye'de çanak anteni olanların ekranlarında somut olarak ispat-ı vücut etmiş, 7 Mayıs günü de, günde beş saatlik deneme yayınlarına başlamıştır. Star1 Eylül ayından itibaren yayın süresini artırarak haftada 92 saate çıkmış, ayrıca düzenli haber yayınına da geçmiştir.

Bu arada uydu yayınlarının izlenmesiyle ilgili kısa bir bilgi verelim. Uydu yayınları ancak bu yayınları toplayacak çeşitli boyutlardaki çanak antenlerle ve sinyal çözücülerle izlenebilir. Ne var ki bu antenler bildiğimiz sıradan antenlerle ölçülemeyecek derecede pahalıdır. Bugün uydu teknolojisindeki gelişmeler, yeni fırlatılan uydular çanakların küçülmesi ve dolayısıyla iyice ucuzlamasına yol açmıştır. Bir çanak anten ve alıcı donanımı hala sıradan bir televizyon antenine oranla epey pahalı olmakla birlikte artık bireysel izleyicilerin hiç değilse bir bölümü için alınabilir

bir düzeye inmiştir. Televizyon yayıncılığının temel ilkesi ise izlenmenin mümkün olduğunca ucuz olması, bu ucuzluk sayesinde olabildiğince geniş bir kitleye ulaşmaktır. Ancak özellikle futbol maçlarının yayın hakkını satın aldıktan sonra, Star1'in çanak anten piyasasını geliştireceği ve çanak anten ithalatçıları ve satıcılarının büyük kazanç elde edeceği beklenmiştir. Star1'in uyduyla yaptığı yayımla birlikte, Magic Box şirketi aynı zamanda uydu anten pazarlamacılığına başlar. Ne var ki belediyelerin çoğunun daha önce yabancı uydu yayınlarını diktikleri antenle zaten kasaba ve kentlerine yayın yapıyor olması ve ilettikleri yayınlar arasında Star1'i de ilave etmeleri, bu çanak anten piyasasında beklenen hareketliliğin gerçekleşmesini engellemiştir.

Tüm bu gelişmeler yaşanırken, toplumda özel televizyonculuk rejiminin başladığı haberleri, söylentileri haber ve tartışma gündeminde baş sıraları işgal ederken ve heyecanı, henüz bu kanalı izleme olanağı olmayan çoğunluk tarafından bile yaşanırken, Türkiye'de mevzuata göre televizyon yayınlarını tekelinde bulunduran TRT'den çıt çıkmamaktadır. Bunun birden çok nedeni olabilir: Ya, "başa gelen çekilir" anlayışı içinde bir çaresizlik, ya "lafla pilav olsa deniz kadar yağ ister" deyişinin içerimlediği gibi, söylentilerin, lafların önem taşımadığı, aslolanın eylem olduğu anlayışı içindeki bir bekleyiş, ya da mevzuatın dik burçlarıyla korunan konumunun sağlamlığına gereğinden fazla güven. Hepsisi neyse de, eğer geçerli ve açıklayıcı olan bu sonucusuysa, (ki bunun geçerli olduğunu, TRT'nin Magic Box aleyhine açtığı davalar, suç duyuruları ve benzeri hukuki girişimler bir ölçüde doğrulamaktadır) hemen anımsamak gerekir ki, dönem "anayasanın bir kez delinmesiyle anayasa olmaktan çıkmadığı" düşüncesinin toplumun halet-i ruhiyesine fena halde yer ettiği bir dönemdir.

Yine de TRT ile Star1 arasında zaman zaman mahkemelere intikal eden çatışma ve anlaşmazlıklar da olmamış değildir. Örneğin, TRT Star 1'in Cenajans tarafından hazırlanan ve yine bu ajans tarafından TRT'ye yayınlanmak üzere gönderilen uydu yayını reklamını "gayri meşruluk" gerekçesiyle yayınlamayınca, Magic Box TRT'ye dava açmış, ama Ankara 4. İdare Mahkemesi TRT'nin haklı olduğu sonucuyla davayı TRT lehine kapatmıştır.

TRT elinde yetişmiş bir çok elemanını Star1'in kadrosuna dahil etmesine, "giden gider kalan sağlar bizimdir" anlayışıyla aldırılmaz görünürken, konu futbol maçlarının televizyondan naklen yayınına gelince aynı aldırılmazlığı gösterememiştir. Türkiye'ye TRT'den başka televizyonun yayın yapmadığı günlerde, TRT'nin önerdiği koşullarla yayın anlaşmaları yapmaktan başka çareleri olmayan futbol kulüpleri, yeni ve özel bir televizyon kanalının yayına başlayacağı daha söylenti halinde dolaşırken, Magic Box şirketinin yetkilileriyle pazarlığa oturmuşlardır. Şirket kısa bir süre içinde on üç futbol kulübüyle anlaşıp bu kulüplerin maçlarının yayın hakkını satın almıştır. Bu anlaşma üzerine TRT de bir telaş hareketine geçmiş ve kulüplerle anlaşma yolları aramaya başlamıştır. Özellikle lig maçları başlamadan önceki iki ayda, Haziran ve Temmuz aylarında TRT ile Star1 arasındaki futbol dolayımı çatışma iyice kızışmış, durumun Futbol Federasyonuna intikal etmesi üzerine de Federasyon, Eylül ayı başlarında, her iki kanaldan da maç nakline izin vermeyeceğini bildirmiştir. Ne var ki, futbol kulüpleri dahil daha bilemediğimiz kim bilir hangi mercilerin ve mevkilerin baskısı sonucu, yasaklamayı duyurduktan iki gün sonra Futbol Federasyonu Yönetim Kurulu toplanarak kendi yasaklarına kararını kaldırmış ve naklen yayınların sürdürülmesine izin vermiştir.

Star1'in futbol kulüpleriyle yaptığı anlaşma ve lig maçlarını naklen yayınlamaya başlaması, Türkiye'de özel televizyonculuğun yaygınlaşması açısından bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Bu iddiaya yine kişisel bir gözlemimle destek olmaya çalışacağım, ki bu gözlem aynı zamanda içinde ilginç bir ironiyi de barındırmaktadır. Star1 televizyonunun, bazı küçük belediyelerin yayım çanak antenle alıp yörelerindeki yüksekçe bir yere kurdıkları vericilerle çevreye yaydıkları mahaller dışında, özellikle Ankara, İstanbul gibi kentlerde henüz ancak uydu antenleri olanlarca izlenebildiği günlerde, gecenin bir saati, TRT'nin Ankara Kavaklıdere'deki Genel Müdürlük binasına, bir yayına

katılmak için gitmem gerekmişti. Binaya ulaştığımda, ana çıkış kapısından önce bir iki, sonra kapıda sıkışmaya yol açacak sayıda insanın binayı kitleler halinde terk ettiğini gördüm. Bu büyük akıntı karşısında içeri girmem olanaksızdı o nedenle kapının yanına çekilip binanın boşalmasını beklemeye karar verdim. Büyük çoğunluğu TRT personelinin (ve erkeklerden) oluşan bu kalabalığın içinde tanıdıklarla selamlaşırken, televizyonda bir birimin müdürlüğünü yapmakta olan bir arkadaşım kalabalığın içinden ayrılıp yanıma geldi, “görüyor musun şu hali, insan utanıyor vallahi” dedi. Meğerse Star1’in naklen yayınladığı bir maç izleyebilmek amacıyla TRT Genel Müdürlük binasına toplanmıştı buca insan. Geçmiş gün, hangi maçın oynandığını hatırlamıyorum ama bunca insanı bir araya topladığına göre epey mühim bir karşılaşma olmalıydı, belki takımlarımızdan birinin Avrupa kupalarındaki maçı, ya da Fenerbahçe-Galatasaray maçıydı, arkadaşımın yorumuna o zaman aldırmaıyıp, ona evde çanak antenim olmadığı için Star1’den izleme olanağını bulamadığım maçın sonucunu sorduğumu hatırlıyorum doğrusu. Bir de, “TRT’de Star1’i izleme olanağının bulunduğunu daha önce düşünememiş, dolayısıyla TRT’ye daha erken gitmemiş olduğum” için kendi kendime öfkelendiğimi hatırlıyorum.

Özetle Star1 bilhassa naklen yayınladığı futbol maçları sayesinde halkın (hatta TRT’de çalışan erkek personelin büyük bir bölümünün de) gönlünde tahtını kurdu ve halkımızın özel televizyon dünyasına apar topar girmesinde bu popülerliğin de büyük bir etkisi oldu. Burada TRT’nin hakkını da fazla yemeyelim doğrusu. TRT’nin Star1’e karşı hakkını savunma mücadelesine hiç girmemiş değildir kuşkusuz. Ama bu mücadele kamuoyunda değil, hukuk düzleminde sürdürülmüştür. Hukuk düzleminde sürdürülen bu mücadele kamuoyuna da pek yansımamıştır. Ayrıca TRT’nin tün hukuki başvuruları, özellikle konunun aslına müteallik başvuruları ya takipsizlik, ya ret, ya usulüne uydurma, ya da sürüncemede kalmayla sonuçlanmıştır.

Ama yine de hukuk alanındaki mücadele yeterli değildir. Çünkü toplumdaki tüm dinamikler, etkenler ve gelişmeler TRT’nin tekel konumunu tehdit edici bir yönde ilerlemektedir. Sonuçta yıllardır tekel olmanın rahatlığı içindeki TRT karşısında ciddi bir rakip bulur. Bu rakip sadece TRT’nin seyircisine ortak olmakla kalmaz, bu köklü kurumun yetişmiş, yetenekli, bilgili kadrosuna da göz diker. Daha önceleri özel yapım şirketlerinin, yine TRT’nin elleriyle gelişmesi sonucu, bir kısım elemanını bu şirketlere kapturan TRT özel kanallarla birlikte daha hızlanan bir şekilde yetişmiş eleman erozyonu yaşamaya başlar. Uydudan yayın yapan Türk kanallarının sayısının artışıyla hem izleyici, hem de eleman erozyonu giderek ciddi boyutlara ulaşır.

Birikimiyle, geçmişiyile, tarihiyle, teknik donanımı, gayri menkulleri, eleman niteliği ve niceliğiyle gerçekten devasa bir yayın örgütü olan TRT bir kimlik bunalımına doğru hızla sürüklenmektedir ama bu bunalımın farkına henüz tam anlamıyla varılmış değildir. Ne seyirci erozyonu, ne eleman erozyonu bu problemin hakkıyla değerlendirilip, tüm düzlemlerde gerekli önlemlerin alınması için harekete geçilmesini sağlayamamıştır. Ne zaman ki reklam gelirlerindeki erozyon inanılmaz bir düzeye ulaşır, işte o zaman bu yavaş yavaş sürüklenen bunalım sanki bir anda ortaya çıkmış gibi bütün çıplaklığıyla kendisini gösterir ama artık “atı alan Üsküdar’ı geçmiştir”.

Yasal Düzenlemeler

Star1’in Türkiye dışından uydu aracılığıyla sinyali Türkiye’ye de düşürecek şekilde yayın yapan, “yabancı bir televizyon kanalı” olmadığı, Türkiye’den düzenli ve görüntülü haber vermesi, Türkiye liglerinden naklen maç yayını yapması, hükümet yetkilileri dahil, tün siyasi parti temsilcilerini ekranlarına misafir etmesi, bunların demeçlerini ve önemli açıklamalarını yayınlamasıyla bir ölçüde de olsa anlaşılmaya başlandıktan sonra, bu yayının ve bu kanalın “meşruluğu” konusundaki tartışmalar iyice alevlendi. Ama Star1’in “gayri meşruluğu”nu haklı olarak iddia eden tartışmalar bir sonuç vermedi ve yasal-kurumsal açıdan yaratılan fiili durum sonucu yayıncılıkta devlet tekeli kırılmış oldu. Bundan sonra yapılacak olan, ya da yapılabilecek

olan tek şey bu fiili durumun yasal düzenlemelerle tescilidir.

Ne var ki fiili durumun yasal düzenlemelerle tescili de bugünden yanna ve pürüzsüz bir şekilde gerçekleşmemiş, uzun bir zaman almıştır. Star1 televizyonunun yayına başlaması ve neredeyse tüm Türkiye'de izlenir hale gelmesinden Anayasada (133. Maddede) özel televizyon ve radyoların kurulmasına ve işletilmesine olanak sağlayacak değişikliğin yapılmasına kadar tam üç yıl geçmiştir (8 Temmuz 1993). Daha sonra bu izni düzenleyen 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun da yaklaşık bir yıl sonra yürürlüğe girebilmiştir (13 Nisan 1994). Görüldüğü gibi, Türkiye'de özel yayıncılığa geçiş gerçekten ele avuca pek gelmeyen, at izinin it izine karıştığı, iplerin birbirine geçip çözülemez bir yumağa dönüştüğü kaotik bir sürecin sonucunda gerçekleşmiştir. Bu sürecin sonunda Anayasanın ilgili maddesinde yapılan değişiklikle birlikte yeni bir Radyo-Televizyon Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle özel-tecimsel yayıncılık yasal bir çerçeve içine oturtulabildi. Hem de "en kötü yasa yasasızlıktan iyidir" şeklinde konuyla ilgili herkesin diline pelesenk ettiği bir aforizma eşliğinde. Gerçekte bu sözü inanarak ya da inanmayarak yaptıklarına ve etkilerine mazeret olarak öne sürenlere ancak bir başka özsözle cevap verilebilir: "özrü kabahatinden büyük."

Bu tür moda aforizmalara küreselleşen dünyanın bir ucunda duran Türkiye'de son on on beş yıldır pek rastlanır olmuştur. Kendi içinde kendisine karşı muhalefeti veya eleştirileri de bastıran bu tür sözlerin derinlemesine düşünceyi, eleştirel düşünceyi köşeye kıştırdığını, değilse kısırlaştırdığını biliyoruz. Ama yine biliyoruz ki, bu tür kriptö tarzı konuşma (ve düşünme) üslubunun yaygınlaşmasında televizyonun da hayli etkisi olmuştur. Yine de tüm bu yaygınlığı ve etkileri göz ardı ederek, "niçin en kötü yasanın yasasızlıktan iyi olduğunu kabul etmemiz gerekiyor" sorusunu sormadan edemeyeceğim. Ve kuşkusuz bu soruyu başka ilintili sorular izleyecek: Yasasız (yani kuralsız) bir toplum olabilir mi? Zaten toplum halinde olmak belli kuralları varlığını gerektirmez mi? Bu kurallar toplumun kendi dinamiğinden kaynaklanarak oluşamaz mı? Radyo-Televizyon yayınlarını düzenleyen kanundan önce birkaç yıl, kanunsuz olarak televizyon (ve radyo) yayınları yapılmadı mı? Bu yayınlarla, kanunun düzenlediği bugünkü yayıncılık alanı içinde gerçekleştirilen yayınlar arasında çok mu büyük bir fark var?

Aslında tüm bu sorular yanıtlarını da içeriyor. Yasa, daha önce de belirtmiş olduğumuz gibi, mevcut radyo-televizyon düzenini (kimilerine göre düzensizliğini) tescil etti sadece. Yani parlamento, resmen, zaten varolan düzeni onayladı. Yayınlardaki aşırılıklar törpülenmeye çalışıldı. Radyo Televizyon Üst Kurulu adında yeni bir KİT yaratıldı. Ekran karartmalar, mikrofon kapatmalar dönemi başladı. Ama ekranı bir çok kez karartılan kanalları tamamen kapatılması yoluna hiç başvurulamadı. Mevzuat çok sıkı önlemler, kısıtlamalar getirmekle birlikte, özel-tecimsel yayıncılığı zapturapt altına alacak bir çok ilkeyi vaaz etmekle birlikte, mevzuatın amir hükümlerine karşın nedense bu sıkıyönetim uygulanmadı.

Tüm bunların yanı sıra yasa gerçekten kötüydü, çünkü birakın enformasyon teknolojilerindeki gelişmeleri öngörmeyi, mevcutları bile göz ardı etmiş, görmezden gelmişti. Örneğin, dünyanın bir çok ülkesinde uygulanan "premium channel", yani paralı kanal ya da "pay per view", yani izlenen program başına para ödeme sistemi ya da özel ilgi kanalları gibi yayıncılık türlerini yok sayıyor, bunlardan söz bile etmiyordu. Yine geleceğin, enformasyon (ve dolayısıyla radyo ve televizyon) teknolojisinin temel unsuru olan kablo yayıncılığı da yasada neredeyse hemen hiç yer almıyordu. Yasa da, biraz ironik olacak ama aynı tecimsel radyo ve televizyonların sanki kendiliğinden ortaya çıkışı gibi biraz, belki de epey aceleye gelfiştü anlaşılan. Biraz ironik olacak çünkü mevcut durumu tescil eden yasa mevcut durumun ortaya çıkmasından tam dört yıl sonra çıkarılabiliyordu. Teknolojik gelişmeyi hayranlıkla izleyen siyasa yapıcılarımız, bu teknolojist-determinist haleti ruhiyelerine rağmen, bu konudaki hissiyatlarını yasaya dökememişlerdi. Oysa geleceğin enformasyon toplumunda, tüm iletişim araçlarını düzenleyen mevzuatın birbiriyle uyumlu olması gerekmektedir.

Ancak Radyo-Televizyon Kanunu'na bakıldığında böyle bir uyum çabası bir yana böyle bir kaygının bile bulunmadığı görülmektedir.

Anayasa değişikliğinin ardından, ilgili yasanın da çıkmasıyla Türkiye resmen ikili yayın sistemine geçmiş oldu. Bu yeni düzenin temel ve yalın inancı piyasanın yönetiminin sadece demokratik olmakla kalmayacağı, aynı zamanda nitelikli olmayı da, yayınlarda ve izleyici seçimlerinde zenginliği de getireceğidir. Bu inanca “çok seslilik”, “çoğulculuk”, “çok renklilik”, “özgürlük” ve benzeri sloganlar eşlik etmektedir. Bu sloganların siyasal alandaki muadillerine Türkiye'nin kulağı çoktan alışmıştır zaten ve bunların başta geleni de, “Konuşan Türkiye”dir.

Gerçekten de bu slogan gayet tutmuş ve halkımız tarafından kendi gündelik yaşamında bile kullanır hale gelmiştir. Böylelikle herkes konuşmaya başlamış ama herkes kendisini konuşmaya öyle kaptırmıştır ki, kimse kimseyi dinlemez olmuştur, konuşmaktan kimsenin kimseyi dinlemeye ne hali, ne de vakti kalmamıştır. Bu koroya çok sesli olarak katılan radyo ve televizyonlarla birlikte Türkiye biraz fazla gürültülü bir ülke halini almıştır. Kuşkusuz bu durumun faturası bir tek bu manalı sloganı üretenlere çıkarılamaz. Olsa olsa bu yaratıcı insanlara, niçin bu sloganı “konuşan ve dinleyen Türkiye” şeklinde formüle etmedikleri sorulabilir? Konuyu daha fazla deşmeksizin, bu eksikliğin, bir küçük ihmalin ne büyük sonuçları olabileceğinin güzel bir örneği olduğunu söylemekle yetinelim.

İki Rejimli Yayın Sistemi

Aslında Türkiye’de resmileşen bu yayıncılık sistemini ikili yerine iki rejimli bir sistem olarak adlandırmak daha doğru olacaktır. Bu rejimlerden ilki Amerikan televizyon sistemi olarak adlandırılması yerinde olabilecek bir tecimsel, özel yayıncılık rejimi, diğeri ise kamu yayıncılık rejimidir. Kamu yayıncılığının ne olduğunu TRT’den biliyordu toplum. Ama özel, tecimsel yayıncılık uygulamalarından habersizdi. Ne var ki bu kanallarla tanıştıktan sonra görüldü ki, beklendiği ya da iddia edildiği gibi niteliklilik, çok seslilik, demokratiklik gibi üstün özelliklerle tanımlanan bir uygulama değildi bu. Gerçekten bir çokseslilikten söz edilebilirdi, ama bu toplumdaki tüm farklı görüşlerin ekranlarda kendilerine yer, zaman ve olanak bulmalarıyla gerçekleşen bir çokseslilik değildi. Ekranları hep aynı isimler, aynı kişiler, aynı yüzler dolduruyordu. Bunlar zaten toplumda popüler isimler olduğu için, bunların konuşmalarını dinleyebilmek için özel radyo veya televizyonlara ayrıca hiç de gereksinim yoktu doğrusu.

Türkiye’deki televizyon izleyicilerinin karşılaştıkları ve biraz da şaşkınlıkları (ama sonra zamanla alıştıkları) bir başka özel televizyon uygulaması da reklamlarla ilgiliydi. Kamu televizyonunda programları, filmleri reklamlarla kesilmeden izlemeye alışmış olanlar, programların ve filmlerin hem de en heyecanlı yerinde kesilip reklamlarla karşılaştıklarında doğrusu başlarda ne yapacaklarını şaşırdılar. TRT’de reklamlar program aralarında izleyiciye bir nefes alma olanağı veriyordu. İzleyiciler bu araları çeşitli ihtiyaçlarını gidermekte kullanıyorlar, üstelik izledikleri program kesintiye uğramadığı için programdan da kopmuyor, uzaklaşmıyorlardı. Ancak özel televizyonlarda izledikleri programlar sık sık reklamlarla kesildiğinde izleyiciler bu reklamların ne kadar süreceğini kestiremedikleri için ekran başından ayrılmaz olmuşlardı. Ayrıldıkları takdirde programın devamını kaçırma olasılığı fevkalade kuvvetliydi çünkü. Böylelikle özel televizyonlar, izleyicilere televizyon izleme keyfinin karşılığında bir bedel ödemeleri gerektiğini uygulamalı olarak öğretmişti.

İşin aslına bakılacak olursa, belki biraz abartılı bir iddia olabilir ama hayli doğruluk payı taşıdığını sanıyorum, Türkiye’de özel yayıncılık uygulaması TRT ne yapmışsa, ya da ne yapıyorsa onun tam tersini yapmak ve söylemek şeklinde başladı ve gelişti. Üstelik bu uygulamanın mimarları da TRT’de yetişip, mesleki yeterlik bakımından bu kurumdan mezun olmuş, sonra da çoğu daha yüksek ücret alma amacı ve umuduyla özel televizyonculuğa bulaşan yayıncılardı. Bu yayıncıların bir bölümü gazetelerde, dergilerde TRT’ye yönelik acımasızca eleştiriler yapmaktan da geri

kalmıyorlardı. Bu eleştirilerden anlaşıldığı kadarıyla, TRT'nin bazı yönlerden aşırıya kaçan bir titizlik ve zaman zaman baskıcılığa varan bir sınırlamayla uygulamaya çalıştığı ve kendi yasasıyla tanımlanmış olan kamu yayıncılığı ilkelerine dayalı radyoculuk ve televizyonculuk meğerse özel televizyonculuğa soyunan birtakım eski TRT'cileri boğmuş, ezmiş, kısırlaştırmıştı. Bu yayıncılar tüm bu baskı ve sınırlamalara ve eziyetlere Türkiye'nin günün birinde nasılsa özel yayıncılık rejimine geçeceği beklentisi ve bilgisiyle dayanmışlardı. Böylelikle “konuşan Türkiye” kervanına, yeninin özelci, eskinin TRT'ci kimi televizyoncuları da katılmış oldu.

Ama biz belki de iletişim alanında mesai harcadığımız ve iletişimin bir tek konuşma değil, aynı zamanda dinleme ve bazı yaklaşımlara göre aslında esas olarak dinleme olduğunu bildiğimiz ve kendimizi de belki mesleki deformasyon sonucu buna alıştırdığımız için, yani sadece konuşmayı değil, bazen dinlemeyi de yeğleyenlerden olduğumuz için, TRT'ye yönelik (hakkını da vermek lazım, kimi yönlerden haklı da olan) tüm bu eleştirilerde özel televizyonculuğun ilk başlardaki savruk, sorumsuz ve başıbozuk uygulamalarına dahil olmanın rahatsızlığı nedeniyle bir anlamda günah çıkarma, bir anlamda da yaptıklarını meşrulaştırma niyetinin mevcudiyetini sezer gibi oluyoruz.

Zaten özellikle özel televizyonculuğun fiili durumundayken yapılanlar TRT'de bu tür bir özdenetim olmasa TRT ekranlarında da kim bilir neler neler yapılabileceğini ortaya koymaktaydı. TRT'nin baskısından azade olan özel televizyonlar sayesinde, şarkıcıların dekoltelelerini daha fazla dekolteleştirmelerinden, her programda bir dansöz yetmez beş on dansöze göbek attırmaktan, genel ve özel fallar, yıldıznameler, medyumlar aracılığıyla vatandaşın geleceğine ışık tutmaktan, şarkıcılar, türkücüler, futbolcular, mankenler ve diğer namılı şahsiyetler arasındaki ilişkileri, bunların yatak odası serüvenlerini ekrana getirmekten tutun, her hangi bir kaza sonucu kan revan içinde can çekişen insanların ızdıraplarını, silahlı çatışmaları, mafya ilişkilerini tüm kanlı ve canlılığı içinde tasvir etmeye, hatta aranan mafya mensuplarını devletin birtakım önde gelen güvenlik kuvveti mensuplarıyla ekranda telefonla görüştürmeye kadar yeni yeni, TRT'nin denetimciliği yüzünden yayın tekeli döneminde bir türlü halkımıza iletilemeyen yaratıcı ve özgün eserler ekranları doldurdu.

Yine eski kamu, yeni özel televizyoncuların eleştirilerine dönecek olursak, ilginçtir, kuruluşundan beri türlü çeşitli eleştirilere maruz kalmaktan kurtulamayan TRT yine günah keçisi olmuştü. TRT'nin yetiştirdiği insanlar TRT'nin verebildiğinin kat kat misli paraya özel televizyonlara geçiyorlardı, ama bazılarına göre bu geçişlerinin kabahati yine TRT'ydi. TRT'nin kabahati daha fazla para verememesi değildi ama. Tek kusuru değerli kişilerin özgür ve özerk ve yaratıcı zihinsel ve bedensel potansiyellerinin baskı altında tutuluyor olmasıydı. Burada Nietzsche'yi anmamak elde değil gibi görünüyor bana: “kendimize soracağımız soru, gerçeğin ne kadana dayanabileceğimizdir?” Galiba dönem öyle bir dönemdi ki, gerçeğin hiçbir miktarına dayanılamıyordu... Eğer ki bu gerçek bizim kendimize göre, kendimiz için, kendimizce tanımladığımız gerçek değilse, gerçekten dayanılabilir bir gerçek değildir.

Kuşkusuz tüm bu söylediklerimiz aslında devlet televizyonunun işleyişini, özellikle yayın tekeli döneminde süttten çıkmış kaşık gibi takdim etmek değil. Devlet, siyaset, iş çevreleri ve benzeri baskı gruplarının sürekli tazyik altında tuttuğu ve mevzuatın bu tür tazyikler karşısında eli kolu bağlı, çaresiz bıraktığı bir kurumu, iktidar koltuğuna oturan her yeni hükümetin ilk icraatının yöneticisini değiştirmek olduğu bir kurumu, hele bu bir yayın kurumuydu bu kadar acımasızca eleştirmenin insaf sınırlarını zorladığını da iddia edecek değiliz, böyle bir iddiayı ortaya atma hakkımız olduğunu düşündüğümüz halde. Sadece bu tür eleştirilerin, şayet yukarıda açıkladığımız amaçlarla ilgisi yoksa, yani iyi niyetliyse, sistemin kendisine yönelik, daha anlamlı ve yapıcı olmak yerine, hedef sapırdığını ve dolayısıyla kısır ve yersiz ve yetersiz olduğunu söylemekle yetineceğiz. Bu eleştiriler bir anlamda televizyonun “dekolte daha dekolte” veya “sansasyon daha fazla sansasyon” aracı olduğu şeklindeki bir yayıncılık anlayışının yansıması olabilir. Toplumu, kamuyu hakları ve

özgürlükleri konusunda eksiksiz olarak bilgilendirmek şeklindeki bir yayıncılık anlayışıyla temellenen bir eleştirinin, devletin sınırlamaları ve baskısının yanında, özel televizyonculukta da yapılabileceklerin sınırına, dolayısıyla özgürlüğün sınırına karar verecek olan düdüğün bu işletmeye yatırım yapmış olanların elinde bulunduğünü da herhalde göz önüne alması gerekir.

Bir de, TRT'nin fiili ve hukuki olarak içinde bulunduğü tüm olumsuz koşullara karşın, televizyon yayıncılığını topluma bir hizmet olarak gören ve kamu hizmeti yayıncılığı ilkelerini benimsemiş, içselleştirmiş çok sayıda yayıncı yetiştirmiş olduğünü ve bu yayıncıların hala bu kurumda hizmet vermek için çaba harcadıklarını sözlerimize ilave ederek, kuruma yönelik eleştirilerin bu olumlu yönleri de değerdendirmeleri gerektiğini belirteceğiz.

j. TÜRKİYE'DE TELEVİZYONUN BUGÜNÜ

Türkiye'de bugünkü televizyon manzarasını, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya Dokümantasyon Birimi'nin hazırlamış olduğı yıllıktaki verilerden yararlanarak değerdendireceğiz (1998). Özel Radyo ve Televizyonların Kuruluşlarını düzenleyen Kanun 1994 yılında yürürlüğe girdiğinde, Türkiye'de 20 ulusal televizyon kanalı ve 2000'i aşkın sayıda yerel radyo istasyonu zaten yayın yapmaktaydı. Radyo ve televizyon kanallarının toplam sayısı 1995'de azalarak 1995'e inmesine karşılık, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) yasanın kendisine emrettiğı frekans tahsisini ve kanallara ruhsat verme işlemini hala yerine getirmiş değildir. Bugün Türkiye'de 16'sı ulusal, 15'i bölgesel ve 230'u da yerel olmak üzere 261 tecimsel televizyon kanalı bulunmaktadır. Ulusal kanallardan Cine5, Maxi TV ve SuperSport, şifreli yayın yapar ve gelirlerini esas olarak abone ücretleriyle elde ederlerken, diğerdeleri tamamıyla reklam gelirlerine dayanmaktadır.

Ulusal ve bölgesel tecimsel kanalların yaklaşık yarısı genel yayın formatında yapılaşmış, yani her tür program ve içeriğı yayımlayan kanallardır. Geri kalan kanallar, sırf eğlence, sinema filmi, spor, haber, çocuk, belgesel formatta yayın yapan, özel ilgi kanallarıdır. Sadece müzik yayını yapan beş adet televizyon kanalı bulunmasına karşılık (Best TV, Eko TV, Genç TV, Kral TV, Number 1 TV), örneğın çocuklar için yayın (ağırlıklı olarak çizgi film yayını) yapan iki kanal vardır ve bunlardan biri şifreli yayın yapmaktadır (Nickelodeon ve Maxi TV). Aynı şekilde sadece veya ağırlıklı olarak haber yayını yapan iki televizyon kanalı bulunmaktadır (9. Kanal ve NTV).

Özel yayıncılıktaki mülkiyet yapısına bakıldığında, beş medya grubunun, yani Doğan, Sabah, Uzan, İhlal ve Aksoy'un birlikte medya piyasasındaki üretimin yüzde seksen kadannı toplam olarak ellerinde bulundurdıkları, Intermedya, Karacan ve Raks, Zaman gibi daha küçük şirketlerin de pastanın geride kalanından paylarını aldıkları görülmektedir.

Tecimsel televizyonların esas gelir kaynağı olan reklamlara ve reklam piyasasına baktığımız zaman, tecimsel televizyonların 1990'larda devreye girişıyla reklam sektöründe bir patlama yaşandığını saptıyoruz. 1991'de 612 milyon Amerikan doları olan toplam reklam harcamaları, 1992'de 1.158 milyon dolara yükseliyor ve 1994'de yaşanan ekonomik durgunluğın bu sektörü de olumsuz etkilemesi nedeniyle büyük bir azalma göstererek 382.8 milyon dolara düşüyor. Daha sonra yeniden yükselme eğilimine giren toplam reklam harcamaları, 1995'de bir önceki yılın yaklaşık iki katına çıktıktan sonra, 1997 yılında 1.250 milyon dolar düzeyine yükseliyor. Reklam harcamalarında en büyük pay televizyonun. 1997 yılında toplam reklam harcamalarının yüzde 41'i televizyonlara gidiyor ve televizyonların reklam gelirleri 500 milyon dolar dolayında gerçekleşiyor. Televizyon reklam pastasından en büyük payı ise Kanal D alıyor (yüzde 25). Kanal D'yi ATV (yüzde 23), Star (yüzde 20), Show TV (yüzde 15) ve TGRT (yüzde 8) izliyor. Kamu televizyonu TRT'nin reklam pastasındaki payı yüzde 3.

Reklamlarla ilgili bu görünüm, kuşkusuz özel televizyon kanallarının ortaya çıkmadan önceki devlet tekeli yayıncılık rejimindeki reklam dağılımından büyük ölçüde farklılık gösteriyor. Her

şeyden önce toplam reklam pastasının çok sayıdaki kanala eşit miktar da olmasa da, dağılımı sonucu, televizyonların bu özel gelir kaynağının kanalların işletmesini yeterince besleyip besleyemediği sorunu ortaya çıkıyor. Medya şirketlerinin çoğunun, iletişim alanı, özellikle de televizyon yayıncılığı dışında başka yatırımları ve işletmeleri olduğu için özel televizyonların kazançlı bir ekonomiye sahip olup olmadıklarını saptamamız çok zor. Televizyonların mali manzaralarını araştırmacıların incelemelerine açmamaları da, bu konuda bilgi sahibi olmamızı engelliyor.

Ne var ki, çok kanallılığın sadece televizyon kanallarının reklam gelirlerindeki dağılım bakımından, yani sadece televizyon işletmeleri bakımından değil ama reklamcılar açısından da önemli sonuçları bulunuyor. Yapılan araştırmalar çok kanallı televizyon izleme ortamının, reklamlara yönelik izleyici dikkatini azalttığını tanıtlamaktadır. Örneğin Krugman, Cameron ve White'm araştırması (1995), Amerika'da kablo yayıncılığı öncesinde, yani çok kanallı izleme ortamına geçmeden önce izleyicilerin yaklaşık %50'sinin ekrana tüm dikkatlerini yoğunlaştırmış bir şekilde televizyon izlemeyi sürdürdüklerini ve reklamların gösterildiği yayın diliminin %55'ini izlediklerini, buna karşılık günümüzün çok kanallı ortamında bu oranın %33'e indiğini ortaya koymaktadır. Uzaktan kumanda ve kanal değiştirme olanağıyla birlikte, rekabetçi ortam böylelikle reklam izleme miktarını azaltmaktadır. İzleyiciler çok kanallı izleme ortamında reklam izleme konusunda daha fazla denetim sahibi haline gelmişlerdir ve bu olanağı da reklamları giderek daha az izleyerek kullanmaktadırlar. Dolayısıyla çok kanallı bir televizyon rejimi aslında reklamcılar için de mesajlarını izleyicilere ulaştırmaları bakımından yeni ve çözülmesi gereken birtakım sorunları gündeme getirmektedir.

Medya Dokümantasyon Birimi'nin, 12 ulusal kanalın (ATV, Star, Show, Kanal D, TGRT, HBB, Kanal 7, Kanal 6, Samanyolu, Flash, TRT 1 ve TRT 2) yayın planlarının taranmasıyla gerçekleştirdiği araştırma, Türkiye'de televizyon kanallarının izleyiciye sundukları televizyon içeriği, türlerin dağılımı, yerli ve yabancı yapımlar konusunda bize ayrıntılı bilgi sunuyor. Araştırma verilerine göre, Türkiye'de televizyon izleyicilerinin büyük bölümüne hitap eden bu kanallarda, yabancı ve yerli yapımlar arasındaki oransal ilişki, yerli yapımlardan yanadır. Toplam program sayısının yüzde seksen ikisini yerli yapımlar oluştururken, yabancı yapımların oranı sadece yüzde 18'dir. Yerli yapımlar arasında başı yüzde 24'lük oram ile haberler ve tartışma programları çekerken, yabancı yapımlarda ağırlığı, toplam yabancı yapımların yüzde yetmişten fazlasıyla filmler ve diziler oluşturuyor. Yerli filmler ve dizilerin sayısal oram yüzde 10.5 iken eğlence programlarının oranı yüzde 22'ye ulaşıyor. Ne var ki, programların toplam süresi bakımından bir değerlendirme yapıldığında bu sıralamalarda bazı değişiklikler görülüyor. Örneğin sayısal olarak ikinci sırada olan eğlence programları, toplam yayın süresi içindeki oranıyla haber ve tartışma programlarını geride bırakarak birinci sıraya yükseliyor. Gençlik ve çocuk programları sayı bakımından üçüncü sıradayken, süre bakımından değerlendirildiğinde beşinci sıraya düşüyor.

Film ve diziler bakımından televizyonlarda yabancı yapımların sayısal üstünlüğü, araştırmanın bize sunduğu bir başka bulgu. Yabancı film ve dizilerin sayısal oram toplam yüzde 15 iken, yerli film ve dizilerin sayısal oranı yüzde 10.5'da kalıyor. Toplam yayın süresi açısından değerlendirildiğinde de, yabancı film ve dizilerin yerli film ve dizilere üstünlüğünde bir değişiklik olmuyor. Ama toplam sayıda yerli yapımların yabancı yapımlara bariz bir üstünlüğü görülüyor. Örnek olarak alınan ulusal televizyon kanallarında toplam program sayısının dörtte üçünden fazlasını yerli yapımların oluşturmaları, Türkiye'deki televizyon sektörünün gelişme düzeyinin ve bu sektörün üretim kapasitesindeki gelişme düzeyinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Program içeriklerinin dağılımı kanallara göre de önemli farklılıklar göstermektedir. Örneğin haber, tartışma ve "reality" programlarında Flash TV ve ATV aynı oram paylaşıyor (yüzde on dört) başı çekerken, yerli eğlence programlarında TRT 1 yüzde 16'lık bir oranla ilk sırayı almaktadır.

Çocuk ve gençlik programlarında birinciliği yüzde 17 oranıyla Show TV elinde tutarken, yerli ve yabancı belgeseller, sanat ve kültür programların da kapsayan eğitici ve bilgilendirici türlerin yayınında yüzde 43 oranıyla TRT 2 kanalı başı çekmektedir. Bu türde TRT 2'yi, Kanal 7 (yüzde 22.5) ve Samanyolu (yüzde 21.5) izlemektedir. Diğer televizyon kanallarında eğitim programlarına ayrılan süre yüzde 8'den daha azdır. Yerli ve yabancı yapımların oranları kanallara göre de değişiklik göstermektedir. Yerli yapımlara en fazla yer veren kanallar yüzde 86.8 ile ATV ve yüzde 85.7 ile Samanyolu'dur. Yerli yapım oranları TGRT (yüzde 62.5), TRT 2 (yüzde 64) ve Kanal 7 (yüzde 65) kanallarında azalmaktadır.

Film ve dizilerde de yabancı ve yerli yapım miktarları kanallara göre önemli değişiklikler göstermektedir. ATV ve Star TV'de yerli dizilerin sayısı yabancı yapımlara göre çok daha fazlayken, Kanal D, Show TV ve Flash TV'de aşağı yukarı eşit bir dağılım görülmektedir. TRT'nin iki kanalında yabancı yapımlara bağımlılığın belirgin biçimde görülmesi de ilginç bir sonuçtur. Tecimsel kanallar içinde yabancı dizilere en çok yer veren iki televizyon kanalı, Kanal 7 ve Samanyolu TV'dir.

Bağımsız Yapım Şirketleri

Türkiye'de ikili yayın rejimine geçişle birlikte üzerinde durulması gereken bir başka gelişme ise yukarıda kısaca sözünü ettiğimiz ve bağımsız yapım şirketleri olarak adlandırabileceğimiz ve televizyon kanallarına program hizmeti veren kuruluşların ortaya çıkmasıdır. Gerçi, bağımsız yapım şirketlerinin tarihi TRT'nin yayın tekeli olduğu döneme kadar uzanmaktadır ama bu şirketlerin yayıncılık endüstrisinde önemli bir etken olarak ortaya çıkışları Türkiye'deki özelleştirme süreciyle birlikte olmuştur. Bu konuda bir çalışma yapan Sevilay Çelenk (1998), bağımsız yapım şirketlerinin yayıncılık endüstrisindeki rollerini ve önemlerini, tarihsel yönüyle de ortaya koyarken, Türkiye'de bağımsız televizyon ve radyo yayıncılığının ilk kez 14 Kasım 1983 tarih ve 2954 sayılı kanunla resmen zikredildiğini belirtmektedir. Kanunun 19. maddesi, hükümetin icraatını tanıttak üzere radyo ve televizyon programlarının TRT dışında hazırlanacağına hükmetmek suretiyle, bir anlamda bağımsız yayıncılığın varlığını da onaylamaktadır. Bu kanun hükmü gereği, TRT'ye yayınlanmak üzere hazır bir program (kaset teslim proje) sağlayan ilk yapım şirketi de, Özal dönemi hükümet icraat ve politikalarının tanıtıldığı "İcraatın İçinden" adlı programı gerçekleştiren Ankara Video Ajansı (AVA)'dır. Bunun dışında TRT 1985 yılından itibaren bağımsız yapım şirketlerine "kaset teslim" programlar hazırlatmaya başlamıştır. Bu yapımların büyük çoğunluğu drama tarzı olmakla birlikte, "Bilinmeyen Anadolu" gibi belgeseller, "Hanımlar Sizin İçin" gibi kuşak programları ve "Bir Başka Gece" gibi eğlence programları da TRT tarafından bağımsız yapım şirketlerinden alınarak yayınlanmıştır. Yine Çelenk'in araştırmasına göre 1985-1991 yılları arasında toplam 101 şirket TRT için 206 adet program üretmiştir.

Özel televizyon kanallarının yayına başlamaları Türkiye'de bağımsız yapımcılar için bir olanak gibi görünmekle birlikte, sektörün bu iki etkeni arasındaki ilişki ancak 1993 yılından itibaren gelişti. Bu görece gecikmenin nedeni Türkiye'de özel televizyonların ilk yıllarda yayın saatlerini büyük ölçüde sinema filmi ve yabancı dizilerle doldurmalarıdır. Ne var ki, bağımsız yapım şirketlerinin varlığı İngiltere'de olduğu gibi yasayla güvenceye alınmamış olsa bile (Saundry ve Nolan, 1998), Türkiye'de bugün özel televizyonlarda "prime-time"ın (ana yayın kuşağı) yüzde seksenini bağımsız yapım şirketlerinin üretimi oluşturmaktadır. 1996-1997 yayın döneminde en fazla izlenen altı televizyon kanalında, "prime-time"ın yüzde elli beşi bağımsız yapımcıların programları tarafından doldurulmuştur ve özel televizyon kuruluşlarının bağımsız yapımcılara drama tarzı yapımlar için ödedikleri para, aynı yayın döneminde 70.000.000 ABD dolarıdır. Yine dikkat çeken bir özellik, bu dönemde özel televizyon kanallarında yayınlanan drama programlarının neredeyse tümünün 50 adet bağımsız yapım şirketi tarafından gerçekleştirilmiş olduğu ve bu programların toplam yayın saatinin de (TRT de dahil olmak üzere) 2600 saati bulmasıdır (Çelenk, 1998).

Konuya endüstri açısından yaklaşıldığında, yukarıdaki veriler ışığında, Türkiye’de yayıncılığın özelleşmesi sonucu artan program talebiyle birlikte bağımsız yapımcıların da ağırlıklı bir etken olarak devreye girdiğini, endüstrinin istihdam ve üretici yapısı bakımından önemli bir değişime uğradığını söylemek mümkündür. Ne var ki bu değişimin kanalları kendi bünyelerinde program gerçekleştirme zorunluluğunun getireceği ve bağımsız yapımcılara program ısmarlamaktan çok daha fazla olacağı kesin olan mali yükten kurtarması nedeniyle, endüstri açısından maliyetleri belli oranda azaltmak, rekabeti artırmak gibi olumlu etkilerinin olduğu öne sürülebilse de, sonuçta yayıncılık alanındaki istihdamın güvencesizliğine ve istikrarsızlığına yol açtığı, bunun da yayıncılık endüstrisinin gereksinim duyduğu beceri düzeyini düşürebileceğini aklımızın bir köşesinde tutmamız gerekmektedir. Ayrıca, bağımsız yapımcılığın maliyet verimliliği, rekabetin sağladığı çeşitlenme gibi olumlu olduğu varsayılan sonuçları, bu konuda yapılmış hiçbir araştırma olmadığı için henüz varsayım olmaktan öteye geçmemektedir.

Özel Televizyonlu Bir Dünya

Özel-tecimsel radyo ve televizyon kanalları Türk toplumuna neler getirdi? Toplum üzerinde ne gibi etkileri oldu? Bunlar da cevapları merak edilen sorular ama formüle edilişlerinde problemler var. Bir kere genel, türdeş bir kavram olarak toplumdan söz edebilir miyiz? Gerçekte elbette ki edemeyiz. Ama zaten bu soruda, soruyu başka türlü formüle edemediğimiz için, popüler dilde yaygınlaşmış biçimiyle kullanımının tehlikelerine karşın, toplum dediğimizde kastınız politik, kültürel ve sosyolojik yapı ve ilişkilerdir. Bu yapı ve ilişkiler üzerinde acaba yayıncılığın bir etkisi oldu mu, sorusu bu anlamda problemi bir ölçüde de olsa giderilmiş bir formülleştirim oluyor.

Bir de etki dediğimizde ne kastettiğimizi daha sonraki bölümde uzun uzadıya ele alacağımız için burada kısaca açıklayalım. Etki toplumsal -siyasal, ekonomik, kültürel- eyleyicilerin (her türlü) davranışlarında meydana gelecek değişiklikleri, yapılarda ve ilişkilerde gerileme, ilerleme, değişme, genişleme, daralma, dönüşme gibi süreçleri dile getirmektedir. Evet, bu açıklamalardan sonra soruyu yineleyelim: özel-tecimsel yayın kanallarının Türk toplumu üzerinde ne gibi etkileri oldu?

Soru oluşturuca kavramsal yapıları bakımından problemleri giderilmiş olmakla birlikte, başka açıklamaları da gerektirmektedir. Bu açıklamalar daha çok hatırlatma babındadır. Öncelikle toplumsal ilişkilerin karşılıklılığı, birbirini karşılıklı olarak etkileyecek biçimde örülmüşlüğü, yalın neden-sonuç ilişkilendirmesinin tüm cazibesine karşın toplumsal ilişkilerde pek geçerli olmadığını, sonuca neden olabilecek bağımsız değişkenlerin sayısının bir çok durumda birden çok fazla olduğunu belirtmemiz gerekiyor.

Yukarıdaki soru ve açıklamalarımız çerçevesinde, Türkiye’deki televizyon ortamının genel manzarasına ilişkin bir değerlendirme yapıldığında, bu ortamın karşıt çekimler, karşıtlaşan güç ve etkenler arasında “kararlı bir denge”nin bir türü oturtulamadığı, görece gergin bir yapıyı gözler önüne serdiği saptanmaktadır.

Özel-tecimsel televizyonların örgütlenme tarzından (finansman kaynakları başta olmak üzere), program içeriklerine kadar müdahalesi geniş tutulmuş olan Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kuruluş kanunu ve çıkardığı yönetmelikler uyarınca bu televizyonların içeriklerine karışmaktadır. Bu müdahalenin içeriğe ilişkin yönü daha çok program yayınlandıktan sonra cezalandırma usulüyle işlemektedir. Elbette televizyon yayınlarının özellikle güncel olayları topluma sunma bakımından önemi büyüktür ve bu önem dolayısıyla da yapılan yayımla bir toplumsal hasar husule gelmişse, bu hasarın telafisi pek mümkün olmayabilir ya da çok zor olabilir.

Nitekim anılanımızı tazelediğimizde anımsayacağımız üzere, özel ve tecimsel yayın kuruluşlarını düzenleyen ve meşrulaştıran yasanın çıkarılmasını hızlandıran da böyle bir olay olmuştur. Bir televizyon kanalının, Bosna’daki olaylara ilişkin, gerçek olmayan bir haberi, yani Bosnalı

ortodoksların kimyasal silahlarla Müslüman Bosnalılara karşı bir soykırım hareketine giriştiği “uydurma” haberini yayınlaması üzerine, haberi izleyenlerin doğal (yine günümüzde moda olan bir deyimle) “refleks”le Sultanahmet meydanında toplanıp protesto gösterisi yapmaları ancak bu gösterinin giderek bir “şeriat” kalkışmasına dönüşür gibi olması, televizyonlardaki sorumsuz yayınların istenmeyen sonuçlarına ilişkin kaygıları gündeme getirmiş ve parlamento, bir türlü çıkaramadığı yasayı çıkarma işlemlerini hızlandırmıştır. Ayrıca geçerken, bu olayın bir anlamda, İkinci Bölümde televizyonun etkilerinden söz ederken daha ayrıntı olarak ele alacağımız “törel ürkü” kavramının somut bir örneğini oluşturduğunu da burada anımsatalım.

Ancak yayın öncesi bir müdahale demokratik teamüllere hiç uymayacaktır. Bu nedenle bu tür bir uygulamanın söz konusu bile olmayacağı tabiidir, elbette demokrasiden söz ediliyorsa. Ancak yayın sonrası bir program ya da filmin yayınlanması nedeniyle kanalın belli bir süre yayından men edilmek suretiyle cezalandırılması demokrasiyle ne denli bağdaşmaktadır, bu soru da tartışmaya açıktır. Bu uygulama “suçun şahsiliği” ilkesiyle çelişkilidir. Nitekim yazılı basında, sonuçları itibarıyla toplumun huzurunu, çıkarını, yararını zedeleyen yayınlardan kurum olarak o basın organı sorumlu tutulmamakta, kabahat ya da kusurun sorumluluğunu, eylemi gerçekleştirenler üstlenmektedirler. Herhalde televizyon yayıncılığı alanında hukukun bilinen ilkelerinden birinin göz ardı edilmesinin sebebi, televizyon yayınlarının insanların “doğal refleksleri”ni daha dolaysızca harekete geçirme etkisinin olduğu düşüncesidir. Bu düşünce, içinde yaşadığımız ortamdaki “güven bunalımı”yla, yani yaygın olan “güvensizlik” duygusuyla birleştiği zaman, denetim mekanizmasının “demokratikliği” tartışılır bir şekilde işlemesi ve kimi çevrelerce “anti-demokratik” olarak nitelenen temeller üzerine oturması hiç de şaşırtıcı değildir.

Ne var ki yayıncılık ile devlet arasındaki ilişkinin Türkiye’deki tüm özel-tecimsel televizyonculuk eğilimine karşı sıkı biçimde düzenlenmiş olduğu, devletin yayıncılık alanına müdahil olduğu, televizyonculuğun özel ve tecimsel yapısının sadece örgütlenme ve mülkiyet düzeyinde kalmasına özen gösterildiği, çoğulculuğun en azından Türkiye örneğinde mutlaka özelleşen, tecinselleşen yayıncılıkla doğru orantılı bir ilişki içinde olmadığı tartışılmayacak kadar açıktır. Burada yine bu söylenenlerin günümüzde yayıncılık alanındaki saptamaların hızla eskidiğini ve geleceğe yönelik öngörülerde de yanlışla olasılığının giderek arttığını göz önünde tutmamız gerekiyor ama görünen Türkiye’de devletin yayıncılığa müdahalesinin, isterse özel düzenleme olursa olsun şimdilik sıkı sıkıya devam edeceğidir.

Bu öngörünün sağlam görünen gerekçeleri vardır. Öncelikle siyaset aygıtı (hükümet, parlamento ve kamusal etkenler) televizyon yayınları üzerinde denetim “erk”inden vazgeçmek istememektedir. Televizyonun özellikle siyasal yapının önemli bir parçası haline geldiği bir ortamda bunun tersini beklemek zaten pek mümkün de değildir. Siyasal aygıt bu denetimini, oluşumu doğrudan parlamentonun kararlarına gerçekleştirilen RTÜK aracılığıyla yapmaktadır. RTÜK kuruluşunu tanımlayan mevzuatta tarafsız ve özerk bir kurum olarak nitelenmekle birlikte, üyelerinin seçimi doğrudan doğruya parlamento tarafından gerçekleştirildiği için siyasal aygıtlı özerk bir mesafesi olması fiilen beklenemez.

Ayrıca siyasetin televizyona denetleyici müdahalesine karşı duracak bir siyasal ve yayıncılık kültürü de oluşmamıştır. Türkiye’de yazılı medyanın tarihi özellikle siyasal iktidarın müdahalelerinin tarihidir. Bu müdahale kısa süreli bir özerklik dönemi dışında Türkiye’de yayıncılık tarihi için de geçerlidir ve müdahalenin yazılı medyada olduğundan çok daha meşru görüldüğü bir siyasal kültürün oluşmasına da katkıda bulunan bir “devlet televizyonculuğu” geçmişte bulunmaktadır. Bugün yazılı medya görece özgür olmakla ve yayınları üzerinde devlet ve toplum baskısının görece az olmakla birlikte, yayıncılığa müdahale çok fazladır ve toplumun bu müdahaleye karşı koyacak bir “çoğulcu yayıncılık kültürü” de uzun yıllar süren devlet televizyonculuğu nedeniyle oluşmamıştır.

Kısacası devletin televizyonlara müdahalesi toplum tarafından da onay görmekte, hatta çoğu kez desteklenmektedir. Ancak bu toplumsal destek siyasal nedenlerden çok sosyo-kültürel nedenlerden kaynaklanmaktadır. Özel televizyonlarda gelenek ve göreneklere, ideolojik eğilimlere, değer yargılarına aykırı görülen unsurlara yönelik toplumsal tepki toplu olarak televizyon yayınlarının müdahale edilmesi gereken bir pratik olduğu görüşünün toplumda yaygın biçimde paylaşılmasına yol açmaktadır. Bu görüşün yaygınlığında televizyon izleme deneyiminin ve televizyon-izleyici ilişkisinin söz gelişi gazete okuma pratiği ve gazete-okur ilişkisinden büyük ölçüde farklı olmasının da etkisi vardır. Televizyon gazeteden farklı olarak daha “evcil” bir iletişim aracıdır. Televizyonun evlerde hane halkı için özel bir “yeri” vardır, özel bir “anlamı” vardır, özel bir “önemi” vardır. Televizyon esas olarak evlerde ortak olarak izlenen, “paylaşılan” bir araçtır. Bu özellik televizyonun “aile” ve “ev” ideolojisiyle kısıtlanması baskı ve taleplerini getirir. Aile içindeki otorite, iktidar ilişkileriyle televizyon izleme pratiği arasında çok yakın bir ilişki vardır. Bu ilişki göz önüne alındığında, televizyonun genel olarak denetlenmesinin toplum tarafından talep ediliyor olması hiç de şaşırtıcı değildir.

Ayrıca televizyon alıcısının açma-kapama düğmesiyle istenmeyen programlar arasındaki ilişkiyi vurgulayan serbestiyetçi görüşler de bu çerçevede geçerliğini yitirmektedir. “İstemediğiniz programı izlememek elinizde, değil mi ki televizyon alıcısının düğmesi elinizin altında, çevirin düğmeyi, ya da dokunun uzaktan kumanda cihazınızın düğmesine, başka bir kanala geçin” şeklindeki hem televizyon izlemede seçiciliği, hem de böylelikle toplumun tepki duyduğu programlara karşı denetim talebinin geçersizliğini savunan görüş, televizyon cihazının aile içinde denetiminin belli bir ölçüde olduğu gerçeği karşısında çürümektedir. “Zararlı sarkınları”, yani aile içi otoritenin ailenin diğer bireyleri üzerinde televizyon programlarını izleme konusunda yetersiz kaldığı durumları engellemek için merkezi bir yetkeye ve bu yetkenin denetimine de gereksinim bulunmaktadır. Oysa örneğin gazete, ailedeki yetkenin isterse ailede kamulaştırılabilmesine, isterse birey olarak elinde tutabilmesine olanak sağlayan, böylelikle de bireyselleştirilebilen bir iletişim biçimidir. Dolayısıyla televizyon ile evde de kullanılabilen gazete, dergi ve benzeri iletişim araçları “zararlı etkileri bakımından pek karşılaşılmazlar. Televizyon bu anlamda daha “kollektif” bir aile aracıdır.

İkinci Bölüm

Niçin televizyon seyrediyoruz?

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

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

Bu ayrallar dışarıda tutulmak kaydıyla, kimse bugün televizyonsuz bir hayatın mümkün olabileceğini düşünmez, düşünemez. Zaten televizyon hepimizin hayatının öylesine ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ki, kimse böyle bir soruyu sormaz bile kendine, hem de, televizyona yüklenen onca olumsuz değerlendirmeye karşın. Bu ilgisizliğin nedeni belki günümüzde temsillerin, imgelerin, simgelerin insanın yaşamını sürdürmesinde en az “ekmek, su, hava” kadar önemli hale gelmesidir. Dolayısıyla da en yaygın temsil üretici ve tüketicisi olarak televizyonun bu anlamda yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası olduğunu kabul etmemiz gerekir.

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

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

Televizyonla ilişkimizin bu boyutu, iddiamızı daha da derinleştirecek olursak, televizyona bağlılığımızın artmasıyla toplumsallık yanılsamamızın da artması, buna karşılık gerçek anlamda toplumsallığımızın azalması denklemini gündeme getiriyor. Televizyona ilişkin çelişkili eğilimlerden biridir bu ve bu eğilimler saymakla da bitmez. Televizyon çevremizi,

ulaşabileceğimiz yaşam alanını alabildiğine genişletirken, aslında fiilen katılıp dönüştürmeye katkıda bulunabileceğimiz dünya alanını iyice daraltmakta, sınırlarımızı televizyon izlenen mekanın dört duvarıyla, bir bakıma “mahremiyet”imizle tanımlamaktadır. Televizyon ekranı bu şekilde, bir başka eğretilmeyle belki de sınırları denetimimiz altına alınabilecek kadar küçük bir çerçeveye, daracak bir ekrana sıkıştırılmış kocaman bir dünyadır.

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

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

a. SEYRETSEN BİR TÜRLÜ, SEYRETMESEN...

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

- 1) Televizyon izlediğimde hipnotize olmuş gibi oluyorum;
- 2) Televizyon enerjimi emip yok ediyor;
- 3) Televizyon beynimi yıkıyor;
- 4) Televizyona takıldığında kendimi zerzevat gibi hissediyorum;
- 5) Televizyon beni dünyadan uzaklaştırıyor;
- 6) Televizyon bir uyuşturucu, ben de bir bağımlıyım;
- 7) Çocuklarım televizyon izlerken zombiye benziyorlar;
- 8) Televizyon zihnimi mahvediyor;
- 9) Çocuklarım televizyon yüzünden rüyada gibi geziyorlar;
- 10) Televizyon insanları salaklaştırıyor;
- 11) Televizyon beynimi mantarlaştırıyor;
- 12) Televizyon açıkken gözlerimi ondan ayıramıyorum;
- 13) Televizyon beni sersemleştiriyor;
- 14) Televizyon beynimi sömürgeleştiriyor;

15) Çocuklarımızı televizyondan nasıl uzaklaştırıp yeniden hayatın içine sokabiliriz?

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

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

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

Televizyonun Karşı Konulmaz Cazibesi

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

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

Ya da belki televizyonun gündelik yaşamımız içinde yerleştiği konum nedeniyle televizyon izlemekteyizdir. Roger Silverstone, gündelik yaşam ile televizyon ilişkisini incelediği çalışmasında (1994), televizyonun özellikle Batı dünyasında gündelik yaşam rutinleriyle iyice tümleşik hale geldiğini belirtmektedir. Silverstone'a göre televizyon modern toplumsal yaşamda merkezi bir yer tutmaktadır ve bunun nedeni televizyonun gündelik niteliğidir, yani televizyonun sabahdan akşama gündelik yaşamın tümüne yayılan yapısıdır. Televizyon insanın tüm gününü işgal edebilecek bir özelliğe sahiptir, üstelik bunu görece yapılaşmış bir şekilde yapar. Günü belli bir saatte televizyon açıldığında, o saatte izleyici zaten önceden bildiği, tanıdığı bir program türüyle, bildiği bir anlatıyla karşılaşır. Bu yapı kaotik değildir ve bildik, beklenen simgeler, sesler, kişiler, formatlar,

anlatılar evlerdeki televizyon alıcılarının ekranlarını günün yirmi dört saati bildik bir zaman düzeniyle ve program dahilinde doldururlar. Antony Giddens'ın modern yaşamın belirgin özelliği olarak tanımladığı gerilim ve endişenin karşısında gündelik yaşamın rutinleri o tüm bilindik halleriyle ve değişmezliğiyle modern insanın gereksinim duyduğu güven duygusunu sağlamaktadır. Bu rutinlerin içinde çoğumuzun yeniden üretimine bilinçsizce katıldığı, bu nedenle zaten yaşamının bir parçası haline geldikleri için farkında bile olmadığı ritüeller ve simgeler de yer alır.

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

Korku, kaygı ve eleştirilerimize karşın, televizyonun modern insanın güvenlik duygusu (gereksinimini) her gün yeniden onaylamasıyla yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldiği iddiasının yanı sıra, bu aracın zarardan çok yarar getirdiğini savunanlar da bulunmaktadır. Örneğin D. McQuail, televizyonun gerçekte modern uygarlıkla bağının çok sıkı olduğunu ve televizyona yöneltilen eleştirilerin çoğunun aslında uygarlığın halihazırdaki durumuna yönelik eleştirileri yansıttığını öne sürmektedir (1997). Bu anlamda televizyonun içinde iş gördüğü toplumsal ve kültürel ortamın daha iyi olmasını bekleyemeyiz ama televizyondan bazı yararlar sağlayabileceğimizi de umut edebiliriz.

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

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

Kuşkusuz televizyonun McQuail tarafından sıralanan yararları, gündelik yaşamında ve insani varoluşunda tüm bunların faydasını görse de, sıradan televizyon izleyicisinin televizyon izleme ediminin bilinçli nedenlerini oluşturmaz. Televizyon izleyicisine niçin televizyon izlediği sorulduğunda alınacak muhtemel cevaplar hiç de felsefi derinliği olmayan, sıradan ve gerçekçidir:

"Televizyon bizler için ekonomik bakımdan kale bile alınamayacak bir maliyette ve hem maddi, hem de zihinsel olarak eniz düzeyde bir çabayla çok yüksek miktarda oyalanma ve rahatlama sağlamaktadır. Üstelik yine neredeyse bedavaya, dünyada olan bitenleri, hem de sesi ve görüntüsüyle evimize kadar getirmektedir. Eğlenmek, bilgilenmek ve haber almak için para verip gazete almamıza, sinemaya, tiyatroya gitmek için zahmete girmemize, hele hele kitap dergi falan okumamıza artık, televizyon sayesinde hiç gerek yoktur. Ayaklarımızı uzatır, içeceğimi, yiyeceğimi yanıma alır, basarım uzaktan kumandanın açma düğmesine, sonra değmeyin keyfime. Sıkıldım mı da, kalkmam bile yerimden, 'sağ olasin uzaktan kumanda aleti'."

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

azından iki anlamda edilgin bir etkinliktir:

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

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

b. KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI

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

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

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

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

1. *Oyalanma, kaçış.*

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

Kendi içinde cazip bir fantezi dünyası sunan bir televizyon programını seyretmek suretiyle izleyici bu dünyayı geçici olarak işgal edebilir.

(“Televizyon sorunlarından uzaklaşmama yardımcı oluyor; televizyon seyretme iyi bir dedikodu yapmak gibi bir şey; evde sesler duymayı seviyorum; bazen televizyonda seyrettiğim kişiler için keşke ben olsaydım o diye düşünüyorum; bazen ağlama hissi uyandırıyor bende”)

Rahatlama başlığı altında ele alınabilecek bir kavram da, Dolf Zillman'ın "Ruh durumunu Yönetme Kuramı"dır (*Mood Management Theory*). Bu kuramın amacı televizyonun istenen bir duygusal durum yaratmak için nasıl kullanılabileceği sorusunu yanıtlamaktır. Canı sıkın olan insanlar uyarıcı programları seçerken, psikolojik baskı altındakiler daha sakinleştirici programlar izlemek suretiyle gerginlik düzeylerini azaltmaya çalışırlar. Böylelikle kendilerini baskı altında hisseden insanlar televizyonu endişeye yol açan düşünceleri bloke etmek, böylelikle daha rahat bir ruhsal duruma geçmek amacıyla kullanılmaktadırlar.

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

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

Anderson ve arkadaşları, topladıkları verilere ilişkin genel değerlendirmelerinde, televizyonun yetişkinler tarafından ruh durumlarını yönetmek ve gerginliği azaltmak amacıyla kullanıldığı hipotezinin, yani Zillman'ın "ruh durumunu yönetme kuramı"nın desteklendiğini belirtmektedirler. Burada, bundan sonra araştırılıp yanıtlanması gereken soru, televizyonun bu şekilde kullanımının işlevsel olarak olumlu olup olmadığı veya stresle daha kalıcı biçimde başa çıkma stratejilerine başvurmayı televizyon sayesinde ertelemenin sonunda daha kötü ve yıkıcı etkileri olup olmadığı, yani stresin kaynağına eğilip o kaynağı kurutmak yerine televizyonu bir yatıştırıcı olarak kullanıp stresi geçici olarak boşaltmanın sonuçta daha olumsuz etkilere yol açıp açmayacağıdır.

2. Kişisel ilişkiler.

a. Can yoldaşlığı, ahabplık.

b. Toplumsal kullanım.

İzleyici televizyon seyretme edimi sayesinde başka insanlarla -ister gerçek kişiler, isterse medya kişilikleri- televizyon sayesinde veya televizyonla dolaymlanan ilişkiler kurar. Ahabplık ya da can yoldaşlığı izlerkitle mensuplarının medya kişilerinin (örneğin "Bizimkiler", "Ferhunde Hanımlar" gibi dizilerdeki karakterlerle ya da eğlence programlarına katılanlarla ya da sunucularla, ve benzerleriyle), sanki bunlarla dostluk ilişkisi içindeymiş gibi ve sanki bunlar gerçek kişilerin yerine geçebilirlermiş gibi, gerçek arkadaşlık ve dostlukların yerine koyulması sürecini dile getirmektedir. Horton ve Wohl (1956), bu ilişki türünü "toplumsal ilişki" olarak adlandırmakta ve bu sözde Ahabplık ilişkisi türünün sırf televizyon değil, diğer kitle iletişim araçlarına da özgü bir fenomen olduğunu belirtmektedirler.

Tek tek izleyiciler yalnızlık duygularını sadece televizyondaki kişilerle kurdukları "sözde samimi ilişkiler" aracılığıyla gidermekle kalmazlar. Televizyon onlara yalnızlıklarını gidermede bir başka olanak daha sunar. İzlerkitle mensupları, aynı programı kendilerinden başka (ve belki kendileri gibi yalnız) çok sayıda insanın izlediğini düşünür, daha doğrusu bilir. Çünkü, gerçekten de aynı programı izleyen insanlar, farklı mekanları işgal ediyor olsalar da zamansal bir cemaat oluşturmaktadırlar. Bu cemaat aynı anda aynı uyaranlara muhatap olma, bu uyaranlara aynı yanıt,

örneğin heyecanlanma, duygulanma, gülme, ağlama, vb verimle tanımlanmaktadır. İzleyici dolaysızca deneyimlemese bile böyle bir cemaatin mensubu olduğunu bilir ve bu aidiyet duygusu televizyon izlerkenki yalnızlığını bir ölçüde de olsa giderir.

(“İnsan yalnız olduğunda televizyon iyi bir dost, iyi bir can yoldaşı oluyor; karakterler yakın dostların gibi oldular, aynı programı izlemek diğer izleyicilerle ortak, paylaşılan bir şeyler veriyor bana; karakterlerin seslerini evimde duymak hoşuma gidiyor”.)

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

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

3. Kişisel kimlik.

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

Kişisel kimlik terimiyle kastedilen televizyondaki program malzemelerinin izleyicinin kendi yaşamunda veya koşullarında önem verdiği bir şeye ek ağırlık kazandırma veya üzerinde düşünme amacıyla kullanılmasıdır. Bu işlev, izleyicinin kendi varoluşuna ilişkin anlam dünyasındaki unsurlarla televizyonda sunulanların ilişkilendirilmesi şeklinde işler ve televizyon programlarında kendinden bir şeyler bulma, fantazilerinin kurnaca da olsa gerçekleşmesi ve inançlarının değerlerinin pekişmesine kadar çok geniş bir kullanım alanı bulur.

Kişisel referans program içeriğinin izleyici için kendi durumunun, karakterinin veya yaşamının, geçmişi veya halihazır bir özelliğini karakterize etme veya ortaya çıkarma amacıyla kullanımını dile getirmektedir.

(“Bu program bana şimdi olduğumdan daha kötü durumda olabileceğimi anımsatıyor; programdaki insanları tanıdığım başka insanlarla mukayese edebilirim; program kendi yaşamımda olmuş şeyleri anımsatıyor bana; bazen tanıdığım insanlarla ilgili anıları yeniden aklıma getiriyor”.)

Gerçekliğin araştırılması süreci, program içeriğinin seyircinin daha yakın toplumsal ortamında yaşadığı veya yaşayabileceği belli sorunlar hakkında fikir vermesini dile getirmektedir. McQuail ve arkadaşlarının yaptıkları araştırmada, bazı izleyicilerin televizyonu neden izledikleri sorusuna, bir çok gözlemcinin değerlendirmesine göre dilek-gerçekleştirme fantazilerinin ardı ardına dizilişinden başka bir şey sağlamayan bir dizi için, “düşünceme besin oluyor” cevabını vermeleri gerçekten ilginçtir ve bu yanıt gerçeğin araştırılması kategorisi için biçilinişi kaftan gibidir. Bu tür bir yanıt, hemen her tür kurnaca programın, her türlü dizi, seriyal ve televizyon filminin düzenli

izleyicilerinin bu programı kendi gerçek yaşam sorunlarıyla ilgili bir uyarıcı olarak görebildiklerini ima etmektedir.

(“Programdaki insanların benimsenmeye benzer sorunları var, program benim kendi yaşamımı anlamama yardımcı oluyor bazen”.)

Değer pekiştirme izleyicinin inandığı, benimsediği ve taşıdığı belli değerleri destekleyen, savunan bir programın o izleyici için cazibesini dile getirmektedir.

(“Bugün etrafımızda hala bu programdaki gibi ailelerin bulunduğunu bilmek çok güzel doğrusu; bu program bana aile bağlarının önemini anımsatıyor, bu program aile hayatının nasıl olması, ne olması gerektiğini örnekliliyor”.)

4. Gözetim altına alma.

Gözetim altına alma işlevi, ya da televizyonun bu amaçla kullanılması daha çok haberlerin ve güncel olayları konu alan programların izlenmesiyle ilgili bir süreçtir. Ekranda olup bitenle çok fazla ilgilendiğimiz veya karakterlerle iyice özdeşleştiğimiz bir iki program olabilir ama haberleri bizzat habere konu olan olaylarla çok fazla ilgilendiğimizden değil, dünyayla ilişkimizi koparmamak için izleriz. İzlediklerimiz kuşkusuz bizi de ilgilendirir ama bu çok derin bir ilgi olmayabilir.

(“Televizyon haberleri düşünce için besin sağlıyor, haberler günün önemli olaylarını anlatıyor bana; büyük sorunların ve konuların sonunda nasıl çözüme bağlandığını görmek çok hoşuma gidiyor”.)

Denis McQuail kendisi de bu yaklaşım içinde araştırmalar yapmakla birlikte, kullanımlar doyumlar yaklaşımının “gereksinim” kavramını temele alan ilk formülünün ampirik araştırmalarda işlemselleştirme bakımından zorluklara yol açtığını, dolayısıyla yeniden tanımlanması gerektiğini öne sürerek şu yeni formülü önerir (1987):

“Genel olarak kitle iletişim araçlarının kullanılma alışkanlığı ve bu araçların sunduğu yararlarla ilişkin inançlar ve beklentiler kişilerin toplumsal koşulları ve psikolojik ön-eğilimleri tarafından belirlenir. Bu inanç ve beklentiler araçların seçimine ve kullanımına ilişkin özgül davranışları biçimlendirir. İnsanlar daha sonra bu tecrübenin değerini tartarlar ve medyadan edindikleri yararları diğer deneyim ve toplumsal etkinlik alanlarında uygularlar”.

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

Ne var ki bu yaklaşım da yaygın biçimde benimsenmeye başladığı 1970’lerden itibaren çeşitli eleştirilerle karşı karşıya kalmıştır. Her şeyden önce doyumdan gereksinime çizilen çizginin tıpkı uyarıcı-tepi çizgisi gibi kabaca düz olduğu, böylelikle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının etkiler yaklaşımının basitçe ters yüz edilmiş bir şekli olduğu öne sürülmektedir. Bu terimlerin gerisinde Inglis’in (1990) belirttiği gibi, tüm eylemlerin koşullu tepkiler (refleksler) üzerine kurulu olduğu, bunun da başarı ve ödül ile pekiştirildiği şeklindeki davranışçı psikolojinin günümüzde artık iyice gözden düşmüş olan modellerini görmek mümkündür.

Kuşkusuz böylesi bir çizgisel modele dayanan araştırmaların çoğu, çizginin bir ucunda yer alan izleyicinin etkinliğini aşırı vurgulama eğilimi göstermekten kaçınmaz. Böylelikle etkiler yaklaşımındaki üstü örtük olarak da olsa araştırma programatığının bir yerlerinde değişmez olarak duran “her şeye kadir medya” anlayışı, bu kez kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında yerini “her şeye kadir izleyici”ye bırakmıştır. Oysa izleyicilerin televizyonla olan ilişkilerinde tam bir özerklik sahibi olduklarını öne sürmek mümkün değildir. Böyle bir özerklik yanılgısına gerçekte her türlü

ilişkiyi “etkin” ve “edilgin”, “neden” ve “sonuç”, “kaynak” ve “hedef”, “uyaran” ve “tepi”, “ezen” ve “ezilen”, “efendi” ve “köle” tarzı, aslında ilişki olarak değil tek yönlü bir eyleyim olarak tanımlayan kaba “davranışçılığın” daha da kaba ama çok yaygın olan bir yorumu neden olmaktadır.

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

c. KAÇIŞ İÇİN TELEVİZYON İZLEME

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

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

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

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

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

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

b. Televizyon içeriği çözümlemelerinin bulguları programlarda gerçekliğin çarpıtılmasına ilişkin

güçlü ve sistematik kalıpların varlığını ortaya koymaktadır. Televizyon programlarında yüksek mevkideki mesleklerin ve yaşam biçimlerinin, daha heyecan verici ve tantanalı ortamların aşırı bir şekilde temsil edilmesi suretiyle izlerkitle mensuplarının varsayılan tutkulan, dilekleri, özlemleri ve hayallerini gözetken, bunları manipüle etmeye yönelik bir çarpıtmadan söz edilebilir.

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

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

Ama bu kaçışın izleyicilerin kendi, gündelik yaşamlarında ve ilişkilerinde ödemek zorunda oldukları bazı bedeller olabilir. Örneğin kimi araştırmalar ortalama bir televizyon izleme alışkanlığının hem çocukların, hem de yetişkinlerin yaratıcı düşünceleri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Macbeth’in araştırması (1996), televizyon olmadığı zaman yetişkinlerin zor bir problemle zihinsel olarak uğraşmaktan vazgeçmezden önce daha uzun süre bu problemle cebelleşme eğilimi geliştirebildiklerini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla televizyon insanların zor bir problemi çözmek için uzun süre çaba harcama alışkanlıklarını köreltmektedir. Bu bir kez yerleştiğinde de kurtulması çok kolay olmayan bir eğilimdir.

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

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

Yüksek Kültür, Popüler Kültür

Televizyonun “kaçış” için kullanıldığı tezi, televizyon ile izleyici arasındaki tipik ilişkiyi olumsuz ve değersiz olarak niteleyen görüşlere de destek olmaktadır. Bu tür görüşler, aslında tarihi modern dönemlerin başlangıcına uzanan ciddi veya yüksek ve aşağı veya popüler kültür karşıtlığına dayanan ve genellikle yüksek kültürü kayıran “seçkin” tartışmalarla beslenmektedir.

Geleneksel toplumlarda toplulukların ortaklaşa paylaştıkları kuttörenler, (çoğunlukla dinsel bir

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

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

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

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

Frederick Jameson, Kitle Kültürü, Yüksek Kültür, şeyleşme kavramlarını tartıştığı denemesinde (1979), bu kaçış tezinin ve bu tezin içerimlediği “manipülasyon” teorisini tartışırken, televizyon dahil kitle kültürü olarak adlandırılan diğer tüm ürünlerin tüketilmesindeki saiklerin bu kadar basite indirgenemeyeceğini belirtir ve Norman Holland’ın Freudgil sanat yapıtı modeline yaptığı revizyonist müdahalenin bu konuda açıklayıcı bir yaklaşım sunabileceğini öne sürer. Freudcu sanat yapıtı modeli bastırılmış özlemin, dileğin simgesel gerçekleşmesi, arzusun baskıcı sansürden kaçabildiği ve elbette bir ölçüde saf bir simgesel doyumu gerçekleştirebildiği karmaşık bir dolayım yapıtı modelidir. Kaçış tezinin neredeyse boş bir kaba, birbiriyle özdeş atomize parçalara indirgediği televizyon izleyicileri böyle bir model çerçevesinde hak ettikleri psikik ve zihinsel karmaşaya kavuşabilirler.

Norman Holland’ın revizyonist modeli, sanat yapıtının psikik işlevinin yeniden betimlenmesi gereğini ima etmektedir. Bu işlev öylesine betimlenmelidir ki, estetik doyumun özlemleri (dilekleri) gerçekleştirme işlevi ama diğer yanda da bunun simgesel yapısının arkaik arzuların ve dilek-malzemesinin ürkütücü ve potansiyel olarak tahrir edici patlamasına karşı tını korumasının

gerektiği şeklindeki iki bağdaşmaz özelliği bir şekilde uyumlaştırmalıdır. Sanat yapıtının işlevi esas olarak ham dürtü malzemesini ve arkaik dilek veya fantezi malzemesini yönetmektir. Bu malzemenin yıkıcılığı bir tür psikik bir uzlaşma, karşılıklı ödünleşmeye dayalı bir pazarlıkla engellenir. Fantezi içeriği onu zararsız hale getiren özenli simgesel sınırlayıcı yapılar içinde uyandırılır ve uygun bir şekilde yok edilemeyen arzular ancak bir süre için yatıştırılabilecek derecede tatmin edilir.

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

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

Jameson yüksek ve kitle kültürü arasındaki ilişkiyi günümüzde sınırları bulanıklaşmış bir yanyanalık olarak nitelerken aslında, televizyon kuramının geleneksel medya ya da kitle iletişim kurumlarından tevarüs etmiş olduğu, izleyicileri sırf dinleyici, seyirci ve özetle kendisine sunulan malzemeyi tüketici olarak görme eğilimini de sorgulamaktadır. Sorgulanan bu eğilim kendisini sadece medya alanında göstermez. Ekonomide de, siyasette de kamu kategorilere ve bu kategorilerdeki soyut sayılara indirgenir. Bizler birer tüketici, seçmen, üretici veya işsiz, vergi mükellefi, müşteri topluntularıyızdır, başka da bir şey değil. Bu anlamda yönetime etkin olarak katılan, kararlar alan, kararları uygulayan yurttaş kavramı bir soyutlamadan öte bir şey değildir.

Televizyon Endüstrisi ve Tüketicileri

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

Dolayısıyla televizyon endüstrisinin en önem verdiği “rating” hesaplamalarında her birimiz yüzde 10, 15, 20'nin oluşturuvcu unsurlarıyızdır. Programları nasıl izlediğimiz, kullandığımız, bunların üzerimizde ne gibi etkiler yarattığı, izleme deneyimine nasıl katıldığımız hiç önem taşımaz. Endüstrinin temel kaygısı katkılarımızla rating hesaplarının kabanklaşması için politikalar geliştirmektir. Kabank rating hesabı endüstrinin esas müşterisi olan “reklam verenler”in taleplerini karşılayacağı için önem taşımaktadır. Dallas Smythe'nin dediği gibi televizyon endüstrisinin dolaşıma soktuğu esas mal programlar değil “izleyiciler”dir. Televizyon endüstrisi esas olarak “izleyiciler”i “reklamcılar”a pazarlamaktadır. Bu anlamda izleyiciler televizyon izlerken bir yandan da “reklamcılar” için mesai yapmaktadırlar. Bu mesainin ücreti ise televizyon programlarının sağladığı “haz”, “doyum”, “korku”, “keyif”, “gülmece”, “eğlence”, “oyalanma”, “kaçma”, “öğrenme”, ya da her neyse işte odur. Yine bu anlamda televizyon izleyicisi olarak her birimiz

televizyon endüstrisinin edilgin işçileriyiz. Televizyon programların tüketirken aslında televizyon endüstrisinin üretimine katılmaktayız.

d. ETKİLER YAKLAŞIMI

Bu dolaylı “edilgin” üreticilik konumu gerçekte akademik iletişim araştırmalarında “etkiler” yaklaşımı olarak adlandırılan bir araştırma programatigiyle de ilişkilidir. İletişim araştırmalarında özellikle 1940 ile 1960 yılları arasındaki döneme ağırlıklı olarak hakim olan bu eğilim, kitlesel olarak dolaşıma giren mesajların sıkı sıkıya tecimsel amaçlı olması nedeniyle kültürel bakımdan olumsuz etkileri olabileceği varsayımından temelleniyor ve bu olumsuz etkilerin ölçülmesinin ve bunları denetlenebilir hale getirilebilecek toplumsal politikaların geliştirilmesinin gerekli olduğu iddiasıyla karakterize oluyordu.

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

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

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

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

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

Üçüncü Kişi Etkisi

İletişim kuramlarında “üçüncü kişi etkisi” olarak adlandırılan bu hipotez, insanların medya mesajlarının diğer kişiler üzerindeki etkisinin kendi üzerlerindeki etkisinden çok daha fazla olduğunu düşünmeleri eğilimini dile getirmektedir. İzleyiciler televizyonun üçüncü kişiler üzerinde kendilerine oranla çok daha fazla etkili olmasını beklerler. Çünkü kendileri zaten bu tehlikelerin ayırımıdadırlar ve bu bilinç düzeyi onlara, televizyonun zararlı etkilerine karşı bir bağımsızlık sağlar. Malum, Aydınlanmanın temel ilkesi şudur: bilgi ve bilinç her türlü kötülüğün karşısındaki yıkılmaz tek kaledir.

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

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

Morley, kendisini “kültürelci iletişim çalışmaları” içinde tanımladığı için olsa gerek, geleneksel iletişim araştırmaları alanında geliştirilen “üçüncü kişi etkisi” kavramını kullanmamakla birlikte, bu yaklaşımı şöyle dile getirir (1989): “...Bir yandan televizyon izlerkütmesini medya sosis fabrikasından öğütölüp çıkan önceden hazmedilmiş sağlıksız yiyeceği sürekli olarak tüketip duran ve bu alışkanlık yaratan uyuşturucu maddenin anestetik etkileri altındaki ‘zombi’lere veya ‘gözleri cam gibi olmuş ayaşlar’a indirgemekle suçlanır. Diğer yandansa, televizyon (seyircilerin bu ‘göz çıkletini’ tüketmelerinin bir sonucu olarak) beyinleri salçaya çevirmenin sorumlusu tutulurken, aynı zamanda, özellikle televizyon ve şiddet konusundaki tartışmalarda, bize her türlü şeyi yaparmakla suçlanır. Öyle ki, şiddet içerikli televizyonu seyretmenin izleyicilerin dışarı çıkıp şiddete dayalı suçlar işlemesine neden olacağı öne sürölür. Buradaki ilginç bir nokta, bu ‘televizyon zombileri’nin hep başka insanlar olmasıdır. Çok az insan kendisinin televizyonu bu şekilde kullandığını düşünür. Bu televizyonun başka, daha tehlikeye açık insanlara ne yaptığı hakkında bir kuramdır.”

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

Törel Ürkü

Televizyonun bu tür etkilerinden bir başkası ise, diğer iletişim araçlarıyla etkileşime girmesi sonucu ortaya çıkan “törel ürkü” (*moral panic*)’dür (Cohen, 1980). Belli toplumsal gerilim

dönemlerinde, toplumlar belli bir toplumsal mesele veya grup hakkında “törel ürkü” içine girerler. Bunun nedeni medyanın genel olarak bu mesele veya toplumsal grubun davranışı üzerinde odaklanmasıdır. Televizyonun diğer iletişim araçlarıyla birlikte bu duygunun yaratılması, yaygınlaşması ve büyümesinde çok önemli bir rolü bulunmaktadır. Medyanın bu konu üzerinde durması sonucu, toplumsal denetim etkenleri, yani hükümet, polis ve mahkemeler bu toplumsal meseleyi veya toplumsal grubu denetlemek için yeni politikalar geliştirmeye itilirler. Diyelim ki medyanın üzerinde odaklandığı toplumsal mesele ülkemizde bir zamanlar, “yüzsüzler” diye tabir edilenlerle bağlantılı vergi kaçakçılığı veya vergi ödemenin yıllarca savsaklanmışlığı olsun. Medyanın bu konuyu gündeme getirmesi sonucu hükümet bildirler yayınlamaya, yönerge ve yönetmelikler çıkarmaya, polis ise bazı yüzsüzleri tutuklamaya girişecektir. Bunlar da kuşkusuz televizyonda, radyoda ve gazetelerde yer alacağı için, “törel ürkü” duygusu daha da artacaktır ve böylelikle televizyon yarattığı etkinin bir parçası haline gelecektir.

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

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

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

Yine Inglis ABD’de yapılan bir dizi psikolojik deneyde, küçük çocuklardan oluşan bir gruba bir filmde şiddet dolu parçaların gösterildiğini; daha sonra insan boyunda, altında yarı daire biçimde bir dayanağı olan ve bunun sayesinde yumruk atıldığında yeniden dikleşen şişme bir oyuncak olan Bobo bebeğin eşliğinde bu çocukların davranışlarının gözlemlendiğini belirtir. Çocukların bazıları bebeğe yumruk atmışlardır ama çocukların büyük bölümü önce bir yetişkinin bebeğe yumruk atmasını beklemiş ve kendileri daha sonra yumruk atmışlardır. Inglis bu araştırmanın çocukların özendirildiği zaman saldırganlığı taklit etmeye eğilim gösterdiği sonucunu ortaya attığını söylemekte ve böylesi bir sonucun inanılmaz saçmalıkta olduğunu belirtmektedir.

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

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

Bu yönden ele alındığı zaman, “etki geleneği” içindeki çalışmaların televizyonun etkilerine ilişkin genel geçer bir bulguya ulaşamamış olmaları şaşırtıcı değildir. Çünkü uyaran-tepi modeli insanların televizyonla ilişkilerini kavramamıza elvermeyecek kadar yalın, basit ve indirgemecidir. Fizyolojik bakımdan belli bir alanda yoksunluk çeken insanlarda, bu yoksunluğu giderecek bir uyarının fizyolojik bir tepiyeye yol açması beklenebilir. Bunu böyle demekle birlikte, uzun süreli fizyolojik yoksunlukların, uyaranlara karşı bir ilgisizlik ve tepkisizlik yarattığını da burada belirtmekte yarar var. Örneğin çok uzun süre yemek yemeyen birinin yemek kokusu uyarısına karşı tepkisiz kalması.

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

Televizyon İzleme: Karmaşık ve Dinamik bir İlişki

Ian Ang, bu karmaşık ve dinamik süreci kavrayabilmek için televizyon izleyiciliğine ilişkin gündelik gerçeklikleri daha iyi anlamamız gerektiğini öne sürmektedir (1991). Televizyon izleyicisi, örgütsüz bir sessiz çoğunluk olmakla birlikte elde bir görülemez. Seyircilerin öznelliğini göz ardı eden ve onları nicel, özdeş birimlere indirgeyen bir kavrayış kusurludur. Televizyon seyretme gündelik yaşamın tüm kargaşasının içinde duran, bu kargaşayla tümleşikleşmiş ve anlamın ve

etkileri bakımından her zaman özgül olan karmaşık ve dinamik bir kültürel süreçtir. Araştırma literatürü bu dinamik ilişkinin belli yönlerini ortaya çıkaran bulgularla doludur.

Literatürdeki bu tür bulgulara geçmeden önce, “etkiler” yaklaşımının bir önemli handikapını daha belirtmekte yarar var. Bu yaklaşım televizyonun etkilerini ancak izleyicilerinin davranışlarından yola çıkarak ölçebilme olanağına sahiptir. Bunun nedeni televizyon izleme deneyiminin kitap okuma ya da sinemada bir film izlemeden, hem de köklü biçimde farklı özellikleridir. Varsayımsal bir ömle bu konuyu biraz daha açabiliriz. Diyelim ki, *Ferhunde Hanımlar* dizisinin bir bölümünü 50.000 kişinin izlediği, bunların 20.000’inin 40 yaş üzerindeki ev hanımları olduğu bir araştırmayla belirlenmiş olsun. Dizinin bu bölümündeki ana mesaj ise yine diyelim ki, insanların yaşadıkları anın değerini bilmeleri gerektiridir. Dolayısıyla bu programın izleyiciler üzerinde ölçülebilecek olan etkisi, izleyicilerin kaçının bu mesajı benimsediği ve hayatının düsturlarından hiç değışle biri haline getirdiğidir. Bu etki ancak programı izlemiş olanlara sorulacak sorularla belirlenebilir. Soruların değlerlendirilmesi sonucunda etki önemli sayılabilecek bir düzeyde görölmezse, programın etkili olmadığı öne sürölür. Programın etkisizliği ise belli araştırmalarda ortaya çıkan ara değışkenlerle açıklanır. Ömeğın, insanların eğitim düzeyleri bu mesajı algılayacak yeterlikte değildir denebilir. Ya da yaş, cinsiyet gibi diğler değışkenler nedeniyle mesajın etkili olmadığı belirtilebilir. Nihayet, kusur programa çıkarılabilir ve aynı “insana iğneyle zerk edilen bir ilacın aktif maddesinin yetersiz olması veya ilacın fazla sulandırılmış olması”na benzer bir açıklamayla, programın bu mesajı yeterli etkiyle aktaramadığı söylenebilir.

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

“Televizyon izleme” dendiğinde izlerküne mensuplarının gözleri, kulakları ve tüm bedenleriyle kendilerini televizyona teslim ettikleri bir durumu mu, yoksa yukarıda örneklerini verdiğimiz, esas olarak televizyon ekseninde gerçekleşen ama diğler bir çok etkinliği de içeren bir devingenliği mi kastetmekteyiz? Bu soruları göz önüne almayan ve televizyon izlemeyi bu soruların dayattığı değışkenleri içerecek biçimde tanımlamayan bir yaklaşımın sorununu formüle etmede olduğu kadar sonuçları ve açıklamaları bakımından da önemli kusurlar içereceği kuşkusuzdur.

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

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

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

Şimdi yeniden televizyon ile izleyici arasındaki ilişkinin dinamik ve karmaşık yapısını araştırma literatüründen örneklemeye dönelim. Clancy (1994), ABD’de yapılan üç ayrı ama birbiriyle bağlantılı araştırmanın sonuçlarını değerlendirirken, televizyon izleme ediminin bu dinamik yapısını ortaya koymaktadır. Yapılan ilk iki araştırma televizyonun tek bir şekilde değil, bir çok şekilde kullanıldığını ortaya koymaktadır. Program türü, izleme saati, izlerkümünün bireşimi, program seçimini yapan ve televizyon alıcısının konumu insanların televizyonu kullanmalarını etkileyen değişkenlerdir. Bu değişkenler bir çok farklı birleşim halinde bir araya gelebildiği için televizyon izlemenin bir çok farklı olanağı bulunmaktadır.

Hatta bu izleme deneyimine televizyon alıcısının boyutu dahi bir değişken olarak müdahale etmektedir. Lombard (1995) ekran boyutu büyüdükçe televizyon izleyenlerin ekrandaki kişilerle daha olumlu duygusal ilişkiye girdiklerini saptamaktadır.

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

Tüm bu değişkenlere televizyon izlemenin seçici bir adım olduğu da eklenmelidir. Televizyon izlemenin seçiciliği üzerine yapılan çalışmalar ve yazılan değerlendiren Van den Bulck (1995), seçici izlemenin var olduğunu ve bazı seyircilerin diğerlerine göre televizyon izleme konusunda çok daha seçici olduklarını öne sürmektedir. Ne var ki, yine değerlendirme sonuçları ortalama seyircilerin bir izleme alışkanlığı geliştirdiğini, tercih ettikleri programları bu programların yayınlandığının ayırımında olmadıkları için izlemeyebildiklerini de ortaya koymaktadır. Bu izleme alışkanlığı değişkeni, seçici izleme edimi bakımından olumsuz bir etkiye bulunmakla birlikte, televizyon kullanımının dinamik yapısının bir başka yönünü oluşturmaktadır.

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

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

gerçekleştirilmesi olduğunu belirtmektedir.

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

Televizyon ile izleyicisi arasındaki dinamik ilişkinin bir başka yönü, televizyon izlemenin çoğunlukla yayıncıların çabalarının ortaya koyduğunun tersine programların cazibesi, program planlama stratejileri ve benzeri özelliklerden çok alışkanlığa dayalı bir eylem olduğudur.

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

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

"Etkiler yaklaşımı" televizyon-izlerle ilişkisinin bu karmaşık ve zengin yapısını göz ardı ettiği gibi, iddialarını genellikle televizyonun insan davranışları üzerinde kısa-dönemli etkileriyle sınırlandırır. İnsanın çok farklı tür uyaranlarla sürekli ilişki içinde olduğu, yani mevcut, alışageldiği davranışlarını koruma, hatta pekiştirme direnişi ile bu yöndeki uyaranlar (ı tercihi veya uyaranları böyle algılama eğilimi göstermesi) ve karşıt uyaranlar arasındaki ilişkiler ağıyla karakterize olan bir yaşam pratiğinde televizyonun kısa-dönemli etkilerinin araştırmalarla doğrulanmaması kuşkusuz televizyon-izlerle ilişkisinin "etki" kavramı çevresindeki niteliğini anlamamıza dahi elvermez. Nitekim medyanın etkilerinin beklendiği gibi olmadığı sonucunu veren birtakım araştırmalar bir çok hipotezin geliştirilmesine yol açmış, ancak "etkiler yaklaşımı"nı temellendiren "olumlayıcı" bakış açısını çürüttür görünmekle birlikte, bunlar da aynı paradigma içinden sorunsallaştırdıkları için aynı ölçüde kısır kalmışlardır.

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

medyanın çoğu kez beklenen etkiyi gösterememesinin açıklayıcı nedenleridir.

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

Bu tür hipotezler de, daha önce Lewis’den aktardığımız sorunun, yani, “peki ama, ya medyanın tutum ve inançları değiştirdiği de olursa, veya araştırmalar başka türlü sonuçlar üretse bile ya medya gerçekte tutum ve davranışları dolaysızca etkiliyorsa” sorusunun yanıtını veremezler, çünkü bu olasılığı göz ardı etmişlerdir bir kez.

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

Medyanın politik tutum ve davranışlarla ilgisi, “etkiler” sorunsalının en tartışılan konularından biri olmuştur. Bu tartışmalarda da çözümlemeler genellikle Amerikan Başkanlık seçimlerinde adayların kitle iletişim araçlarını kullanmaları ve bunun seçim sonuçları üzerindeki etkileri sorusu üzerinde odaklanmıştır. Örneğin, Roosevelt’in Başkan olarak seçilmesinin ardında radyodaki konuşmalarının yattığı öne sürülmektedir. Televizyon konusunda ise, dönüm noktası olarak örnek gösterilen seçim Nixon ile Kennedy arasında kıyasıya geçen 1960 seçimleridir. Bu seçimlerde Nixon’un radyoda daha başarılı olmakla birlikte, Kennedy’nin televizyonda daha etkili olması, Kennedy’nin seçim başarısının televizyonun etkisine bağlanmasına yol açmıştır. Kennedy televizyondaki canlı tartışma yayınlarında daha başarılı görülmüştür, ama bu başarı şüphesiz onun tartışma konularındaki fikirleriyle ilişkili değildir. Açıklayıcı olan televizüel kodlardır. Duruş, mimikler, jestler, boy pos, genel görünüm, sözü destekleyen diğer iletişim kodları, vb. Bütün bunlardaki üstünlüğü Kennedy’nin Nixon’a karşı kazandığı zaferin nedeni olarak, dolayısıyla televizyonun siyasal davranış üzerindeki etkisinin de kanıtı olarak değerlendirilmiştir. Yapılan araştırmalar da bu değerlendirmeyi desteklemiş ve radyoyla televizyon izleyicilerinin değerlendirmelerinin farklı olduğunu, televizyon seyircilerinin Kennedy’yi, radyo izleyicilerinin ise Nixon’u kazanan taraf olarak belirlemiş olduğunu belirtmişlerdir. Daha sonra bazı araştırmacılarca “abartılı” hatta “yanıltıcı” bulunmuş olsa da (Kraus, 1996), bu değerlendirme televizyonun günümüzde siyaset üzerindeki hakimiyetinin zihinsel dayanağı sağlamıştır.

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

e. TELEVİZYONUN KÜLTÜRLEYİCİ ETKİLERİ

Televizyonun özellikle uzun dönemli kültürel etkilerine ilişkin en kapsamlı ve düşünsel temelleri en tutarlı araştırma geleneği George Gerbner’in “yetiştirme çözümlemesi”dir (1973). Bu çözümleme yaklaşımının iddiası çok açıktır. “Televizyonun gündelik yaşamımızın özel bir unsur haline gelmesi sonucu, televizyondaki “simgesel dünyanın”, ya da “televizyon dünyası”nın,

televizyon karşısında saatlerini, günlerini geçiren izleyicilerin dünyayı anlamlandırmaları üzerinde uzun-dönemli etkilerinin bulunması beklenebilir.

Gerbner'in araştırma programının temelinde bu belirtilen iddianın içerimlediği belli bazı varsayımlar bulunmaktadır. Bunların ilki, "televizyon dünyası" ile "gerçek dünya" arasındaki ayrımıdır. Televizyon ekranda belli bir dünya görünümü çizmektedir. Bu "televizyon dünyası" gerçekliğin (ya da gerçek toplumsal dünyanın) basmakalıplaşmış, seçici ve çarpıtılmış bir görünümüdür. Televizyon, ekrandaki dünyayı gerçek dünyanın oluşturuçu unsurları ve ilişkileriyle kurarken, bunları ne oransal olarak, ne önem olarak, ne de öncelik olarak aslına sadık biçimde kullanır. Bunun nedeni sırf televizyonun kötü niyetli birtakım insanlarca gerçekliği çarpıtacak ve insanları yanıltacak, "manipüle" edecek bir şekilde kullanılması değildir. Televizyonun temsili doğası ve dramatik temsilin yapısı gerçekliğin ekranlarda olduğu gibi yansımaya elvermez.

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

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

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

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

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

Araştırma projesinin ikinci aşaması televizyon "mesaj sistemi"nin çözümlenmesidir. İçerik çözümlemesiyle televizyon dünyasının unsurlarını belirlemeye ve özellikle bu dünyanın tutarlılığı hipotezinin sınanmasına yönelik bu aşama, esas olarak "televizyon dünyası"nın betimlenmesini amaçlamaktadır. Yıllar boyu, Amerikan şebeke televizyonundaki "prime-time" dramatik dizilerinin içeriklerinin çözümlenmesi sonucu, bu dizilerde kurulan dünyanın, karakterleri, ilişkileri ve eylemleri bakımından tutarlı bir bütün oluşturmakla birlikte, gerçek dünyadaki karşılıklarına oransal

olarak denk düşmediği görülmüştür. Örneğin, televizyondaki dünyada “meslek sahibi” olanların, beyazların ve erkeklerin sayısal hakimiyeti, gerçek dünyadaki demografik gerçeklerle uyumlu değildir. Yine çözümlemeler, televizyon dünyasının ağırlıklı olarak şiddet dolu olduğunu ve televizyon dünyasındaki şiddet gösteriminin, gerçek dünyadaki gerçek şiddet olaylarından sayısal olarak çok daha fazla olduğunu ortaya koymuştur.

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

Yetiştirme çözümlemesinin televizyonun örneğin şiddete yöneltme değil, insanların toplumdaki şiddet konusundaki inançların biçimlendirmede etkili olduğu gibi bireysel bulgularının yanı sıra, asıl sonucu “televizyonun en etkili toplumsallaşma etkenlerinden biri” olduğudur.

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

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

Bu yaklaşımların dolaylı da olsa izlerini taşıdıkları zihinsel kaynakları birbirlerinden çok farklı, hatta birbirleriyle karşıtlaşan toplumsal kuramlardır. Örneğin, Marksizm ve Freudizm’den etkilenen ve “Frankfurt Okulu” adıyla anılan, “Eleştirel Kuram” ve “kültür endüstrisi” kavramı bu kaynaklardan biridir. Buna karşılık, bu kuramın tam karşısında duran, Ortega y Gasset gibi, modernitenin kitleselleştirici etkilerine eleştirel yönelten “muhafazakar” düşünür ve okulları, “modernite”nin yıkıcı ve alt üst ediciliğine yönelik analizlerini de bu kaynakların arasında saymamız gerekmektedir. Burke’nin belirttiği gibi (1992) bunların kökleri on dokuzuncu yüzyılın anti-modernist romantizmine ve muhafazakarlığına kadar uzanmaktadır. Yine televizyonu, ideolojik niteliği nedeniyle kapitalist toplumun tahakküm aracı, buna karşılık bu ideolojik bombardıman karşısında çaresiz duruma düşen izleyiciyi de “edilgin” olarak tanımlayan Marksizmin “yanlış bilinç” versiyonu, bu yaklaşımlar toplamının düşünsel kaynağını oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra, muhafazakar düşüncenin seçkin ve modernitenin etkilerine yönelik eleştirilerinin “kitle toplumu”, “kitle kültürü” gibi kavramları da bu “etkin araç, edilgin izlerkitle” araştırma programatiğinin düşünsel kaynakları arasında yer almaktadır.

Televizyon programları ile izlerkitle arasındaki ilişkiyi tam tersi bir konumdan sonsallaştıran ve örneğini “kullanımlar ve doyumlar” yaklaşımının oluşturduğu araştırma programları, televizyon

programlarının vesile olduğunu, televizyon ile izleyici ilişkisini tanımlayan belirleyici etkenin ise “izleyici” olduğu görüşünü temel almaktadırlar. Bu formülde, televizyon programları tüketicilerin tercih ve beğenilerine, kullanımlarına sunulan birer “mal” olmaktan öte bir niteliğe sahip değildirler. Buna karşılık televizyon izleyicileri, liberal ekonominin bilinçli ve ussal ekonomik birimler şeklinde tanımladığı etkin “tüketiciler”dir. Bunlar gereksinimlerine, önceliklerine göre kendilerine sunulan televizyon programlarını değerlendirmekte, seçmekte ve kullanılmaktadırlar.

f. İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARINDA DÖNEMEÇ

1970’lerde ortaya çıkan ve izlerkitlelerin televizyonla olan ilişkilerini, alışlagelen teknikler ve sorularla değil, izlerkitlelerin gündelik yaşamları, yaşam alanları ve pratikleri içinde, “etnografik” yöntemlerle inceleyen araştırma eğiliminin, en azından sonuçları itibarıyla izleyici araştırmalarında gerçekten bir dönemeci, temsil edip etmedikleri, yani bir dönüm noktası olup olmadığı konusu hala tartışılmaktadır. Ama yine de pek çok alışılmış varsayımı sorguladığı için bu araştırmalar kümesini bir dönemeç olarak nitelemenin çok da yanlış olmayacağını düşünüyoruz.

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

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

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

Bu konuyu tartışırken, yeni izleyici araştırmalarını tanımlayan yaklaşımların temelini oluşturan bir iki isim ve bunların çalışmalarından söz ederek işe başlamamız gerekiyor. Bu isimlerden ilki “Birmingham Kültür Çalışmaları (veya Türkçe’de daha yaygın olarak kullanılan biçimiyle ‘Kültürel Çalışmalar’) Merkezi”nin başkanlığını da yapmış olan Stuart Hall’dur. Stuart Hall’ın “Kodlama ve Kodaçınımlama” başlıklı çalışması izleyici araştırmaları alanındaki yeni yönsemeleri temellendiren yol gösterici bir metin olmuştur (1980).

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

Burada, Hall'un katkısına devam etmeden önce kısa bir açıklama yapmamız gerekiyor. Yukarıda söylediklerimiz içinde, dikkatli bir okurun hemen ayımsayacağı gibi, televizyon programı yerine "metin" kavramını kullandık. Daha doğrusu bu iki kavramı birbirinin yerine geçecek şekilde kullandık. Alışlagelen terminolojide "metin" kavramı sadece yazılı anlatımlar için kullanılır. Yani bu sözcüğün, film veya televizyon programı gibi, veya bir afiş gibi, özellikle görsel malzemeyi ifade etmekte kullanılmasına pek alışık değilizdir. Üstelik profesyonel televizyoncular için "metin" kavramı, bir programın ekrana yansımaya ancak program yapımında kılavuz rolü oynayan "senaryo" gibi, programın seyredilir hale gelmeden önceki aşamalarından birini ifade eder. Ancak Hall'un da içinde yer aldığı "kültürel çalışmalar" geleneği, hemen tüm iletişim mesajlarını "metin" olarak adlandırma eğilimi içindedir. Bu eğilimin kaynağında kuşkusuz dilbilim, göstergebilim ve özellikle de edebiyat çalışmalarındaki eleştirel yaklaşımlar yer almaktadır. Ama bu gelenek için esas olarak "metin" kavramının içerimleri önemlidir. Televizyon programı, film, afiş, radyo spotu gibi terimler üretim-ağırlıklıdır. Yani örneğin televizyon programı yapılan, üretilen ve seyirci tarafından bakılan, görülen bir şeydir. Böyle bir terimin kullanılması ister istemez televizyon ile izleyici arasındaki ilişkiyi üretimsel bir paradigma içinden tanımlamaktadır. Yani, izleyicinin edimini "edilgenleştirmekte"dir. Ya da en iyi olasılık bu edimi "tüketici" etkinliğiyle çerçevelemektedir. Oysa "metin" kendi içinde açılımlara olanak veren bir kavramdır. Öncelikle etkin bir edim olan "okuma" kavramını içerir. Okuma, "bakma" veya "seyretme" gibi dışsal bir edim değildir, katılıma, hatta üretimi, yeniden-üretimi içerir. "Metin" kavramının alışlagelenden farklı biçimde kullanılması sayesinde bu yeniden-üretim de bir metindir ve bu biçimiyle çözümleme konusu olabilir. Okuma, metin ile okurun buluştuğu "kerte"dir ve "anlam" bu kerte de üretilir. Dolayısıyla izleme ya da seyretme yerine de, bu yaklaşımda sıklıkla "okuma" kavramı kullanılır. Bu açıklamadan sonra, şimdi Hall'un katkısını tartışmaya devam edebiliriz.

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

Kodlama-kodaçıklama

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

Bir medya metninin kodlanması belli profesyonel normlara ve işlemlere, kurumsal ilişkilere ve teknik donanımına bağlıdır. Mesaj bir kez simgesel olarak kodlandıktan sonra izlerkümelerin kullandığı okuma stratejilerine açık hale gelir. İzlerkümelerin bu mesajı anlamaları onların kültürel ve siyasal eğilimlerine, daha genel iktidar bağamlarına ve kitlesel olarak üretilen teknolojiye (radyo, televizyon, video teyp, vb.) erişebilmelerine dayanmaktadır. Dolayısıyla modelde kodlama ve kodaçıklama taraflarında aynı terimlerle dile getirilen evreler simetrik değildir. Örneğin kodlama tarafındaki stüdyo "teknik altyapısı" izleyicilerin televizyonu izledikleri oturma odasından çok farklıdır.

Simgesel olarak kodlanan bir metni okumanın üç ana biçimi vardır. "Hakim, hegemonik okuma" metnin mesaj tarafından önerilen anlamıyla yorumlanmasıdır. Eğer televizyonda hükümetin tarım

politikasındaki çiftçileri fedakarlık yapmaya çağıran ve bu fedakarlığı ülkenin çıkarları için gerekli olarak takdim eden bir haber bireysel bir çiftçi izleyiciyi inandırıyorsa o zaman bu izleyici hegemonik bir okuma yapmış demektir. Burada kodlama ile kodaçıklama arasında tam bir denklik bulunmaktadır.

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

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

Stuart Hall'un iletişim sürecini kodlama ve kodaçıklama işlemleriyle tanımladığı bu modeli özetle bir televizyon programının izleyici ile olan ilişkisinde en azından üç analitik seçeneğin varolabileceğini ortaya koyması bakımından televizyonun izlerkitlesini araştırmada yeni bir yol açmaktadır.

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

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

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

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

Feminizmin Katkısı

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

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

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

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

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

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

Özellikle Radway'in araştırması, televizyona ilişkin kültürelci çalışmalara kadın hareketlerinin, yani "feminizm" in entelektüel katkısının bir örneğini oluşturmaktadır. Gerçekten bu hareketin "kadınlık" özne durumunu sorgulaması, böylelikle verili anlam yapılarının bu özne konumuyla ilişkiye girdiğinde nasıl bir dönüşüme ve değişmeye uğradığını araştırma gündeminin önemli bir başlığı olarak tanımlaması; nihayet yapılan araştırmalarda bu dönüşümün mekanizmalarını çözümlemesi hakim bir anlam sorunsalı çevresinde dönüp duran geleneksel medya araştırmalarının

Radway'in çalışması - anlam yapıları - eleştiri



kısırlığını (ve kısır döngüsünü) aşma yönündeki çabalara çok önemli bir müdahale olmuştur.

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

Toplumsal Sınıflar ve Televizyonun Anlamı

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

Nationwide programının popüler söylemi ev, boşzaman ve tüketim alanıyla ilgileniyor, buna karşılık örneğin daha kamusal dünya olan çalışmaya, iş gibi alanlarda sessiz kalıyordu. Program izlerkütmesine özgül olarak ulusal siyasal bir toplulukta yaşayan bireysel yurttaşlar olarak hitap ediyordu. Bu hitap tarzı, izleyicilere “biz” diye seslenen örneğin yarışma programlarından farklıydı. Morley’in bu programı konu alan araştırmasının temel sorusu, bu tür doğrudan birey olan bizlere hitap eden bir televizyon söyleminin izleyici olan “bizleri” nasıl konumladığıydı. Programın söylemi ve hitap tarzı gerçekte izlerkütme mensuplarını belli bir özne konumuna yerleştiriyor ve izleyicileri bu konumdan tanımlıyordu. Ancak burada sorulması gereken izlerkütme mensuplarının bu özne konumlarını kabul edip etmedikleriydi. Yani Hall’un kategorileri izleyerek formüle edecek olursak, burada irdelenecek olan soru, programın içsel yapısının (yani semiyotiklerinin) dayattığı tercih edilen, hakim anlamın izlerkütme mensuplarının izleme deneyimine “hakim” olup olamayacağıydı. Bu soru içinde hakim olmayan bir okumanın da mümkün olabileceği düşüncesini taşıdığı için, Morley’in bu araştırmadaki varsayımı esas olarak farklı kodaçımleme stratejileri sayesinde, metnin tercih edilen anlamının izlerkümenin kültürel olarak kodlanan (yani sosyolojik) okuma stratejileri tarafından dirençle karşılanabileceğiydi.

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

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

Programın gösterilmesinden sonra programda ele alınan konular tartışıldı ve sonuçta farklı grupların programa ve işlenen konulara tepkilerinin çok farklı olduğu görüldü. Morley bu tepkileri

Hall'un kategorilerini izlemek suretiyle “hakim”, “müzakereli” ve “muhalif” olmak üzere üç başlık altında topladı. Şayet izleyicilerin bir kesimi hakim okuma tarzında yanıt veriyorsa, bunlar toplumda hakim olan değerleri, tutumları ve inançları kullanıyorlardı. Muhalif okuma yapanlar ise hakim tarzla çelişen bir düşünme biçimini kullanıyorlardı. Müzakereli tarzı kullanan izleyici kümeleri ise ne muhalif, ne de hakim olan okuma tarzını kullanmakla birlikte, inanmaksızın veya kabul etmeksizin hakim değerlerle birlikte varolabilecek bir anlam sistemine sahiptiler.

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

Dolayısıyla izlerkümelerin bu üç kategoriye ayrılmasının izlerkümenin toplumsal yapısını aşırı basitleştirdiği ortaya çıktı. Ayrıca saptanan bir başka veri de şuydu: Eğer program izleyicikümelerin öznelliklerinde herhangi ortak ilgilenim noktası sunmuyorsa o zaman izlerküme adına bir anlam üretimi söz konusu olunuyor, tersine izleyici programı göz ardı ediyordu. Nitekim Morley'in araştırmasında siyah öğrenciler muhalif düşünme biçimlerini kullanıp, programın işçi sınıfına karşı taraflı olduğunu dile getirmekle birlikte, programın kendi ilgi alanlarına girmediklerini söyleyip esas olarak ilgisiz bir tavır gösterdiler.

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

Aile ve Televizyon

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

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

süreci aile tarafından dolayımlanan bir süreçtir. Hall'un modelinden hareketle bunu formüle edecek olursak, programda verilen anlamın dönüşüme uğrama işlemi ailede gerçekleşir.

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

Bu eğilim James Lull'un belirttiği gibi (1990) batı dünyasında 1980'lerde ağırlıklı olarak gözlenmektedir. Giderek daha çok sayıda aile akşam eğlenceleri için evde oturmayı yeğlemektedirler. Bunun bir çok nedeni vardır kuşkusuz. Televizyonda yapılan sokak röportajlarında, sözgelisi "sinemaya gidiyor musunuz, veya tiyatroya gidiyor musunuz," şeklindeki sorulara, izleyicilerin genellikle bilet fiyatlarına güç yetiremedikleri için bu etkinliklere katılmadıkları cevabını verdiklerine hepimiz şu ya da bu zamanda ve yerde kulak misafiri olmuşuzdur. Aslında ev-dışı eğlence ve seyirliklerin giderek belli bir toplumsal kesimin, hem de önemli bir büyüklükteki kesimin para ayıramayacağı ölçüde pahalandığı gerçektir. Burada önce tiyatronun, daha sonra sinemanın birer halk eğlencesi olarak ortaya çıktıkları, sinemayla tiyatronun, televizyonla da sinemanın bu niteliklerini yitirdikleri, buna karşılık "sanat" niteliği kazanarak geniş halk topluluklarıyla ilişkilerini sınırladıklarını belirtmekte yarar var. Bu ilişki hala sanatın yanı sıra "kitlesel seyirlik" olma özelliğini, bilhassa Hollywood'un büyük bütçeli, göz alıcı özel etkili, surf "eğlence" filmleriyle sürdüren sinema için tiyatro kadar kopuk değildir. Ama sinemanın da başlangıcındaki esas dayanağı olan kesimlerden koptuğunu, büyük ölçüde orta ve üst sınıfların "eğlence" olduğunu söyleyebiliriz. Özetle, bugün deyim yerindeyse "halk"ın ya da "ailelerin" eğlencesi televizyondur.

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

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

Lull bu saptamaları yaptıktan sonra televizyonun evde aileler tarafından toplumsal kullanımının iki özel türünü belirlemektedir. Bunlardan ilki yapısal, ikincisi ise ilişkiyel kullanımdır. Yapısal kullanımın ortamsal ve düzenleyici olarak iki, ilişkiyel ise, iletişimi kolaylaştırma, yakınlaşma/kaçma, toplumsal öğrenme ve ehlilik/denetim olmak üzere dört alt türü vardır.

Televizyonun ortamsal kullanımı, aracın fonda sürekli bir gürültü olarak mevcudiyetiyle ilgilidir.

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

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

Ancak kuşkusuz bir program hakkında bir değerlendirmede bulunmak çoğu kez toplumsal, siyasal veya kültürel bir konunun öne sürülmesini de gerektirir. Böylelikle programdaki televizyon kişilerinin giyim kuşamlarının kültürel değerler çerçevesinde değerlendirilmesinden, programda işlenen konuların toplumsal yaşamdaki göndergelerine ilişkin görüşlerin de karşılıklı olarak alınıp verildiği ve tartışıldığı bir iletişim süreci yaşanabilir. Çocuklar cinsellik, flört, uyuşturucu, gençlik kültürünün çeşitli unsurları gibi, anababalarıyla dolaysız olarak konuşamadıkları konuları, televizyonda bir program üzerine değerlendirme yaparken dolaylı olarak gündeme getirebilirler. Yine televizyon kişileri ve programları aile içi konuşmalarda, konuşmanın akışını düzenleyen, konuşmayı yumuşatan, benzetmeler, metaforlar ve şakalarla konuşmayı zenginleştiren alıntılar olarak kullanılabilir. Bu özellikle televizyon programlarında ilgi çekici tiplerin ve konuşma parçalarının gündelik konuşmalarda sıklıkla alıntılanması şeklinde gerçekleşir. Bir zamanlar ki (özellikle feministlerce çok eleştirilen) “Macit beni arabalandır”, ya da daha yakın zamanlardaki “dık dık dık eyi günler”, “ağzı olan konuşuyor”, “Burası Türkiye, yok öyle” gibi reklam sloganlarının yaygın kullanımı bunun bir örneğidir. Lull ayrıca televizyonun iletişim yerine konuşulacak bir şey olmadığında rahatsız edici olan sessizlikleri örtmek için de kullanıldığını belirtmektedir.

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

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

Aile içi ilişkilerin gerçekte belli tahakküm biçimleriyle ve iktidar mücadeleleriyle karakterize olması, televizyon kullanımının da bu mücadelenin bir parçasına yol açar. Televizyon içeriğinin tercihinden, televizyon karşısında en uygun ve rahat konumu seçmeye, “uzaktan kumanda”

cihazının kimin elinde olacağı konusundaki tartışmaya kadar, aile içindeki iktidar mücadelesi aile içindeki televizyon kullanımında anlatımını bulmaktadır.

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

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

a. Katılımcı izleme. Seyirci televizyon alıcısına veya birlikte televizyon izlediği kişilere ekrandaki içerikle ilgili olarak etkin bir şekilde yanıt vermektedir (Bunun en somut örneği futbol maçlarının izlenmesi sırasında seyircinin gösterdiği tepkilerdir).

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

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

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

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

f. Televizyonun bulunduğu odada olmamak ve televizyon alıcısını görememek.

Bechtel ve arkadaşlarının araştırması, görüldüğü üzere, televizyon izleme olarak kavramlaştırılan edimin tek bir biçime indirgenemeyeceğini, farklı televizyon izleme düzenlerinin varlığını ortaya koymaktadır. Farklı televizyon izleme düzenleri kuşkusuz televizyon izleyicisi ile televizyon arasındaki ilişkinin niteliğini de farklılaştırmaktadır.

Ancak bu araştırmanın daha da önemli gözlemi izleyicilerin televizyonla olan ilişkilerini gerçekte olduğundan farklı değerlendirmeleri ya da görmeleridir. İzleyiciler televizyonun evde açık olmasını ve arada bir ekrana bakmalarını bile televizyon izleme olarak tanımlamaktadırlar. Bu gözlemin önemi de burada ortaya çıkmaktadır. İzleyicilere ilişkin araştırmalarda, izleyicilerin kendilerine ilişkin verdikleri bilgiler yanıltıcı olma olasılığı yüksek sonuçlara yol açabilir. Örneğin, televizyon programlarının anımsanmasıyla ilgili bir soruşturmada, bir programı izlediğini belirten ama o programla ilgili pek bir şey anımsamayan izleyicilerin açıklamaları bu araştırmanın sonucunu sorunlu hale getirir. Hele bu araştırma gazete, dergi, sinema gibi izleyicilerin zihinsel yoğunlaşmasını gerektiren ve dayatan iletişim araçlarıyla karşılaşılmalı olarak yapılıyorsa, televizyonun etkilerine ilişkin olarak yanlış değerlendirmelere yol açacaktır.

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

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

"Kocanın evde, televizyon karşısında çakılıp kalmayı tercih etmesinin nedeni daha sonra yapılan mülakatta ortaya çıkar. Bu adam evden çıkıp kamusal bir mekana gittiğinde kendi evinin duvarları arasında kurmuş olduğu tümcül iktidarı yitirmektedir. Verdiği örnekler (bacaklarını uzatıp oturmak, sigara içmek, çay içmek) pek önemsiz görünse bile buradaki mesele istediğini tam olarak yapabildiği yerin kendi evi olmasıdır. 'Ayrıca kendi evindesin. Sinemada küçücük bir koltuğa oturursun, ne ayağını uzatabilecek bir boşluk vardır, ne de bir sigara içebilirsin. Üç saat sigara yok, üstelik ben sıkı sigaracıyım. Arada çıkıp beş dakikada beş sigara içersin, miden altüst olur. Ayrıca bir bardak çay içersin, üstelik istediğini de yaparsın'."

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

Toplumsal Cinsiyet ve Televizyon

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

Kadınlar ve erkeklerin televizyon izleme edimleri farklıdır, çünkü çalışan kadınlar için akşamları ev de bir çalışına mekanıdır. Bir çok kadın için ev işleri hane halkı televizyon alıcısının çevresine toplandığında araya sıkıştırılması gereken bir etkinliktir. Buna karşılık erkekler için ev dinlenme,

rahatlama mekanıdır. Kadınlar alıcı üzerinde yoğunlaşmazlar. Daha çok ev işleriyle uğraşırken gelip gider ve arada televizyona bakarlar. Şöyle der Morley: “evlerde televizyon izleme konusunu araştırmak... erkeklerin canı yürekten katılacak şekilde konumlandıkları, buna karşılık kadınların, bitmek bilmeyen evcil sorumluluk duyguları nedeniyle, bunu ancak kaçamak bir şekilde yapabildikleri bir şeyi araştırmaktır.”

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

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

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

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

Kadınlar ile erkeklerin ailede televizyon izleme davranışları arasındaki farkları belirleyen başka araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin Dorothy Hobson, kadın izleyicilerin genellikle bir yandan evle ilgili birtakım işleri yaparken bir yandan da televizyon izlediklerini, çoğunlukla televizyonda programın sesini dinledikleri, önemli olduklarını düşündükleri bir şey duyduklarında ekranın karşısına gelip seyrettiklerini belirtmektedir (1983). Morley ise erkeklerin televizyonu kadınlardan daha ilgili ve dikkatli izlemelerine karşılık, kadınların televizyon programları hakkında aralarından erkeklerden daha çok konuştuklarını saptamaktadır (1986). Dolayısıyla erkeğin karakteristik televizyon izleme tarzı “dikkatli ve yeğinleşmiş”, kadınınki ise “dikkatsiz ve dağınık”tır. Ama bu farklılık kuşkusuz erkek ve kadınların farklı biyolojik yapılarından veya kadınların yoğunlaşma konusundaki “doğal” yetersizliklerinden kaynaklanmaz. Bu evin örgütlenmesinde iki ayrı cinsle yüklenen farklı yükümlülükler ve beklentilerle ilişkili toplumsal olarak belirlenen bir farklılıktır.

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

yorumlamaktadır (1992).

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

Gerçekten de kadınların çoğu aynı zamanda başka bir şey yapmaksızın sırf televizyon seyretmenin ev işleriyle ilgili yükümlülükleri göz önüne alındığında savunulamayacak bir zaman israfı olduğunu düşünmektedirler. Televizyonu bu şekilde, kendini vererek ve başka bir iş yapmaksızın seyretmek kadınların nadiren yaptıkları bir şeydir. Kadınlar bir de yalnız başlarmayken veya diğer kadın arkadaşlarıyla birlikteyken, sevdikleri bir programı izlemek için bir "fırsat" yarattıklarında başka iş yapmaksızın televizyonu dikkatlice seyrederek. Kadınlar televizyon seyreden kocalarının sürekli kendilerine "çenesini kapatmasını" söylediklerini belirtmekte ve onların bu davranışlarından yakınmaktadır.

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

Ama kadınlarla erkeklerin televizyon izleme edimine ve televizyona yükledikleri anlamın farklılığı sosyolojik olarak daha da önemlidir. Morley'in araştırmasındaki veriler, Morley bunun sözünü etmese de, kadınların televizyonu aile ortamında, aile içi ilişkileri zenginleştirecek bir etken olarak görme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Tüm aile bireylerinin bir araya toplandıkları akşam saatleri, ailenin alışlagelen, geleneksel tanımına uygun olarak aile birlik ve bütünlüğünün idamesi için en değerli saatlerdir. Bu saatler aile bireylerinin birbirlerine daha fazla zaman harcayacakları, birbirleriyle ilgilenecekleri, aralarındaki yakınlığı yeniden-ürecekleri belki de tek zaman dilimidir. Bu değerli zamanın aile bireylerinin televizyona gömülmüş olarak geçirmeleri klasik aile kavramını zedeleyici bir edimdir. Bu anlamda kadınların televizyon izlerken çok sık konuşmaları bu edime karşı bir direniş, televizyona rağmen akşam saatlerinin işlevine uygun biçimde kullanılması yönünde bir çaba, sonuç olarak "politik" bir müzakere olarak da değerlendirilebilir.

Televizyon seyretme, özellikle aile ile birlikte televizyon izleme kadınlar için, Morley'in araştırmasında belirtmiş oldukları gibi özünde "toplumsal bir etkinlik"tir. Buna karşılık erkek televizyonla olan ilişkisini bireysel bir deneyim olarak algılamaktadır. Bunun açıklaması muhtemelen kadınların dışarıda çalışıyor olsalar bile, evin idaresi sorumluluk ve yükümlülüğünün omuzlarında olması nedeniyle ev mekanını kendi kamusal alanları olarak görmeleri, buna karşılık erkek için evin iş yaşamının sıkıntılarından uzakta, boş zamanını geçirdiği, dinlendiği ve rahatladığı bir mekan anlamına gelmesidir.

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

Eril ideoloji özellikle kadınlara ve erkeklerle özgü alanların birbirlerinden kesin bir biçimde ayrılmasını ve kadınların alanı duygusal, evcil ve irasyonel unsurlarla tanımlanırken, erkeklerin alanının ussallık, verimlilik, araçsallık ve kamusal unsurlarıyla tanımlanmasını dayatmaktadır. Kadınların kamusal alandan görece uzaklaştırılması ve yalıtılması, onların topluluk yaşamında bir toplumsal "zamlık" işlevi görececek şekilde konuşmalarını üç temel konu üzerinde, "çocuklar, ev işleri ve televizyon" üzerinde odaklamalarını bir ölçüde de olsa açıklamaktadır. Televizyonun bilgi ve haber vermekle birlikte, esas olarak eğlenceye yönelik bir araç olması, dolayısıyla erkeğe ait olan kamusal alanın "ciddiyeti"yle bağdaşırlık konusunda sonuçları olması erkeklerin televizyon ve televizyon programları karşısındaki "gibi davranma" eğilimlerinin nedenini ortaya koymaktadır.

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

Morley'inkiler de dahil olmak üzere, aile ortamında televizyon izlemeye yönelik tüm araştırmalar, mahrem aile hayatının dahi cinsiyet rolleri ve ilişkilerinin belirleyici olduğu bir toplumsal bağlama oturduğunu ortaya koymaktadır. Televizyon üzerine yapılan feminist araştırmalar da, kadınların hayatını eril çerçevelerden ve tanımlardan kurtarma konusuna ağırlık vermektedirler. Bu alandaki araştırmaların çoğunluğu özellikle kadınlara hitap eden romantik dramalar ve soap operalarla kadın izleyiciler arasındaki ilişkileri çözümlemeye yöneliktir.

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

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

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

Ang'a göre, kurmaca bir eserin gerçekçi olmadığı iddiası simgesel üretimin doğasını yanlış anlamaktır. Televizyon programı dünyayı yansıtmaz, ama onu üretir. *Dallas* tutkunlarının programda bulmuş oldukları gerçekçilik görgül değil psikolojik bir gerçekçiliktir. *Dallas*'ın yaratmış olduğu "gerçeklik etkisi" bu dizinin dış dünyaya denk düşmesi nedeniyle değil, izlerkümeye oluşturduğu doğrudan katılım duygusuyla üretilir. Diğer soap operalar gibi *Dallas* da aile çevresinde bir topluluk kavramını simgesel olarak icat eden bir anlatılar çoğulluğu sağlamaktadır. Ne var ki, bir melodram olarak *Dallas* Ang'ın trajik bir duygu yapısı olarak adlandırdığı şeyi cisimleştirmektedir. *Dallas*'ın karakterleri trajik duygu yapısına uygun olarak yaptıklarını ve durumlarını uzun uzun düşünmezler ve kendi yaşamlarını denetleyemezler. Bu seyirciler arasında acı çekmenin ve sıkıntıya katlanmanın kişisel ilişkilerin gündelik bir durumu olduğu düşüncesiyle bağlanır.

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

Kültür Emperyalizmi ve Kültürel Direnc

Dallas dizisinin popülerliği aynı zamanda, televizyondaki Amerikan dizilerinin gerek nicel olarak, gerekse izlenme miktardan bakımından hakimiyeti nedeniyle ulusal ve yerel kültürlerin giderek Amerikanlaştığını iddia eden kültür emperyalizmi tezinin geçerliğine dayanak olarak gösteriliyordu. Ne var ki Ang'ın araştırmasında elde edilen veriler bu tezin iddialarını desteklemek yerine çürütmektedir. Etnografik izlerküme araştırmalarının tanımlayıcı çerçevesi içinde gerçekleştirilen bu çalışma, televizyon programlarındaki unsurların, ister karakterler, ister ilişkiler, isterse mekanlar olsun, izleyicilerin kendi gündelik yaşamlarında duygusal ve düşünsel karşılıklarını bulmadıkça, yani bir anlamda yerli karşılıkları olmadıkça hiçbir etkileri olmadığını ortaya koymaktadır.

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

tüm düşünsel gelişimlere ve çözümlemelere dayanak yapar.

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

Özellikle televizyon gibi belli bir düzeyde ekonomik ve teknolojik altyapı ile bu yapıyı işletecek bir bilgi birikimi gerektiren iletişim araçlarında, kültür emperyalizmi tezini savunanlar iddiaları için çok sayıda destek bulabilmektedirler. Teknoloji ve bilgi zengini ülkelerin özellikle uluslararası televizyon akışı alanında bu düzeyde olmayan ülkelere tek yönlü program tedariki yaptıkları bilinmektedir. Ne var ki *Sepstrup*'un (1989) uyardığı gibi, yabancı televizyon ürünlerinin farklı bir alımlama ortamında tüketildiği göz önüne alınmalı, dolayısıyla bu ürünlerin üretildiği ülkelerin kimliğine bakarak, buradan dolaysız kültürel etkilerin çıkarsanmasından kaçınılmalıdır. Çünkü böyle bir formülleştirim, izlenme pratiğini edilgin bir davranışa indirgemekte, izleme ediminin direniş, yeniden-bina etme, müzakere etme, yeniden-konutlama, ayıklama, seçme gibi süreçlerle karakterize olan karmaşık ve etkin bir müdahale olduğunu göz ardı etmektedir.

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

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

Nitekim Elasmr ve Hunter'ın (1996) yabancı televizyon yayınlarının yerli izlerkitleler üzerindeki etkilerine ilişkin araştırmaları değerlendirdikleri çalışmalarında, ulusal sınır ötesi televizyonun, yani yabancı televizyon yayınları ve programlarının izleyiciler üzerinde çok zayıf etkileri olduğu görülmektedir. Bu sonuç, yabancı televizyon yayınlarının ve programlarının seyirciler üzerinde güçlü ve olumsuz etkileri olduğunu öne süren kültür emperyalizmi kuramcılarının eleştirileriyle çelişmekte, bu eleştirilerin izleyicilerin etkinliği ve eleştirelliği bağlamında yeniden ele alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çokanlamlılık ve İzlerküne

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

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

Liebes ve Katz'ın *Dallas* dizisinin farklı kültür ve uluslara mensup izlerkümeler üzerindeki cazibesini ölçen araştırmaları, televizyonun göndergesel okunması kavramını daha da geliştirip incelemektedir. Araştırmacılar araştırmalarına katılan izlerkümelerle yaptıkları görüşmelerde, bunların yaptıkları göndergesel yorumları dört başlık altında sınıflamaktadırlar: eylem güdüleyicileri, hisımlık ilişkileri ve normları, özellikle başarının bedeli olan ahlaki ikilemler ve iş ilişkileri. Bu araştırmada, farklı ülkelerden tüm etnik kümeler arasında eylem güdüleyiciliği gerçek yaşamla en sık ilişkilendirilen tür olarak görülmüştür. Aile ilişkilerine göndermeler ise en sık dile getirilen ikinci konu olmuştur. Burada önemli olan bir nokta tüm bu ilişkilendirmelerin ciddi ve gerçekçi olmasıdır. Yine araştırmada, farklı etnik grupların ahlaki değer yargıları bakımından farklı yorumlar yaptıkları ortaya çıkmıştır.

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

Sözdizimsel eleştiri izleyicilerin türleri, saymacaları veya anlatı şemaları, karakter tipleri veya

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

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

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

Eleştiriler ve değerlendirmeler

Etnografik izlerküne araştırmalarının küçük-ölçekli olması kuşkusuz bunlardan geçerli genellemeler yapılabilmesini engeller ama burada amaç gerçek izleyicilerin toplumsal dünyalarının özgül yanlarına ilişkin bilgi edinmektir (Ang, 1991). Böylelikle bu araştırmalar gerçek insanların gündelik yaşamlarında televizyonla ilişkilerinin özgül ayrıntılarına yönelik duyarlılığın artmasına katkıda bulunurlar. Televizyon izleme deneyimini kavramada bu duyarlılığın yeri çok önemlidir. Çünkü televizyon gerçek insanlar tarafından, doğal ortamlarında ve gündelik ilişkileri içinde kullanılan, üstelik bu gündelik ilişkilerin hem bir parçası, hem de bu ilişkilerin bir anlamda yapılandırıcısıdır.

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

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

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

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

Yorum toplulukları kavramı özellikle edebiyat kuramlarında “alımlama kuramı” olarak bilinen yaklaşım içinde ortaya atılmış ve herhangi bir metni okuma sürecinin aslında kargaşık bir anlambilimsel ve toplumsal süreç olduğunu, farklı okurların farklı okuma yapımlarının

bunların çeşitli yorum topluluklarına mensup olmalarından kaynaklandığı varsayımı içinde anlamını kazanmıştır. Edebiyat kuramları içinde bu kavramı tartışan Stanley Fish, “yorum topluluğu” olarak edebiyatın mahiyetine, edebiyat eleştirisinin amaçlarına ve yorum sürecinin mahiyetine ilişkin temel varsayımları paylaşan edebiyat akademisyenleri topluluğunu kastetmektedir. Dolayısıyla farklı yorum toplulukları, bir edebi yorumun kurulması konusunda birbirleriyle fikir birliği içinde olmayan ama hepsi zorlu edebiyat metinlerine ilişkin tutarlı okumalar üretebildikleri için eşdeğerde edebi bilgiye sahip olan okurlardan oluşmaktadır (1980).

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

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

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

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

Etnografik araştırmaların bunca yaygınlık kazanmasında genel toplumbilimde “gündelik yaşam” kavramının moda olması da etkili olmuştur. Ne var ki, bu araştırmaların çoğunda “gündelik yaşam” ve “gündelik kültürler” konusunda yeterli bir kuramsallaştırmanın eksikliği görülür. Drotner (1994) etnografik iletişim çalışmalarında bu kavramların söylemsel bir muğlaklık taşıdığını belirterek “gündelik” kavramının tarihini aydınlatmaya girişir ve bu kavramı televizyon alımlamasındaki güncel konularla bağlantılandırır. Alımlama süreçlerinin eşzamanlı ve artzamanlı bakış açılarının kısa bir özetini yapan Drotner “gündelik” kavramının daha ayrıntılı ve incelikli bir medya etnografisi için ne kadar yararlı olacağını ortaya koymaya çalışır. Etnografinin geniş kapsamı iki çok önemli çözümleme biçimini kolaylaştırmaktadır. İlk medya çıktısının çok sayıda düzeyinde giderek daha açık yönleri haline gelen metinlerarasılıkların tespit etmemiz gerekmektedir. İkinci olarak da, etnografi giderek küreselleşen medya üretiminin insanların gündelik yaşamlarında kullanılması ve konumlanması suretiyle nasıl farklılaştığını anlamamıza yardımcı olabilecektir.

Bu eğilim kabaca izleyicilerin televizyon karşısında daha etkin bir biçimde kavramlaştırılmasını içerimlemektedir. Ne var ki kimileri bu eğilimin aslında iddia edildiği gibi özgün ve yepyeni olmadığını öne sürmektedir. Nitekim örneğin James Curran, “kullanımlar ve doyumlar” gibi araştırma geleneklerinin çok önceleri bu araştırmalarda ulaşılan bir çok noktayı zaten aydınlatmış olduğunu belirtmektedir (1990). Bu yeni yaklaşıma karşı Curran etkin izlerkümelerin özerkliği konusunda ciddi sınırlamalar bulunduğunu, medyanın (ve kültür endüstrilerinin) güçlü yapısal etkenler olduklarını belirtir. Curran’a göre, televizyon programları her türlü anlamın üretilmesine izin veren sınırsız biçimde “açık” metinler değildir; programlarda kesinlikle bir tercih edilen anlam bulunmaktadır ve bu anlam izleyicilerin metinle olan ilişkilerinde yönlendiricidir. İzleyicilerin etkinlik alanlarının televizyon programlarının dayattığı anlamla iyice sınırlanmasının nedeni, Curran’a göre, televizyonun sürekli olarak tekrarladığı imgeler ve temaların birikimsel etkisi olabilir.

Etnografik alımlama çalışmalarının özellikle izleyicilerin etkinliğini vurgulayarak, televizyon ile izleyici arasındaki ilişkiyi izleyicilerin televizyon programlarını yorumlamaları çerçevesinde tanımladıkları için, toplumsal ve kültürel iktidarın nasıl kurulduğu ve uygulandığı, geniş kültürel toplulukların ortak kimliklerini nasıl oluşturdukları gibi özsel soruları göz ardı ettiği gibi, büyük ölçüde öznelliğe düşme tehlikesi içerdiğini savunanların yanı sıra (örn. Schlesinger, 1987), izleyicinin ekran karşısındaki gücünü abartmanın ve televizyon ile izleyicisi arasındaki ilişkide izleyiciyi ve alımlama pratiklerini belirleyici ve muktedir ilan etmenin ağırlıklı olarak popülizm izleri taşıdığını öne sürerek (örn. Brunsdon, 1989) bu yaklaşımı eleştirenler de bulunmaktadır.

Semiyotik Demokrasi

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

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

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

Fiske'ye göre, popüler kültür ürünleri, yüksek kültür ürünlerini "açık", popüler ürünleri de "kapalı" metinler olarak niteleyen Umberto Eco'nun söylediğinin tam tersi olarak "açık metinler"dir. Hem de öylesine açıktırlar ki, izlerküne mensupları bunları kendi kapasiteleri içinde istedikleri gibi eğer, bükür, yoğurur ve anlamlandırabilirler.

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

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

Fiske televizyonun çıktısının aslında program değil semiyotik, yani göstergesel bir deneyim olduğunu öne sürer. Bu deneyimin özsel niteliği açıklığı ve çokanamlılığıdır. Kuşkusuz bu “al, anlamı kendin kur” şeklinde bir “kendin pişir, kendin ye” paketine benzemez, ama hazır “paketlenmiş” anlamlar kutusu da değildir. Kültürel belirlenimler içinde iş görmekle birlikte, bu sınırlamalara ve denetimlere meydan okuma, bunları değiştirme veya bunlardan kaçma özgürlüklerini ve iktidarını da sunmaktadır izleyiciye. Bütün popüler kültür metinleri çokanamlıdır, ama çok anlamlılık kesinlikle televizyonun metinselliğinin özündedir. Televizyonun sunduğu bu göstergesel deneyim, izlerkümelerin semiyotik düzlemde kurdukları anlamla “tercihleri”ni, “direnişleri”ni, “hazları”n ortaya koymaları nedeniyle “semiyotik bir demokrasi” deneyimidir. “Semiyotik demokrasi öznenin metnin, toplumsal deneyimin ve özneliliğin anlamlarına katılma ve bunları eği bükme iktidarına sahip olmasını gerektirir. Kuşkusuz bu iktidar belirlenmemiş ya da sınırsız değildir. İktidar ancak direncin deneyimlenmesinde var olabilir, demokrasi ancak otokratik güçler karşısında gereklidir. İzleyicinin televizyondan kendi altkültürüne ait anlamları kurma iktidarı metinde karşıtlaşan semiyotik güçlerin işbaşında olduğunun kabul edilmesiyle var olabilir ancak. Televizyondan anlam kurma süreci izleyicinin-ürettiği, merkezsiz, demokratik anlamların karşıtlaşığı yetkeci, merkezi semiyotik güçlerin tanınmasını ve kabul edilmesini içerir.”

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

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

İğneyi Bize, Çuvaldızı Televizyona

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

Elbette ki, herkesin bir konumdan bakıldığında haklı, bir başka konumdan ise haksız olabileceği, dünyanın insanlararası serbest oyun tarzında kurulduğu; tarihin ne başladığı dolayısıyla, ne de bir yere ulaşacağı düşüncesinin karşıtlarını “auschwitz”in, nazizmin, stalinizmin müsebbipleri olarak

rahatça eleştirdiği, kısaca modernizm-sonrasicılığın (postmodernizmin) her türlü esintisinin hem moda, hem de düşünce dünyasına hakim olduğu bir ortamda (hem de, ne ironiktir ki, iddialarının temelleri büyük ölçüde bu modayla bitişen Fiske'den mülhem olarak) böyle bir talebin öne sürülebilmesi biraz cesaret gerektirir. Ama, insanlığın varoluşunu sürdürebilmesinin, insanın bu dünyada kendi yazgısını hala belirleyebilir olduğu inancının süyün altında, derinlerde bile olsa yaşamasıyla mümkün olabileceği düşüncesi, bu cesareti göstermek zorunda bırakıyor bizi.

g. TELEVİZYON VE ÇOCUKLAR

Televizyon izlerkitle ilişkisinin olumsuz kimi yönlerine ilişkin toplumda yaygın olan kanılar özellikle çocuklar söz konusu olduğunda ödün vermez bir inanca dönüşüyor. Bu inancın düşünsel dayanağı çocukluk döneminin bir insanın yaşamında her türlü etkiye açık olduğu yıllar olması; duygusal nedeni ise insanların çocuklarını her türlü zararlıya karşı koruma savaşını sürekli vermesi. Bu zararlılara kuşkusuz televizyon da dahil ediliyor.

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

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

Bu daha önemli; çünkü çocukların yetiştirilmesinde bizlerin, toplum olarak sorumluluğumuzu göz ardı etmemiz böylelikle kolaylaşıyor. Konuyu daha açık olarak aktarabilmek için burada yine kişisel tarihimden bir örnek vereceğim. 1997 yılında TRT Televizyonunun İkinci Kanalı'nda bir söyleşi programına katılmıştım. Programın adı “Televizyon ve Çocuklar”, konusu da adından beklenebileceği üzere televizyonun çocuklar üzerindeki olumsuz etkileriydi. Programa birkaç anababa, yuva öğretmeni, psikolog, televizyonun çocuk yayınları sorumlusu da katılmıştı. Programda katılanların hemen hepsi televizyonun olumsuz olabilecek etkilerine karşı çocukların korunması gerektiği konusunda fikir birliği içindeydiler. Ancak bir konudaki fikir birliğinin genellikle bu konuya ilişkin başka değişkenlerin göz ardı edilmesi zaafı burada da geçerliydi ve tartışma giderek çocukların davranışlarındaki (özellikle şiddet edimine ilişkin davranışlarındaki) tüm olumsuzlukların sebebinin televizyon olduğu sonucuna doğru gidiyordu.

Televizyonun çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin giderilmesi için gerekli politik ve yasal önlemlerin alınması ne kadar gerekliyse, tartışmanın ister istemez böyle bir seyir izlemesi, sonuçta toplumun ve bizlerin çocukların biçimlenmesindeki olumsuzluklardan sorumluluğumuzu ve hatalarımızı da o denli gizlemeye yol açmaktadır. Televizyonun çocukların saldırganlığı üzerindeki etkisinden çok emin olan bir yuva öğretmeni, bu inancını tanık olduğu bir örnekle temellendirmek amacıyla yaşadığı bir olayı aktardı. Yuvadaki çocuklardan biri arkadaşlarına bir tabancayı gösterirken tabanca ateş alıyor ve çocuklardan biri yaralanıyor. Yuva öğretmeni bu canlı olayı televizyonun çocuklardaki saldırganlık eğilimini nasıl harekete geçirdiğinin bir örneği olarak

anlatınca, kendisine sormadan edemedim: “Peki sayın öğretmen,” dedim, “tabancayı nereden bulmuş çocuk”. Öğretmen, “babasının tabancasıymış” diye yanıtladı. “Neyse ki benim çocuğum televizyonu epay sık izlemekle birlikte patlatacak bir tabanca bulamıyor da, televizyonun bu zararlı etkilerinden kendisini kurtarabiliyor” dedim yuva öğretmene.

Aslında söylemek istediğim, bu olayda belki televizyonun en ilgisiz etmenlerden biri olduğuydu. Bu söylemek istediğimle birlikte akla hemen gelen soruları da burada sıralamak istiyorum: “Acaba toplumda silahlarma eğiliminin nedeni televizyon mudur?”; “Acaba, arkadaşlarından birini babasının tabancasıyla yaralayan çocuğun bu saldırgan ve kötü davranışının asıl etmeni, evde şiddetin en somut örneklerinden biri olan tabanca bulunduran, üstelik de bunu çocuğundan gizlemeyen baba mı, yoksa televizyon mudur?”; “Gazetelerden, dergilerden, televizyonlardan tanık olduğumuz toplumda giderek yaygınlaşan şiddet eğilimi acaba televizyon yüzünden midir, yoksa toplumun yasal, ekonomik, kültürel bazı zaaflarından mı kaynaklanmaktadır?”. Bu soruların sayısı artırılabilir.

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

Bu konuya bunca önem ve ağırlık verilmesinin nedeni çok anlaşılabilir, çünkü, çocuklarla televizyon ilişkisi, yetişkinlerin televizyonla ilişkisine oranla en azından birbirine bağlı ve yukarıda bu konuya girişte belirttiklerimizi de içeren üç nedenle sorunludur:

İki çocukluk toplumsal değerlerin içselleştirilmesinin henüz tamamlanmamış olduğu ve toplumsal öğrenme süreçlerinde etkiye en açık olunan bir dönemdir. Çocukların şiddet, saldırganlık gibi anti-sosyal davranışları ve bu davranışları temellendiren değerleri öğrenmeleri ve bunları içselleştirmeleri bu nedenle çok mümkündür. Bu görüşte, toplumsallaşma kuramının, toplumsallaşma sürecinde çocukluk dönemine bu anlamda atfettileri önemin rolünü de göz ardı edemeyiz. Televizyon işte bu toplumsallaşma sürecinde, aile, din, eğitim gibi kurumların yanında yeni bir etken olarak ortaya çıkmıştır ve zaman zaman bunlardan çok daha etkili olduğu öne sürülmektedir. Toplumsallaşma sürecinde ailenin rakibi olarak işleyen ve anababanın görece denetleyebildikleri diğer toplumsallaştıran etkenlere oranla daha denetimsiz görünen bu etkene karşı duyulan kaygılar kuşkusuz belli ölçüde haklılık payı taşımaktadır. Zaten anababaların televizyona yönelik “sansürcü” tavrıları aslında bu etkeni denetim altına alma mücadelesinin bir parçasıdır.

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

Nihayet bu yukarıdaki açıklamalarla bağlantılı bir başka neden de, daha önce sözünü etmiş olduğumuz televizyonun “üçüncü kişi” etkisine en açık olan yaş grubunun çocuklar olduğu düşünce ve inancının yaygınlığıdır.

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

Çocuklarla televizyon ilişkisinin “etnografik izleyici araştırmaları” geleneğinde pek sorunsallaştırılmadığını, bu konunun esas olarak geleneksel iletişim araştırmaları alanında tartışılacağını de burada belirtmemiz gerekiyor.

Ne Tür Etkiler?

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

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

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

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

Ne var ki, Austin, Roberts ve Nass’ın ortaya attığı bu televizyon yorumlama modeline göre, arzulanan bir televizyon temsili olarak algılsa bile benimsenmesi mümkündür. Modelin televizyonda alkol görüntüleri bağlamında sınındığı bir araştırmanın sonuçları hipotezi büyük ölçüde desteklemektedir (Austin ve Meili, 1994). Araştırmada toplanan veriler çocukların hem mantıksal, hem de duygusal olan bir yorumlama süreciyle beklentiler geliştirdiklerini, bunu yaparken hem gerçek-yaşam, hem de televizyondaki bilgi kaynaklarını kullandıklarını ortaya koymaktadır. Austin ve Meili, alkol kullanımının önlenmesi için uygulanacak etkili bir stratejinin çocukların televizyondaki alkol kullanımı temsillerine yönelik bir kuşkuçuluk geliştirmelerine yardımcı olması; bilgi kaynakları ve davranış modelleri olarak anababaların oynadığı ilksel rolü öne çıkarması gerektiğini öne sürmektedirler.

Ayrıca, çocukların uyarılan algılama, yorumlama ve kavrama tarzlarında, onların gelişme evrelerine göre farklılıklar olduğu düşünülecek olursa (örneğin, Piaget’nin bilişsel gelişme kuramı bunun böyle olduğunu öne sürmektedir, 1976), bu farklılıkların çocukların gördükleri ve işittiklerine karşı tepkilerinde de farklılıklara yol açması gerekir. Demek ki, çocuklar şeklinde genel bir kategorileştirme televizyon-çocuk ilişkisinin araştırılmasında bazı yanlış değerlendirmelere yol

açabilir. Piaget'nin kuramından hareketle söyleyecek olursak, özellikle 8 yaşın çocukların bilişsel gelişmelerinde can alıcı önemde bir yer tuttuğunu göz önünde bulundurmak gerekir. 8 yaş, çocukların televizyondaki öyküleri, karakterleri ve televizyonun gerçekliğini kavramalarında tam bir dönüm noktasıdır.

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

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

Televizyon ile okumaya ayrılan zaman ve okuma becerisi arasındaki ilişki özellikle eğitimciler ve anababalar arasında kaygıya neden olacak bir şekilde varsayımlaştırılmakta, televizyona ayrılan zaman arttıkça çocukların okuma becerisinde bir azalma olduğu öne sürülmektedir. Koolstra ve van der Voort, bu varsayımı sınamak amacıyla, televizyon seyretmenin çocukların evde, boş zamanlarında kitap ve çizgi roman okuma sıklığı üzerindeki uzunlamasına etki ile, bu etkilerin altında yatan mekanizmaları da araştırmaktadırlar. Aynı çocuklar üzerinde birer yıl aralarla üç kez gerçekleştirilen araştırmalar televizyonun hem kitap okuma eğilimini, hem de çocukların okudukları üzerinde yoğunlaşma yetilerini olumsuz şekilde etkilediğini ortaya koymuştur. Yine, bu kez genel olarak televizyon izlemenin çocuklar üzerindeki etkilerini araştıran Signorelli ve Staples, televizyonun sayısız mesajın bombardımanı altında olan çocukların hem amaçlanan, hem de amaçlanmayan çok sayıda içeriğe maruz kaldıklarını belirtiyorlar. Bunlar şiddet, toplumsal cinsiyet rolü, ırksal baskı, yargılar, beslenme ve çevre gibi bir çok konuyu içeriyor. Araştırmada televizyon izlemeyle çocukların sağlıksız beslenme eğilimleri arasında bir ilişki bulundu. Bu ilişki cinsiyet, ırk, okuma düzeyi, anababaların eğitim düzeyi ve meslekleri gibi değişkenlerden etkilenmemektedir (1997).

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

Valkenburg ve Beentjes bu hipotezi sınamak amacıyla yaptıkları deneyde karşıt bir hipotez geliştirirler. Buna göre radyodaki öyküler televizyondakilere oranla daha yeni tepkilere yol açar çünkü bunlar daha az anımsanır (bellek-yanılması hipotezi). Valkenburg ve Beentjes'in bu hipoteze dayalı olarak çocuklar üzerinde yaptıkları araştırmada yaşın artmasıyla birlikte televizyonun yaratıcılık üzerinde olumsuz etkide bulunduğu, küçük yaşlarda ise böyle bir etkinin görülmediği saptanmıştır (1997).

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

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

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

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

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

Şiddet Konusu

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

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

Toplumbilimciler arasında televizyondaki şiddetin bazı izleyiciler üzerinde gerçek-yaşamdaki saldırganlık eğilimi artırdığı yönünde bir fikir birliği bulunmaktadır. Hatta bunun özellikle çocuklar üzerinde gerçek bir tehlike olabilecek düzeye ulaşabileceğini öne sürenler bile vardır. Örneğin, Aronson, “televizyonda şiddetin potansiyel olarak özellikle çocuklar için bir davranış modeli işlevi görmesi anlamında bir tehlike olduğunu araştırmalar ortaya koymaktadır” demektedir (1995).

İletişim ve Toplumsal Politika Merkezi’nin (*Center for Communication and Social Policy*, 1998) 1996-1997 yayın mevsiminde Amerikan kanallarındaki televizyon programlarına ilişkin araştırmasında şiddetin televizyonda çılgınlık düzeyine ulaştığı ve en kötüsü, televizyondaki bu şiddet edimlerinin de gerçekleştirdiği ortamda ve bağlamda pek cezalandırılmadığı saptanmıştır. Böylelikle buram buram şiddet kokan bir televizyon ekranı ve bu ekranda gerçekleştirilen şiddet edimlerinin cezasız yani karşılıksız kalması kuşkusuz şiddet edimlerini bilhassa çocuklar için özendirici bir etkide bulunabilecektir. Yine araştırma bulguları televizyonun 7 yaş altı çocukları, daha yaşlı izleyicilere oranla çok daha fazla tehlikeye maruz bıraktığını ve bu tehlikeli şiddet görüntülerinin çoğunun küçük çocukları hedef alan türlerde ve kanallarda yer aldığını ortaya koymaktadır.

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

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

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

Kuramsal Yaklaşımlar

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

a. Uyarma kuramı.

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

Bu düşünce belli tür televizyon içeriğinin insanlara aşırı yüklenmesinin onları nasıl etkileyeceği sorusundan temellenmektedir. Bu yaklaşıma göre, televizyon çocukları çeşitli (görsel ve işitsel) uyarıcılarla "aşırı yüklemekte" ve böylelikle onları hiper-aktif hale getirmektedir.

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

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

b. Duyarsızlaşma etkisi.

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

Cline, Croft ve Courier'in araştırmaları (1973), şiddet edimlerine dolaysız olarak ya da medya aracılığıyla aşırı ölçüde maruz kalmanın, şiddet içeren olaylara karşı normal duygusal tepkileri psikolojik bir donukluğa, boşluğa dönüştürdüğünü saptamaktadır. Bu etkinin derecesi özellikle medyadaki şiddet içerikli mesajlar, şiddetin haklı görülebilir olduğunu öğrettiğinde daha da

artmaktadır. Örneğin, polisiye dizilerde suçlulara karşı veya suçluların yakalanması için şiddet içeren eylemlere başvurulması ya da haksızlığın şiddete başvurulması cezalandırılması bu etkinin en bilinen kaynakları arasındadır.

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

c) Toplumsal öğrenme kuramı.

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

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

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

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

Laboratuar deneylerinin çoğunluğu bu önermeyi desteklemektedir. Deneylerin bir çoğunda, televizyon uyarınları bir biçimde saldırgan davranıştan oluşmuştur ve bağımlı değişken de oyunda bu davranışın taklit edilmesinin saptanmasıdır. Özneler tipik olarak küçük, çoğunlukla ana okulu yaşındadırlar. Açıkça görülen çocukların saldırgan davranış biçimlerini televizyondan öğrendikleri ve bu saldırgan tepkileri oyunlardaki davranışlarında gösterdikleridir. Yine çok küçük çocukların televizyondaki davranışları taklit ettiğini ortaya koyan bir başka araştırmada, Dubow ve Miller (1996) televizyonda şiddet içeriği izlemenin, gözlemsel öğrenme aracılığıyla saldırgan davranışları etkilediğini ortaya koymaktadır. Buna göre, bir çocuk televizyonda daha önce görmüş olduğu durumlara benzer bir durumla karşılaştığında televizyonda öğrenmiş olduğu davranışı karşı karşıya kaldığı durumla başa çıkmak için kullanabilmektedir. Böylelikle televizyon programlarında çok sayıda saldırgan davranış izleyen çocukların, bu davranışları uygun uyarılarla karşılaştıklarında uygulayacak şekilde depolayabildikleri söylenebilir.

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

yüksektir.

Araştırmalar çok küçük çocukların televizyondaki davranışları taklit ettiklerini ortaya koymaktadır. Örneğin Dubow ve Miller'e göre, şiddeti izleme gözlemsel öğrenme aracılığıyla saldırgan davranışı etkilemektedir. Bir çocuk televizyonda daha önce görülmüş olanlara benzer durumlara maruz kaldığında bu yerleşik kalıbı, karşı karşıya kaldığı durumla başa çıkmak için kullanabilmektedir (1996). Böylelikle televizyon programlarında çok sayıda saldırgan davranış izleyen çocukların, bu davranışları uygun uyarılarla karşılaşıklarında uygulayacak şekilde depolayabildikleri söylenebilir.

d) Kısıtsızlaştırma Hipotezi.

Kısıtsızlaştırma hipotezi televizyon şiddetinin belli koşullarda, insanların böylesi bir davranışla ilgili kısıtlamalarını zayıflatığı için, kişilerarası saldırganlığın artışıyla sonuçlanacağını öne sürmektedir (Berkowitz, 1962). Buradaki temel değişken, televizyondaki şiddetin ödüllendirildiği, televizyondaki şiddet temsiline benzer uyarıların insanın çevresinde ortaya çıktığı, ve çevrede daha önce izleyiciyi kışkırtmış veya izleyiciye zarar vermiş bir hedefin bulunduğu durumlarıdır. Böyle durumlara karşılaşıldığında, kişilerarası ilişkilerde insanların saldırgan davranışlarda bulunma olasılığı televizyondaki şiddet içeriğiyle bağlantılı olarak artmaktadır.

e) Katharsis (Saldırganlık Azalması) hipotezi.

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

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

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

f. Kullanıma Hazırlama.

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

"Kullanıma hazırlama" kuramına göre, bir düşünce harekete geçirildiğinde, bu düşünceyle ilişkili olan diğer düşünceler "çağrışım yolları"na dayalı olarak bilinçe getirilir. Bu işleyiş, ilişkili

düşüncelerin yeniden zihne gelme olasılığını artırır ve böylelikle bunlara ortaya çıkma, gerçekleşme talimatını verir.

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

Teknik ve Yasal Önlemler

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

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

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

Nitekim, Kunkel ve Canepa’nın (1994), Amerika’da Federal İletişim Komisyonu’na (FCC) yayın izni yenilemesi için 1992’de başvuran 48 istasyon üzerinde bu yasanın gereklerini yerine getirip getirmediğini anlamak için yaptıkları araştırma da, yayıncıların bu konuda yetersiz kaldıklarını ortaya koymaktadır. Araştırmaya göre izin yenileme talebinde bulunan bu istasyonların çocuklar için hazırlanmış eğitim programlarının ortalama süresi 3.5 saat dolayında olmakla birlikte bunların eğitsel değeri gerçekten tartışmaya açık bir düzeyde görünüyordu.

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

Yine yasa koyucular çocukları televizyondaki şiddetin zararlı etkilerinden korumanın yollarını bulmaya çalışmaktadırlar. Yakınlarda Amerika’da ortaya atılan üç öneri bu tartışmaları alevlendirmiştir. Bu önerilerin ilki, televizyon alıcısı imal edenlerin tüm yeni alıcılara bir V-yongası takmaları zorunluluğunu getirmektedir. Böylelikle evlerde anababalar televizyon alıcılarını uygun bir

şekilde programlayacaklar ve çocuklarının şiddet unsuru içeren programlardan koruyabileceklerdir. İkinci öneri, televizyon yapımcılarına bir yük getirmektedir. Buna göre televizyon yapımcıların gerçekleştirdikleri ve yayınladıkları her program için bir şiddet değerlendirmesi, puanlaması yapacaklar, böylelikle anababalar şiddet dozu yüksek olan programları önceden bu çizelgeye bakarak öğrenecek ve çocuklarını bu programları izlemekten alıkoyabileceklerdir. Sonuncu öneri ise, şiddet unsuru içeren programların, çocukların genel olarak televizyon izlemedikleri “güvenli liman” tabir edilen saatlerde gösterilmesini sağlamaktır.

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

Şiddet edimine ilişkin açık ve işlemsel bir tanım olmaksızın yukarıda sayılan üç önerinin geçerliği tartışma götürür, hatta bu önerilerin uygulanırlığı da mümkün olmaz. Ama böylesi bir tanımın geliştirilmesi de çok zordur, çünkü şiddet kavramı herkesin üzerinde anlaştığı doğal, yalın bir kavram değildir. Tam tersi, herkes şiddeti farklı unsurlarla tanımlamaktadır. Bu farklı tanımlar uygulamada farklılıklara yol açacaktır. Kimi anababalar televizyon alıcılarını programlarken kantarın topuzunu iyice kaçırıp, çocuklarının izleyecekleri programların sayısını iyice kısıtlarken, kimileri de gerçekten tehlikeli olabilecek programları kendi şiddet edimi tanımlarına uymadığı için çocuklarının erişimine açık bırakacaklardır. Yine toplumda herkesin üzerinde anlaştığı bir şiddet edimi tanımı olmadığı için, televizyon yayıncı ve yapımcılarının yapacakları şiddet puanlaması da belli bir ölçüte dayalı olmayacaktır.

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

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

Eğitim kavramı, yazarlara göre problemin çözümünde hedef noktasını doğru olan yere, yani izleyicilere çevirmektedir. İzlerkitle mensupları içeriği ve bu içeriğin kendi üzerlerindeki uzun dönemli etkilerini anlamak ve televizyon mesajlarındaki anlamın kurulmasını denetleyebilmek gücünü ve yetisini ancak eğitimle kazanabilirler. Eğitim izleyicileri bilinçdışı izleme riskini daha doğru şekilde değerlendirmek suretiyle televizyonun zararlı etkilerinden kendilerini korumaya yöneltir. Ayrıca izleyicileri televizyon endüstrisine yönelik talep yelpazesini genişletmeye, insan yaşantısının zenginliğini tüm genişliğiyle aktaran programlara olan talebi artırmaya yöneltir.

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

Değerlendirme

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

Örneğin, Televizyon-çocuk ilişkisinin yetişkinlerle televizyonun ilişkisinden farklı olduğunu söyleyebiliriz. Bu farklılık çocukların televizyon içeriklerini okuma ve yorumlamalarının, yetişkinlerin çocukların bu okuma ve yorumlamalarına ilişkin okuma ve yorumlamalarından farklı olması anlamına gelmektedir. Yetişkinler kendileri yetişkinleştikten sonra, anababalarının onların okudukları "çizgi roman"lar hakkındaki tepkilerini, eleştirilerini nedense (aslında doğal olarak) unutmaktadırlar. Çoğu kez anababalardan gizli gizli okunan Teksas'da, Tom Miks'de, hele beyazların kızılderililerin, kızılderililerin beyazların kafa derisini yüzüp durdukları "Kinova"daki şiddetin dozunu, Tom Braks'm, Kaptan Swing'in, ve daha nicelerinin buram buram şiddet dolu olduğunu anımsayacak olursak zihnimizde yetişkinlikten geçmişe, çocukluğumuza şöyle bir uzanıp televizyonu belki çocukların gözüyle görebilme kabiliyetimizi bir ölçüde de olsa geliştirebiliriz. Üstelik o zaman Tom Miks'in son serüveninden habersiz kalmanın, arkadaş çevresindeki ilişkilerimizde nasıl olumsuz sonuçları olduğunu da göz önünde tutarak, televizyon-çocuk ilişkisi üzerine anlamlı bir şeyler söyleyebilmek, kendi çocukluğumuza böylesi bir seyahati gerektirir düşüncesindeyim.

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

Çocukların televizyon izlemesi her ne kadar "bağımsızlaşsa" bile, televizyon-çocuk ilişkisindeki temel değişkenlerden birinin anababa-televizyon ilişkisi olduğunu da rahatlıkla söyleyebiliriz.

Sevdiği bir “soap opera”yı izlerken yanına gelip kendisiyle şu ya da bu konuda diyalog talep eden çocuğunu, “şimdi televizyon seyrediyorum, sonra” diye başından savan bir annenin, ya da benzer bir durumdaki ve edimdeki bir babanın çocuk-televizyon ilişkisini de tanımladığını aklımızın bir yerinde tutmamız, anababa olarak taşıdığımız sorumluluğun ayırımında olmamız gerekir.

Üçüncü Bölüm

Televizyonda ne seyrediyoruz?

Kitabın özellikle yazar için en sorunlu kısmına geldik. Sorun kitabın esas olarak televizyon izleyicileri için yazılmış olması, dolayısıyla televizyon izleyen herkesin kestirmeden kolayca yanıtlayabileceği bir soruya bir bölüm hasretmenin anlamının olup olmadığı. Yani bu kitapta bu soruyla başlayan bir bölümün bulunmasının meşruluğunu televizyon izleyicilerine kanıtlamak gerekiyor. Zorluk ve sorun burada.

Gerçekten de bu sorunun yanıtını sıradan bir televizyon izleyicisi hemen, “televizyonda program seyrediyoruz” diye verebilir. Bununla da kalmaz, biraz daha deşelediğimiz taktirde programları da kendi içlerinde sınıflandırabilir: eğlence programları, yarışmalar, “reality show”lar, belgeseller, Türk Sanat Müziği, Türk Pop Müziği, klip, futbol magazin, naklen futbol maçları, haberler, diziler, sinema filmleri, vb. Deşelemeyi sürdüreceğiz olursak, tek tek program adlarına gelir sıra: 32. Gün, Sıcak Sıcak, Cesur ve Güzel, Kara Melek, Bizimkiler, Ferhunde Hanımlar, Televole, Arena, vb. Sonra programlarla özdeşleşen isimler gelir: Ali Kırca, Uğur Dünder, Levent Kırca, Reha Muhtar. Bunları televizyonla ilişkisi, milli takımın ve Galatasaray’ın naklen yayınlanan maçları ve sinema filmleriyle sınırlı olan ben bile bir solukta sıralayabildiğime göre, daha derin bir ilişki içinde olanlar “televizyonda ne seyrediyoruz” sorusunu sanırım bu bölüme ayırdığınız sayfaları dolduracak hacimde cevaplandırabilir.

O zaman böyle bir bölümün varlığını nasıl meşrulaştırabiliriz. Belki betimsel ve analitik bilgi arasında bir ayrım yapmak bir çözüm olabilir. Bizim bölüme kimliğini veren sorumuz televizyondaki programların süre, içerik ve ad olarak neler olduğuna, yani betimsel bilgiye ilişkin değil. Bu görünenin gerisindeki düzenekleri ortaya çıkarmaya çalışan çözümsel bilgiyle ilgileniyoruz. Ama betimsel bilgi kuşkusuz böyle bir çözümleme için olmazsa olmaz bir koşul.

Ayrıca bizim tek tek programları değil, aslında bizzat “televizyon”u seyrettiğimizi söylersek, o zaman hem alışlagelenden farklı bir yaklaşım ortaya koymuş olacağız ve bu iddiamızı da ayrıntılandırarak kanıtlamaya çalışacağız. Bu da, bu soruyla nitelenen bir bölümün varlığını meşrulaştıracak bir iddiadır sanırım.

Evet biz televizyonda “televizyon”u izliyoruz. Totoloji gibi görünebilir olan bu iddia gerçekte totoloji değil. Çünkü diyelim sürekli olarak TRT2’yi, TRT1’i, özel kanallardan birini, müzik kanallarından birini veya spor kanallarından birini izleyenlerin benzer programları bu kanalların her birinde dahi izliyor olsalar, izledikleri o istasyondur. O istasyonun yayın politikasıdır, o istasyonun ideolojisi, o istasyonun söylemidir. O istasyonun tarzıdır.

Gerçekte bu durumu açıklamak kolay olurdu, eğer ki bu kanal bolluğunda hakim televizyon seyretme eğilimi kanaldan kanala sıklıkla sıçrama şeklinde olmasaydı. Bir anlamda günümüzde televizyon seyircisi ziyaretlerini birkaç başka kapı daha yapabilmek için çok kısa tutan misafirlere benziyor. Bu durumda “televizyonda ne seyrediyoruz” sorusunu, televizyonlardaki tek tek programlar ve bu programların türlerini çözümleyerek yanıtlamaya çalışmak yerine, bu hakim seyretme eğiliminin sonuçlarından hareketle yanıtlamaya çalışmak daha doğru olacaktır. Dolayısıyla çözümlememizi televizyonun hakim anlatı rejimi olan “akış” kavramının üzerine kuracağız. Böylelikle televizyonla ilgili bir çok çalışmada ele alınan “tür”, “format” gibi kavramları

çözümleme dışında bırakacağız. Bu tür bir ayıklama yapmamızın nedeni bu konuların önemsiz olması değil kuşkusuz. Bir anlamda, belki esas nedenimiz, televizyonun bizce çok önemli bir yanı olan “akış”ına verdiğimiz önemi böylelikle daha da vurgulamak. Elbette söylem kuramlarından bildiğimiz gibi, bir metnin ideolojik yapısını çözümlemek için o metnin suskun olduğuna ya da ihmal ettiğine bakmak gerekir. Dolayısıyla her tercih gibi bu seçim de ideolojiktir. Ne var ki televizyonda türleri, formatları merak edenlerin daha önceki bir çalışmamıza (Mutlu, 1991) bakmalarını tavsiye etmek suretiyle belki bu ideolojik rengi biraz alacalaştırmayı başarabiliriz.

Şimdi “zapçının” seyir defterine (bu başlık sanıyorum günlük gazetelerden birinde televizyon eleştirisi köşesinin başlığı olarak kullanılıyor ve seyirciyi televizyon karşısında “kaptan” konumuna koyduğu için, yani televizyonun idaresini seyirciye verdiği için pek paylaşmamam da bu başlığı burada kullanma isteğine karşı koymadığımı belirtmem gerekiyor) bakarak televizyonda ne seyrediyoruz onu çözümlemeye çalışalım.

a. TELEVİZYONUN DUR DURAK BİLMEZ “AKIŞ”I

Televizyon, film çekim ve gösterim aygıtlarının kesintili hareketine benzer kesintili akışla karakterize olan bir seyirliktir. Ama bu kesintililik film kamerası ve projeksiyon makinesi gibi teknik aygıtların çalışma ilkesi nedeniyle ortaya çıkan bir özellik değildir. Bu aygıtların saniyenin 24 veya 25’de biri kadar bir süre durarak çalışması, zapt edilen ya da perdeye yansıtılan görüntünün insan gözünde düzgün hareketin sağlanması için bir teknik zorunluluktur. Televizyonda da bir zorunluluk vardır ama bu teknik bir ilkedен ziyade bu aracın zamana yayılma ve başlangıçsız ve bitimsiz bir anlatı olma özelliğinin bir sonucudur. Radyo dışındaki tüm anlatı araçlarından farklı bir özelliktir bu. Çünkü örneğin romanın, öykünün, gazete yazısı veya haberinin, sinema filminin kendi içinde bütünlüklü yapısına karşın, televizyon bu tür görünürde bütünlüklü yapılar toplamından oluşan bir sürekliliğe sahiptir. Buna Raymond Williams (1974), “akış” diyor ve televizyonu diğer araçlardan ayıran en önemli özelliklerden birinin bu olduğunu vurguluyor. Bununla da kalmıyor Williams, ayrıca “akış” özelliğiyle bizzat televizyonun bir (televizyona özgü) tür olduğunu belirtiyor.

Gazete formatı bir mozaik yapısı gösterir. Yani gazeteyi enlemesine, boylamasına okumak mümkündür. Aynı anda seçici bir okuma yapılabilir. Yan yana duran iki haberden birini okuyup, diğerini göz ardı edebilirsiniz. Bu anlamda gazete esas olarak uzamsal bir iletişim aracıdır. Gazeteyi tecrübe etme tarzı eşzamanlı bir işlemdir. Tercihiniz bu mekandaki alt mekanları belli bir süre işgal etmek biçimindedir. Televizyon ise zamansal bir araçtır, zamana yayılır ve süreklilikle karakterize olur. Bu sürekliliğin alt bölüntüleri, yani tek tek programlar akışın bulanık olmasını engellerler. Sinema da zamansal bir araçtır ama onunki önceden tanımlanmış, sınırlanmış bir zamansallıktır. Bu tanımlanmış ve sınırlanmış zaman dilimi içinde film seyredersiniz. Ama televizyonun sürekliliği içinde esas olarak seyrettiğiniz “televizyon”dur. “Akış” televizyonun “üst-anlatısı”dır.

Televizyonun bu “akış”ı gündelik yaşamın akışına çok benzer. Gündelik yaşamın akışı birbirinden farklı birtakım eylemlerle, örneğin “ekmek almak”, “eskiden veznelerde, şimdilerde daha çok ATM’lerde maaş kuyruğuna girmek”, “dedikodu yapmak”, gibi farklı bölüntülerle kesintiye uğrar, ama akşam televizyonun karşısına geçip ayağınızı uzattığınızda genellikle, “bugün çok yorucu bir gündü,” ya da “bugün çok keyifli bir gündü” nitelemesiyle o günün akışını özetlersiniz. Günün olaylarından (kesintilerinden) örnekler verdiğiniz de olur kuşkusuz, hatta bazen bunlardan birini öylesine ayrıntılandırır, ballandıra ballandıra anlatırsınız ki, sanki o güne anlamını veren sadece bu olaydır. Böylelikle hayatın rutini içinde yaptığınız daha bir sürü işi (kesintiye) göz ardı edersiniz. Ama böyle bir tanıma karşın yine de, o gün (eğer yaşamınızda dönemeç oluşturan bir kesinti söz konusu değilse) bir sürü alışlagelen önemsiz oluşlar, oluntularla geçen bir akıştır.

Televizyonun “akış”ı için benzer bir nitelemeyi kullanabilir miyiz? Televizyon akışına da bir sürü önemsiz oluşlar ve oluntuların (zaman zaman kuşkusuz önemli, hem de çok önemli oluşlarla kesintiye uğrayacak şekilde) ardı ardına sıralanışı diyebilir miyiz?

Burada gündelik yaşam rutiniyle televizyon arasındaki benzeştirme bir nokta koymakta yarar var. Gerçekte çoğumuz için televizyondaki oluntuların kimisi genel akış içinde zaman doldurmaya yarayan ve önemsiz gördüğümüz “dolgu”lardır, beğendiğimiz, özellikle izlemek istediğimiz programlar arasındaki lüzumsuz malzemedirler. Ama bizim için “dolgu” olan malzeme, bir başkası ya da başkaları için televizyonun ta “kendisi”, yani asal malzemesi olabilir. Bizim asal malzeme gördüğümüz ise onlar için “dolgu”dur. Burada gündelik yaşamla yaptığımız örnekseme hala geçerliğini sürdürür. Ama bu iki deneyimin özellikleri üzerinde ayrı ayrı kafa yordüğümüzda, bilhassa “yapılaşmışlık” ve “yapılaşma mantığı” bakımından örneksemeyi daha ilerletmek biraz zorlama olacaktır.

Gündelik yaşam da kuşkusuz “yapılaşmışlık” özelliğini gösteren bir deneyimdir. Devrisi günün programı bugünden kaba hatlarıyla bilinir, zamanın kullanımı ve mekanın tanımı önceden tasarlanmıştır. Ama bu genel olarak yaşamın “kaotik” özelliği nedeniyle bir ölçüde “geçicilik”, büyük ölçüde de “gevşeklik” gösteren bir “yapılaşmışlık”tır. Sırf beklenmedik durumların ortaya çıkmasıyla bağlantılı bir “gevşeklik ve geçicilik” değildir bu, bir ölçüde insanın kendi gündelik yaşamını sürdürmesindeki “görece özerkliği” ile de bağlantılıdır.

Buna karşılık televizyon “akış”ı sıkı sıkıya “yapılaşmış”tır ve bu televizyon endüstrisindeki karar alma süreciyle tanımlanır. Ancak bu karar alma süreci “keyfi” işlemez. Televizyon örgütleri, kaynakları, mevzuat, finansman, denetim, programların türsellikleri ile ilgili olanaklar ve sınırlamalar, izlerkümelerin talepleri, demografisi ve gündelik yaşam rutinlerinin belirlediği bir süreçtir bu. Dolayısıyla aslında “televizyonun akışı”nı izlerken, deyim yerindeyse “prefabrike” bir yapıyı tecrübe ederiz. Bu güvenli, sağlam, sürprizlere yer vermeyen bir yapıdır. Bu akış, zaman zaman, dünyanın bizim epey uzak bir noktasında vuku bulan tatsız ve ürkütücü bir afet, felaket haberiyle kısa kesintilere uğrasa bile bir bütün olarak ağızımızın tadını kaçırmamaya titizlikle özen gösteren bir biçimde akıp gider. Bu tür olaylar kısa bir süre için keyfimizi kaçırsa da dünyanın nasıl acımasız olabileceğini bize hatırlatıp, insan olmanın zaaflarını kısaca düşünmemize neden olur, hepsi o kadar.

Akış metaforunda çok da aşırıya kaçmamak gerekir. Çünkü televizyon sürekli akan bir nehre benzese, yani aslında başlangıçsız ve bitimsiz bir sürekliliğe sahip olsa da, bizim televizyonu okuma biçimimiz açısından bakıldığında daha çok her gün yinelenen bir anlatıya benzer. Başlangıcı, ortası ve sonu olan bir büyük öykü. Yineleyecek olursak, çoğu kanalın günün yirmi dört saati, kesintisiz yayın yaptığı göz önüne aldığımızda, bu öykünün başlangıcı ve sonunun olmadığı, başlangıçsız ve sonsuz bir “orta”dan oluştuğu görülür. Ama bizim için, yani seyirciler için gerçekte televizyonun öyküsü izleyicinin ekran karşısına geçmesiyle başlar ve ekran karşısından ayrılmasıyla biter. Dolayısıyla başı ve sonu olmayan televizyon anlatısının başlangıç ve sonu izleyicinin inhisarındadır, onun seçimine bağlıdır, onun tercihiyle kurulur. Aslında televizyon anlatısının başı sonu olmayan “ortası”na bir baş ve bir de son ekleyen izleyicinin televizyon izleme eylemidir.

Ne var ki televizyon endüstrisinde teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan yapısal değişiklikleri göz önüne aldığımızda durumu kavrayabilmek için bazı sınıflandırmalar yapılması gerekli gibi görünüyor. Televizyon akışı kavramının da bu anlamda yeniden değerlendirilmesi gerekebilir. Çünkü alışlagelen biçimiyle, “geleneksel” diye adlandırabileceğimiz yayın planlaması, yayın kapsamı içindeki her yaş, cinsiyet ve sosyal ekonomik statüden izlerkitleyi kapsayacak biçimde yapılır. Bu tür bir planlama, “genel televizyon istasyonları”nın (şebekelerin) işidir. Yani, bu istasyonların günlük yayın programlaması (yani günlük anlatısı) da izlerkitleye göre kurulur. Bu anlatının kurulma mantığı izleyicilerin yaş, cinsiyet, iş ve iş dışı zaman gibi değişkenlere göre

sınıflandırılmasıyla bağıntılıdır. Örneğin bu planlama anlayışında gündüz saatleri daha çok kadınlara ayrılmıştır. Hatta kadınlara (ki kastedilen kuşkusuz ev kadınlarıdır) ayrılan bu saatlerde nelerin sunulacağı konusu bile, kadınların gündüz vakti evlerindeki zaman kullanımları değişkenine göre kararlaştırılmıştır. Böylelikle kadınların ev işlerini yaparken, zaman zaman ekrana şöyle bir bakmakla birlikte büyük bölümüyle kulak misafiri olarak izleyebilecekleri (örneğin uzmanların ev işleri veya psikolojik problemler veya güzelleşme, cilt bakımı falan gibi tavsiyeler de bulundukları konuşmalardan oluşan) programlar hane halkının evi terk ettiği ve ev kadınının işe koyulacağı saatlere yerleştirilir. Kadınların en çok ilgisini çeken “soap opera”lar (arkası yarın dizileri) ise, ev işinin bittiği varsayılan ve hane halkının eve dönmesine yakın saatlerde yayınlanır.

Hane halkının eve döndüğü varsayılan saatte televizyon anlatısının içeriği ve çehresi değişir. Duygu dolu içerik yerini, herhalde hane halkından ilkin yeni yetmelerin eve döndüğü varsayımıyla önce “durum komedisi” tarzı veya çizgi film gibi programlarla kahkahaya, daha sonra evin ağır topu olarak “baba”nın dönmesiyle de haberlere, spora, sert “aksiyon” dizilerine bırakır. Zamanın duygusal, ağır akışı giderek evde televizyon karşısında da sertleşir, hız kazanır.

Bu yapı kuşkusuz kendi başına, hiçbir şey söylemesine gerek kalmaksızın, sadece varlığıyla ideolojiktir. Çünkü ev kadını, okuldaki çocuklar ve çalışan koca şeklinde oluşan bir aile kavramına göre kurulmuştur ve bu kavrayışı genel geçerleştirir. Bu yapının ideolojikliğı “prime-time” söylemiyle uç noktaya ulaşır ve kendisini iyice açık eder. Bu söylem tüm ailenin biraradığı (yani hep birlikte televizyon karşısında olabilmek olanağı) varsayımıyla kurulmuş olmakla birlikte, televizyon akışının bu zaman dilimi içindeki anlatısal kurgusu, özellikle “aksiyon dizileri” ile evin kadınının televizyondan dışlanmışlığının somut bir dışa vurumudur. Bu nedenledir ki, bir önceki bölümde de belirttiğimiz gibi, (kuşkusuz böylesi bir aile yapısı içinde) kadın ev halkının birbiriyle ilgilenmesi, yakınlaşması ve hayatı paylaşması olanağının bulunabildiği bu değerli zaman diliminin televizyon yüzünden harcanması karşısında, belki ekrandaki anlatının kendisini çok da ilgilendirmemesi nedeniyle sürekli bir şeyler konuşmaya çabalarken, erkek kadının hem televizyon seyredip, hem de nasıl konuşabildiğine şaşırır.

Televizyon akışının “geleneksel” artzamanlı ideolojik kurgusu, özellikle kablonun, *premium* (paralı) kanalların, “pay-per-view” (izlediğin kadar öde) televizyonunun ortaya çıkmasıyla sarsılmıştır. Bu sarsıntının nedeni kuşkusuz sadece bu teknolojilerin yol açtığı yeni televizyon ortamı değildir. İkinci Dünya Savaşı sonrası, orta sınıf Amerikan ailesi tanımına göre kurulmuş olan program planlaması, bu aile tipolojisinin kavram olarak tartışılması bir yana fiilen büyük ölçüde sarsılmasıyla da, bir çıkmaza yuvarlanmıştır. Yine daha önceki bölümlerde belirtmiş olduğumuz, “genel yayın kanalları”nın, ya da “şebekeler”in yaşadığı izleyici kaybı ve benzeri sorunların nedenlerinden biri de budur.

Televizyon ortamının yeni etkenleri olan “özel ilgi kanalları” alışılagelen programlama kurgusunda da bir farklılığa yol açtı. Öncelikle “prime-time” söylemi önemini eskisine göre yitirdi. Programlamada izlerlikle demografisine göre bir artzamanlılık anlayışı, izleyicinin mevcut malzeme içinden seçim yapmasını dile getiren “paradigmatik” bir anlayışla yerinden edildi. Ama asıl önemli olan bu kanalların ideolojik müdahalesiydi. Çünkü hem amaç, hem de yapısal özellikleri nedeniyle bunlar, televizyonun özsel kavramını, yani “aile” kavramını bir yana ittiler. Televizyonun “aile”sel bir seyirlik ve eğlencelik olduğu düşüncesi, bu düşünce üzerinde temellenen “geleneksel televizyon şebekeleri”nin yaşadığı bunalımla birlikte genel geçerliğini yitirir gibi oldu. Çünkü “özel ilgi kanalları” zaten adlarının da çağrıştırdığı üzere izleme birimi olarak aileyi iptal ederek onun yerine bireysel izleyiciyi yerleştirdiler. Tüm bunların Batı’da ana, baba ve çocuk veya çocuklardan oluşan “çekirdek aile” kavramının, örneğin “tekil anababa” (*single parent*) gibi pratiklerin yaygınlaşmasıyla birlikte darbe üzerine darbe aldığı bir dönemde gerçekleşmesi kuşkusuz tesadüf olabileceği gibi, açığa çıkarmaya çalışmak buradaki görevimizin kapsamına pek girmeyen bir işel

bağıntının tezahürü de olabilir.

b. TELEVİZYONUN HİKAYELERİ

Televizyon her şeyden önce bir büyük anlatı olsa da, bu büyük anlatı küçük küçük anlatılardan oluşur. Yani televizyon akışı hem birtakım anlatılardan oluşur, hem de bu anlatılar tarafından kesintiye uğrar. Bunların çoğu televizyona özgüdür. Bu özgü olma niteliği kuşkusuz “dışlayıcı” olarak anlaşılmamalıdır. Çünkü televizyonla ve televizyonun olanak ve sınırlarıyla biçimlenerek ortaya çıkan bazı anlatı türleri olmakla birlikte (örneğin “docu-drama” için böyle bir iddia yaygın olarak paylaşılmaktadır), esas olarak bu özgülük nitelemesi, mevcut anlatı biçimlerinin tek başlarına ya da kimileri birleştirilmek suretiyle televizyon ekranının boyut ve derinliksizliğine, programlarına stratejilerine ve ideolojisine, seyircinin boyutuna ve varsayılan beklentilerine, özetle televizyonun kendisine uyarlanmalarını dile getirmektedir. Ama sonuç olarak, (soap opera gibi seriyaller dışında) tüm tekil televizyon anlatıları, diğer tüm anlatılar gibi “başı, ortası ve sonu” olan hikayelerdir. Fiske ve Hartley, televizyonu “hikayeci” olarak nitelerken ve böylelikle onun “*bardic* işlevine” dikkat çekerken yaptıkları aslında televizyonu diğer “hikaye araçları”ndan titizlikle ayırmaya çalışanlara bu özelliği anımsatmaktadır (1978). Fiske ve Hartley’e göre, televizyon, yazılı, özellikle de matbu yazılı anlatımın öncesine, eski çağların sazları ellerinde şarkılı-şiiirler okuyan ozanlarının (yani *bard*’ların) tarzına bir dönüştür aslında, çünkü televizyonun saymacaları yazılı sözcüğe değil söze, konuşmaya aittir.

Fiske ile Hartley’in bu değerlendirmeleri bugün genel olarak kabul görmektedir. Örneğin, iletişim araçlarının tarihinde, sözlü, yazı ve matbaa ve elektronik olmak üzere birbirini izleyen üç evreyi ayırt eden Walter Ong da, televizyonun çekirdeğini oluşturduğu “elektronik kültürün”, yani günümüzün hakim kültürünün yeni bir sözcüğü özendirdiğini, sözlü iletişim için yeni ufuklar açtığını belirtmektedir (1967). Horace Newcomb (1991), kitle iletişiminin, televizyonu temel olarak gündeme getirdiği “söyleşimsel” (*dialogic*) özelliklerinden söz ederken, bu aracın sözcüğüne vurgulamaktadır. Televizyonun mantığı sözlü ve görseldir. Tutarlılığı özendiren, nedenden sonuca doğru gelişen bir anlatısalılıktan çok, sözün gelip geçiciliğini, oluntusalılığını, özgüllüğünü, somutluğunu ve dramatikliğini öne çıkarır televizyon.

Televizyon ve Sinema

Ne var ki sözcüğüne yanı sıra görselliği de olmakla birlikte, televizyon bir başka görsel anlatıdan, yani sinemadan farklıdır, hem de televizyonun genel anlatısı, yani akışı içinde sinema filmleri haylice bir yer işgal etse dahi. John Ellis (1982), aslında biraz düşünüldüğünde hemen görülebilecek olan bu farklılıkları şöyle sıralamaktadır: Öncelikle film esas olarak kendi içinde tek ve tamamlanmış bir bütün olarak tasarlanmıştır ve izleyiciye böylesi bir bütün olarak sunulur. Buna karşılık televizyonun bütünlüğü “akış”tır. Akışı kuran parçalar ise genellikle dizi veya seriyaller biçiminde, yani başları bir önceki bölümün sonu, sonları ise bir sonraki bölümün başıyla irtibatlandırılmış (bu bağlantı seriyallerde görüldüğü üzere öykünün devamlılığı biçiminde olabileceği gibi, dizilerde olduğu gibi ana karakterler, ana mekan, ve öykünün bağlamının devamlılığı biçiminde de olabilir) bölüntü ve oluntular biçimindedir. Dolayısıyla televizyonun parçalanmış bir meta biçimi vardır. Temel birim ise “reklam” spotudur. Televizyon hemen her şeyi bir meta olarak satan sihirli bir sesler ve görüntüler akışıdır.

Ellis’in saptadığı ikinci farklılık, teknolojik gelişmelerle, özellikle sayısal televizyonun yaygınlaşmasıyla geçerliğini yakın bir gelecekte yitirecek gibi görünse de, bugünkü durumu doğru olarak belirlemektedir. Sinema teknolojisi hem görüntü, hem de ses olarak televizyonda mümkün olandan çok daha yüksek bir niteliğin elde edilmesine olanak sağlar. Görüntünün ve sesin yüksek kalitede olması, Ellis’e göre sinemanın izleyici dikkatini üzerinde yoğunlaştırmasını sağlayan bir

ettirir. Bu nedenle sinema seyircisi bir “dikizci (*voyeur*)”dır. Kuşkusuz televizyon için ise bunun tersi geçerlidir. Televizyona bu nedenle aslında bakılmaz, yani gözler televizyon ekranına sabitleşmez, onun yerine şöyle bir göz atılır. Ellis’in bu iddiası McLuhan’ın daha önce değindiğimiz görüşüyle tam olarak zıtlasmaktadır. Anımsanacağı üzere, McLuhan televizyonun düşük görüntü niteliği nedeniyle izleyicinin katılımını gerektiren “sıcak bir araç” olduğunu öne sürer. Bu öyle bir katılımdır ki McLuhan’a göre, izleyici televizyon ekranındaki dağınık ışık noktacıklarından bir görüntü oluşturacak kadar etkin bir izleme deneyimi yaşar televizyon karşısında. Ayrıca Ellis’e göre, ses unsuru televizyonda belki de görüntünün kalitesizliği nedeniyle ilksel önem taşır. Bir odada ışıkları titreyip duran küçük ekrana dikkat çeker her şeyden önce. Görüntü ise sesin resimlenmesidir, tıpkı resimlerle süslenen romanlarda olduğu gibi. Televizyonun karakteristik biçimi olan tüm türler ağırlıklı olarak sese dayanır: haberler, sesin anlatıcı olarak kullanıldığı (*voice-over*) belgeseller, durum komedileri, vb.

Üçüncü farklılık, film ve televizyonun anlatı biçimlerinde, yani malzemelerini öykü haline getirmelerinde görülür. Sinema anlatısı dengenin bozulmasıyla başlar, çeşitli kaşışıklıklarla bir dengesiz durumun çözümüne, yani yeni bir dengenin kurulmasına doğru ilerler. Buna karşılık televizyonda bu tür bir çözüm yoktur. Televizyonda filmdekine benzer bir birlik, bütünlük bulunmaz, nitekim televizyonun baskın tarzı olan dizi ve seriyaller bu bütünsüzlüğün somut örnekleridir. Bunların her bir bölümünde bir tamamlanmışlık duygusu olabilir ama gerçek bir çözüm hiçbir zaman gelmez, çünkü böylesi bir çözüm anlatıyı kapatacaktır ve böyle bir kapanma dizi ve seriye tarzının mantığına aykırıdır.

Ellis, son olarak film ve televizyonun izleyicilerini konumlandırma veya tanımlamadaki farklılıklarının altını çizer. Film izleyicisi haz aldığı bir endişe veya merak duygusuyla filmin sonunu, yani öykünün çözümünü bekler. Bu anlamda izleyici bir anlamda izleme deneyiminde belli bir denetime sahiptir, oysa televizyon izleyici adına iş görür, yani izleyicinin dünyayı görebileceği bir göz olma işlevini yüklenir.

Televizyonun Anımlama Rejimi

Ellis’in televizyon ile sinema arasında saptadığı farklılıklara kuşkusuz daha bir çoğu ilave edilebilir. Örneğin sinemanın geniş perdesine karşılık televizyonun küçük ve dar ekranının bu ekrandaki görüntülerin geniş ve derinlikli manzaralar yerine, tekel konuların ayrıntılarını özendirildiği söylenebilir. Böylelikle televizyonda konular sinemadakinden farklı olarak mekana yayılmışlıklarıyla ve mekan içindeki ilişkileriyle anımlandırılmak yerine, dolaysızca kendi başlarına temsil edilirler. Bu temsil tarzı da, anlamın bağlamsallığını bastırır ve anlamı konular arasındaki dolaysız ilişkide kurma eğilimi gösterir. Bu ilişki “montaj” aracılığıyla kurulur. Dolayısıyla televizyonun anımlama rejimi konular arasındaki dolaysız ilişkiyi öne çıkaran, yani her konunun anlamını doğrudan kendisinden ve ilişkiye girdiği diğer konularla ilişkisinden alan bir anımlama sürecinin altını çizer.

Bu söyledığımızı daha anlaşılabilir hale getirmek için bir iki örnek verelim. Örnek vermeye, Kuleshov’un bilinen ünlü deneyinden başlayabiliriz. Bu deneyde, yüz ifadesi değişmeyen bir aktörün yakın çekim yüz görüntüsü, yiyecek, cenaze gibi farklı görüntülerle koşut biçimde kurgulanır. Yani aktörün yüzünü gösteren çekimin ardına diyelim yiyecek görüntüsü, sonra yeniden aktörün yüzünü gösteren çekim, bunun ardına cenaze görüntüsü eklenir. Bu görüntüleri izleyenler, her bir ilişkilendirme sonucunda aktörün yüzündeki anlamın değiştiğini belirtirler. Yiyecek görüntüsüyle aktörün yüzü birleştiğinde bu yüzdeki anlamın açlığı, cenaze görüntüsüyle aktörün yüzü birleştiğinde de hüznü ve üzüntüyü ifade ettiği belirtilir. Böylece yukarıda belirttiğimiz bir anımlama rejiminin işleyişini görürüz burada. Yani her bir konu (örneğin bu deneyde aktörün yüzü) anlamını ilişkiye girdiği bir başka konudan (örneğin yiyecek, veya cenaze) veya bu konuyla

olan ilişkisinden alır. Aktörün içinde bulunduğu mekan bu anlam kurgusundan dışlanır. Mekanın fiziksel özellikleri bir yana, ilişkisel özellikleri de göz ardı edilir.

Bir başka örneği televizyonun bizzat kendisinden verebiliriz. Görüntüleri ağırlıklı olarak karakterlerin göğüs ve çoğunlukla da bel çekimlerinden oluşan “soap opera”larda (esas olarak heteroseksüel aşk ekseninde dönenen) duygusal anlamlar, bu yakın çekimlerin karşılıklı olarak ilişkilendirilmesiyle kurulur. Böylelikle duygusallığın her türlü rengini, ayrıntısıyla bu dizilerin anlam evreninde dile getirme olanağı vardır. Bu yapımlarda mekanın aksesuar olma dışında tek bir genel anlamı bulunur. Bu anlam, karakterlerin her türlü duygusallıklarını yaşayabilmeye hakları olduğudur. Çünkü yapım değerleri açısından, yani dekorlara, aksesuarlara harcanacak yapım kalemlerinin miktarı bakımından alabildiğine ucuz olan bu mekanlar, karakterler için aşk duygusallıkları dışında herhangi bir dünyevi kısıtlılık, zorunluluk, yoksunluk içinde olmadıklarını ortaya koyacak şekilde resmedilmiştir. Böylelikle “soap opera”larda mekan yapımın konuları (yani karakterleri) arasındaki duygu ilişkilerini meşrulaştıracak, yani kurulan hakim anlamları meşrulaştıracak bir ikincil işlev dışında hiçbir öneme sahip değildir. Zaten bu nedenle, diziler farklı da olsa bunların mekanları pek değişmez ama bu değişmezliğe rağmen, örneğin “Cesur ve Güzel” adıyla yıllardır (Türkiye’de de) yayınlanan soap opera dizisinin eril tipli ama romantik orta yaşlı jöntü Victor’un yüzündeki o acımtırak, ağlamaklı ifadenin her bir çizgisini anımsayabilen bir seyirciye, bu bin bir duygusal çizgiyle dolu yüzün içinde dolaştığı mekanı soracak olsanız büyük olasılıkla tatminkar bir cevap alamayacaksınız.

Bu iddiaları kuşkusuz televizyonun “bu tür bir anlamlama rejimini kayırmamasının” ne gibi bir önemi olduğu sorusuna ilişkin bir çözümlemeyle desteklemek gerekiyor. Böylesi bir çözümleme elbette ancak bazı kuramsal tartışmalarla oluşturulacak bir çerçeve içinde yapılabilir. Bu değerlendirmenin kuramsal çerçevesini çizerken, çok kapsamlı konuları özünden pek bir şey yitirmeksizin özlü biçimde sistematize etme başarısını gösteren Peter Barry’nin (1995) çalışmasından yararlanacağız.

Dilbilim ve Yapısalcılık

Anlamlama pratikleriyle ilgili tartışmalarda modern yaklaşımların tarihsel bakımdan bir dönüm noktasını temsil etmesi bakımından en önemli ismi kuşkusuz İsviçreli dilbilimcisi Ferdinand de Saussure’dür (1857-1913). Saussure on dokuzuncu yüzyılda dilin tarihsel yönlerini öne çıkaran araştırmalarının tersine, dilin günümüzdeki kullanım kalıpları ve işlevleri üzerinde durmuş ve anlamların nasıl kurulduğu ve varlıklarını sürdürdükleri sorusuna ve gramatik yapıların işlevlerine ağırlık vermiştir. Saussure’ün bizim buradaki tartışmamız açısından en önemli katkısı, dildeki sözcüklere verdiğimiz anlamların tamamıyla nedensizliği ve bu anlamların sadece saymacalarla varlıklarını sürdürdüğü iddiasıdır. Sözcükler “nedensiz göstergelerdir”, yani bir sözcük ile adlandırdığı şey arasında doğal bir bağlantı yoktur. Örneğin “şapka” sözcüğünün kendisinde, anlamıyla bağlantılı hiçbir özellik yoktur, yani anlamı “hapka” gibi bir başka sözcük de taşıyabilir. Gerçi dil göstergelerinin nedensiz olduğu iddiası o kadar da yeni bir görüş değildir, Platon iki bin yıl kadar öncesinde, Eski Yunan’da bu görüşü dile getirmiştir. Ne var ki dil çözümlemesini bu iddiadan hareketle yapmak girişimi gerçekten bir yeniliktir. Böylelikle, şayet bir gösterge sistemi olarak dil bu tür bir nedensizliğe dayanıyorsa, dilin dünyanın ve yaşamının bir yansıması olmadığı, bunlardan bağımsız olarak duran bir sistem olduğu sonucuna, yani “yapısalcı” yaklaşımların temel önermelerinden birine ulaşabiliriz.

Saussure’nin bizim açımızdan önem taşıyan ikinci katkısı, sözcüklerinin anlamlarının “ilişkisel” olduğu iddiasıdır. Yani hiçbir sözcük diğer sözcüklerden yalıtılmış olarak, kendi başına tanımlanamaz. Verili herhangi bir sözcüğün tanımı onun yanı başında duran diğer sözcüklerle “ilişkisi”ne dayanır. Bu sözcüklerin “dizimsel” ve “dizisel” eksenler üzerindeki konumları

arasındaki ilişkidir. Eksenlerden biri benzerlik ilişkilerini öne çıkarır ve böylelikle örneğin şapka örneğinde bu ilişki “kep, başlık, şapka, serpuş, bere, vb” sözcükler arasındadır. Diğer ise farklılık ilişkisinin altını çizer ve sözcüklerin bir cümle halinde ardı ardına dizilişindeki karşıtlık ve benzerliklerine göre bunları tanımlar. Dilin bu “ilişkiyel” özelliği Saussure’un ünlü bir sözünde, şu şekilde özetlenir: “Bir dilde değişmez, sabit terimler yoktur, sadece farklılıklar vardır.”

Saussure’un üçüncü önemli katkısı ise, dilin dünyamızı kaydettiği veya adlandırdığı değil, tam tersine dünyamızı kurduğu iddiasıdır. Anlam her zaman nesneye veya düşünceye insan zihnini tarafından atfedilir ve dil tarafından kurulup dile getirilir. Yani nesnenin zaten kendisinden menkul bir şey değildir. Bu süreç Türkiye’nin siyasal ve toplumsal gündemini çok uzun zamandır işgal eden bir konudan, “devletin mafya ile ilişkileri”nden “çete mensubu” ile “milliyetçi” gibi bir ikili seçenek arasındaki seçim yapmayı örnek olarak verebiliriz. Aslında bu tür bir kişiyi tarafsız veya nesnel biçimde tanımlamanın yolu yoktur, yapılan bu kişiyi belli biçimlerde “kuran” iki terim arasında bir seçimdir. Bu tür bir ikili seçenek örneği, “kahraman” ve “vatan haini” terimleridir. Tarih “vatan haini” sayılanların “kahraman”, “kahraman” sayılanların ise “vatan haini”ne dönüşmesinin örnekleriyle doludur. Bu dönüşümleri, sözcüklerin nitelediği kişilerin kendilerinde barındırdıkları özellikleri, yaptıkları etkilerinin somut tanımları ile değil, “zamanın göstergesi (*sign of times*)” diye adlandırılan, ve bu seçimlerin yapılmasını da belirleyen genel zihniyet çerçevesi (yani bağlam) ile açıklayabiliriz.

Saussure’un dilbilimi, Claude Levi-Strauss’un antropolojisiyle birlikte toplumsal yaşamı çözümleme çabalarında “yapısalcılık” olarak adlandırılan bir entelektüel hareketi harekete geçirmiştir. Kuşkusuz teorik bir yapıyı bir iki cümleyle özetlemek çok zordur, ama yapısalcılığı karakterize eden özel bir saptamada bulunabiliriz. Bu yaklaşımın özü, nesnelerin (olayların, insanların, şeylerin) yalıtılmış olarak anlaşılmasına olanak bulunmadığı, bunların parçası oldukları daha geniş yapılar bağlamında anlaşılmalı gerektği inancıdır. Bu yapılar dış dünyada zaten varolan nesnel tümlükler olmaktan çok, bizim dünyayı algılama ve yaşantıyı düzenleme tarzımızın dayattığı örüntülerdir. Böylelikle anlam şeylerin içlerindeki çekirdek veya öz değildir, tersine anlam her zaman dışarıdadır. Şeylere anlamlarını insan zihni atfeder ve bu süreç dilin anlamlayıcı işleyişiyle, yani ilişkiselliğiyle gerçekleşir.

Televizyon anlatılarının anlamın ilişkiselliğini, bağlamı dışlayacak şekilde öne çıkardığı şeklindeki iddiamızla yapısalcılığın yukanda değindiğimiz iddiaları arasındaki bağlantıyı tartışmadan önce, tartışmaya zenginleştirici biçimde dahil olacak entelektüel hareketlere, yapısalcılığın içinden çıkan ama aynı zamanda bu yaklaşıma şiddetli eleştiriler yönelten yapısalcılık-sonrası (*post-structuralism*) ve modernizm-sonrasına (*post-modernism*) da değinmekte yarar bulunmaktadır.

Yapısalcılık-sonrası

Yapısalcılık-sonrası hem yapısalcılığın bir ileri adımını, hem de yapısalcılığa karşı bir kalkışmayı temsil eden bir harekettir. Yapısalcılık-sonrası, yapısalcılığı dile ilişkin görüşleri ulaşması gereken noktaya kadar götürmemekle eleştirir. Yapısalcılığın dilin dünyayı yansıtmadığı veya kaydetmediği görüşü, yapısalcılık-sonrasına göre kökten belirsizlikle tanımlanan bir evrene girdiğimiz iddiasını içermektedir, çünkü artık dilsel işlemin ve işleyişin ötesinde duran herhangi bir sabitlik yoktur ve böylelikle herhangi bir şeyi ölçebileceğimiz belirli bir standardımız bulunmamaktadır. Sabit bir başvuru noktası olmaksızın insan kınıldayıp kınılmadığını bile bilemez. Bunun en bilinen örneği, bir istasyonda duran trenin penceresinden dışarı bakılırken, pencerenin hemen karşısındaki bir başka tren hareket ettiği zaman, insanın kendi içinde bulunduğu trenin hareket ettiği izlenimine kolayca kapılmasıdır.

Yapısalcılığın dile ilişkin söyledikleri göz önüne alınırsa sabit entelektüel başvuru noktaları artık

tümüyle ortadan kalkmıştır. Böylelikle yapısalcılık-sonrası düşünürlerinin belirttiği gibi, entelektüel referans noktasının olmamasının sonucu “merkezsizleşmek”tir (*decentralization*), çünkü daha önce merkezi tanımlayan, böylelikle aynı zamanda kenarları da tanımlayan kavramlar geçersizleştiği veya “yapıbozum”a (*deconstruction*) uğradığı için, nerede olduğumuzu bilemeyiz. Dolayısıyla nesnel bilginin kurulabileceği inancını doğası itibarıyla taşıyan dilbilimin yapısalcılığı, yapısalcılık-sonrasının, belki Nietzsche’nin şu sözüyle özetlenebilecek yaklaşımından tamamıyla kopmaktadır. “Olgular yoktur, sadece yorumlar vardır.”

Yapısalcılık dünyanın dil aracılığıyla kurulmuş olduğunu kabul etmekle birlikte, dil düzenli (derin yapısı olan) bir sistem olduğu için ona bağımlılığımızın entelektüel bir umutsuzluğa yol açmasının gerekmediğini öne sürer. Buna karşılık yapısalcılık-sonrası gerçekliğin bizzat metinsel olduğunu belirtir. Dil aracılığıyla herhangi bir bilgiye ulaşma olasılığı gerçekten kuşkuludur. Söz gösterge adlandırdığı varsayılan kavramdan bağımsız olarak sürekli kayıp durmaktadır. Bu kayganlık, bizim anlamları sözcükler olarak adlandırdığımız “tas”ların içinde “verici”den “alıcı”ya özenle taşıma çabalarımıza meydan okur. Dil ortamını asla tam olarak denetleyemeyiz. Sözcüklerin anlamları asla garantili değildir. Sözcükler her zaman karşıları tarafından “kirlenmekte”dir. “Gece”yi karşısına, “gündüz”e gönderme yapmaksızın veya “iyi”yi “kötü”yü anmaksızın tanımlayamazsınız. Ya da, sözcüklere bizzat kendi tarihleri müdahale eder. Bunların artık kullanılmayan, eskimiş anlamları bugünkü kullanımlarında sorunlu ve hayaletimsi varlıklarını hala sürdürürler ve uygun anı bulduklarında bunlara müdahale ederler.

Tüm bu değerlendirmelerin ortaya koyduğu gibi, yapısalcılık-sonrası yaklaşımının özellikle dil konusunda ve anlamı sabitleyip dinleyene veya izleyene aktarılma konusunda sürekli bir endişesi bulunmaktadır. Zaten yapısalcılıktan yapısalcılık-sonrasına geçişini haber veren “Yazının Ölümü” başlıklı çalışmasında Barthes, metnin yazarından bağımsızlığını ilan etmiş olduğunu ve yazarın ölmesinin de okurun doğumu anlamına geldiğini öne sürer. Metin yazar tarafından değil, okur tarafından ve deyim yerindeyse metnin kendisi tarafından üretilir. Yapısalcılık-sonrasının önemli bir ismi Jacques Derrida “merkezsizleşme”yi, dolayısıyla anlamların “özgürce oynama”ını özgürleştirici bir durum olarak niteler. Nietzsche yazdıklarında sürekli “en az 200 yıl önce dünyaya gelmiş bir düşünür” olarak niteler kendisini ve bundan yakındır. Yazdıklarının ancak 200 yıl sonra anlaşılacağını, insanlığın bunları anlayabilecek düzeye ancak o zaman gelebileceğini duyurur. Yapısalcılık-sonrası bir anlamda bu süreyi kısaltmış gibidir. Artık Nietzsche’ci bir evrene girmişizdir ve bu evrende garantili olgular yoktur, sadece yorumlar vardır ve bu yorumların hiçbirinde de bir otoritenin (bir yazanın) damgası yoktur, çünkü yorumlarımızın geçerliği için başvuracağımız herhangi bir yetkili merkez bulunmamaktadır.

Modernlik-sonrası ve Baudrillard

Yapısalcılık-sonrasının anlamsal rölativizmini modernlik-sonrası düşüncede doruğa ulaştır. Gerçekte modernliğin bir eleştirisi olmakla birlikte modernlik-sonrası özellikle gösterge ve anlamlama konusunda yapısalcılık-sonrası görüşleri yeniden-formüle eder. Bu formülü yapısalcılık-sonrasının başlıca kuramcılarından biri olan Fransız yazar Jean Baudrillard’ı izleyerek inceleyebiliriz.

Baudrillard bir anlamda “gösterge”nin tarihsel gelişimini izleyerek işe koyulur. Göstergenin altta yatan derinliğin veya gerçekliğin belirtisi olduğu bir geçmiş dönemle yola çıkar. Ama, diye sorar, eğer bir gösterge altta yatan bir gerçekliğin bir belirtkesi değil, sadece başka göstergelerin bir belirtkesiyse o zaman ne olur? O zaman bütün sistem kendisinin “simulacrum” diye adlandırdığı şeye dönüşür. Baudrillard da “temsil” kavramı yerine “simülasyon” kavramını kullanmaya başlar.

Baudrillard’ın simülasyon evrelerine göre izlediği göstergenin sertiveni, önce temel bir gerçekliği temsil etmesiyle başlar. Sonraki evre, göstergenin gerisindeki gerçekliği yanlış yorumladığı veya çarpıttığı aşamadır. Üçüncü evrede gösterge altında kendisine tekabül eden bir gerçeklik olmadığını

saklar. Dördüncü ve son simülasyon evresinde ise gösterge herhangi bir gerçeklikle hiçbir ilişkisi olmayan bir şeydir. Bu evrede gerçek ile temsil (ya da Baudrillard'ın kullandığı terimle, simüle edilen) arasındaki ayrım çöker, daha doğrusu “içe doğru patlar (*implosion*)” her şey bir model veya bir imgedir, her şey derinliği olmayan bir yüzeydir, göstergenin göndergesi bir başka göstergedir ve bu böyle bitimsiz bir şekilde devam eder. Burada “gerçek”ten, “gerçeklik”ten söz edemeyiz, sözünü edebileceğimiz sadece “hiper-gerçek”, “hiper-gerçeklik”tir. Burada tarih, gerçeklik ve hakikat yoktur, toplumsal olan ise bitmiş, tükenmiştir.

Baudrillard için bu anlamda televizyon çok önemlidir, çünkü hiper-gerçekliğin (yani gerçek ile imgelenen, gerçeklik ile yanılama, yüzey ile derinlik arasındaki farklılığın içe göçtüğü şu anki durumun) bir anlamda nedenidir televizyon. Televizyon modern toplumda başlıca imge kaynağıdır.

Mark Poster (1990) Baudrillard'ın söylemini incelerken televizyon reklamlarına gönderme yapar. Televizyon reklamları bilim ve ideoloji, doğru ve yanlış bilinç, gerçek ve imgelemsel arasındaki ayrımı ortadan kaldırır. Bunlar dolaysız göndermeleri olmayan yapılardır. Reklamların yüzergezer göstergeleri ancak reklamın ustalıklı iletişimi içinde metalarla ilişkilendirilir. Televizyon reklamında gündelik yaşamın hiçbir bağlamında bulunmayan bir iletişim gerçekleştirilir. Gerçek dışı bir şey gerçek haline getirilir, anlamlı olmayan bir dizi anlam iletilir. Televizyon reklamının nesnesi olan mal dükkandan alınıp eve götürülen ve tüketilenle aynı değildir. İkinci tür faydalıdır, işe yarar, işlemseldir ama unutulur ve sıradandır. Reklamdaki ve dükkanın vitrinindeki nesne ise sihirlidir, arzulananıdır, heyecan vericidir. Bu ikisi arasındaki farklılığı televizyon reklamı iletişim aracılığıyla yaratır. Televizyon reklamındaki hiper-gerçek dilsel olarak yaratılır; tüketici bir kullanıcı haline geldiğinde, iletişim tarafından kurulan özne nesne-mal ile gündelik ilişki içinde kurulan bir özne haline gelince bu yaratılan hiper-gerçek kaybolur gider. Ya da, der Poster, belki bu etki devam eder. Çünkü Baudrillard hiper-gerçeğin bizim “gerçekliğimiz” olduğunu öne sürmektedir. Sadece televizyon reklamlarında değil ama dönemin kültürünün öznelere hareketi geçirme biçimi olarak da bu böyledir. “Bugün hiper-gerçekçi olan bizzat gerçekliğin kendisidir.”

Kuşkusuz özellikle Baudrillard'ın görüşlerinin bir çok eleştiriye muhatap olduğunu da belirtmemiz gerekir. Örneğin Baudrillard'ın Körfez Savaşı'nın aslında olmadığını, “gerçekten” olan şeyin bir tür televizüel sanal gerçeklik olduğu şeklindeki iddiası görüşlerinin belki doğal uzantısıdır ama haklı olarak şiddetle eleştirilmiştir. Yine şayet “gerçekliğin yitmiş olduğu”nu ve gerçeklikle simülasyonun bir tür sanal gerçeklik haline gelecek şekilde çoğtüğünü kabul edecek olursak, o zaman dünyada aklıktan ölen yığınlarca insana, soykırımlara, etnik savaşlar yüzünden ölen, yoksulluğa ve yoksunluğa itilen insanlara ne diyeceğiz? Bunlar da televizyon dahil olmak üzere diğer tüm imge şebekelerindeki “yitik” gerçekliğin parçası olabilirler mi?

Bu kuramsal tartışmalar uzayıp gitmektedir kuşkusuz. Üstelik bu tartışmaların, örneğin modernlikle ilgili eleştirilerine burada hiç girmedik. Kaldı ki bu girmedığımız eleştiriler bizim buradaki sorunumuzla da ilgisiz değildir. Ama bu tartışmaların tümünü özet biçimde dahi kuşatmaya kalkışmak bu kitabın sınırlarını zorlayacak bir hacme ulaşacaktır.

Burada özellikle aklımızda tutmamız gereken, anlam üretiminin “ilişkisel” bir süreç olduğu, en küçük anlam birimi olan göstergenin anlamını kendisinden veya göndergesinden (adlandırdığı nesneden) almadığı, tersine ait olduğu gösterge sistemiyle birlikte toplumsal saymacaların göstergelere anlamını kazandırdığı ve dış dünyanın (nesneler, olaylar, ilişkiler, vb) anlamının göstergeler aracılığıyla insan zihni tarafından atfedildiğidir. Bu tarz bir çözümleme aslında sabit olmayan yani kurulmuş bir şey olan anlamın aynı zamanda bizim anlamlandırılan her neyse ona yönelik yorumumuzu da belirleyeceğini içermektedir. Yani dünyayı yorumlamamız, sahip olduğumuz “inşa edilmiş” anlam çerçeveleri içinden ve onlar aracılığıyla şekillenmektedir.

Bu kuramsal çerçeveye ilgili tartışmaya girerken belirtmiş olduğumuz “televizyonun “mekanı,

bağlamı” dıştalayarak, bağlamlarından soyutlanmış özneleri arasındaki ilişkiyle anlam oluşturduğu” gözlemi, izleyiciler olarak bizlerin dünyayı yorumlamamızda çarpık ya da en iyi olasılıkla eksik bir anlamsal referansa mahkumiyetimizi dile getirmektedir. Bu anlam çerçevesi televizyonun ideolojisini oluşturan unsurlardan biridir ve televizyonun belleklerimizde bileylemesi, zihnimizin olayları derinlemesine çözümleme yetisini körletmesi, dünyayı kesintisiz ama birbiriyle bağlantısız olay “bit”lerinden oluşan bir tümlük olarak sunma işlevleri kuşkusuz bu ideolojinin uzantılarıdır.

Üstelik her türlü modernlik-sonrası iddiaya karşın, Abercrombie, Lash ve Longhurst’un (1992) bizi ikna etmeye çalıştığı üzere, günümüzde televizyondaki de dahil olmak üzere hakim olan anlamlama rejiminin “gerçekçilik” olduğunu kabul edecek olursak, dünyaya ilişkin yorumumuzda televizyonun kurduğu anlam çerçevesinin önemini inkar etmemize olanak yoktur. Çünkü o zaman, dünyaya ilişkin yorumlarımızın “gerçekliği ve doğruluğu”ndan en ufak bir kuşku bile olmayacaktır. İşin gerçeği ise bu kuşku duymadığımız “gerçeğin”, aslında içinde yaşadığımız dünyanın gerçekte olduğundan farklı bir görünümü olduğudur.

c. TELEVİZYONUN SEYİRLİK DÜNYASI

Eğer televizyon bize içinde yaşadığımız dünyanın (moda olan yapısalcılık-sonrası ve modernlik-sonrası yorumların tüm eleştirilerine, hatta burun kıvrımlarına meydan okuyarak kullanacağımız bir terimle) “gerçek”te olduğundan farklı bir görünümünü sunuyorsa, ya da en iyi olasılıkla içinde yaşadığımız dünyanın televize versiyonunu sunuyorsa, ve biz de boşzamanımızın büyük bölümünü bu sunuma muhatap olarak geçiriyorsak, o zaman televizyonun kendimize, çevremize, kendimizi ait hissettiğimiz toplumumuza ve sonunda tüm dünyaya ilişkin hissiyatımızın, tanımlarımızın ve tavırlarımızın şekillenmesinde belli bir rol oynamasını bekleyebiliriz. Yine bu koşulları geçerli kabul ettiğimiz sürece de, özel televizyonlu, dolayısıyla çok sesli ve çok görüntülü bir dünyanın tek sesli ve tek görüntülü bir dünyayla aynı olması beklenemez.

Dünyanın kendisiyle televize versiyonu arasında bire bir ilişki olduğunu öne sürenler, günümüzde hala varlığını, hem de azımsanamayacak etkiyle sürdüren bir inanışın öncüsüdürler. En etkili anlatımını “televizyonun dünyaya açılan bir pencere” olduğu yalın cümlesinde bulan bu yaklaşım televizyonu insanın dünyaya müdahale yetisi üzerindeki kısıtlamaları ortadan kaldıran bir teknoloji olarak tanımlamakta ve bu yeni iletişim biçiminin teknolojik araç yanını öne çıkarmaktadır. Televizyon tüm teknolojik buluşlar gibi nötr bir araç olmakla birlikte, insanın işitme ve görme kapasiteleri üzerindeki mekan ve zaman kısıtlamalarını ortadan kaldıran bir araç olarak aynı zamanda kuşkusuz eskisinden farklı insanın, toplumun ve uygarlığın oluşumuna yol açacaktır. Televizyon ekranı saydamdır bu yaklaşıma göre. Dolayısıyla ekrandaki “mesaj”ın gerçek dünyayla denkserliği nedeniyle önemi yoktur. Televizyonun esas etkisi, insanı dünyanın her yanında olan bitene gözü ve kulağıyla tanık olmasını sağlayarak, dünyanın boyutunu fiilen olmasa bile insani olarak küçültmesi, insanı bu küçültmüş “küresel köy”ün mukimlerinden biri haline getirmesidir.

McLuhan’dan ve görüşlerinden daha önce uzun uzun söz etmiştik, burada bir başka bağlamda yeniden bu görüşleri dile getirmemizin nedeni, televizyona yönelik bu iyimserliğin gözden kaçırıldığı, belki göz ardı ettiği ama aslında gündelik yaşamımıza konumlanmış olan televizyonu tanımlamak için özsel önemde olan özellikleri tartışmamıza tam karşıt konumdan yol gösterecek olmasıdır.

Elbette bu iyimser yaklaşımın tümünden yanlış olduğunu söyleyecek değiliz. Bırakın dünyanın öbür ucundaki, yaşadığımız yerden birkaç yüz kilometre uzaktaki bir spor karşılaşmasıyla ilgili bilgileri başkalarının gözüyle ve değerlendirmesiyle ve karşılaşmadan ancak bir (bazen birkaç) gün sonra edinebildiğimiz günleri henüz (belli bir yaşın üzerinde olan bizler) unutmamak. Örneğin, meraklısı için çok önemli bir olay olan Oscar törenleriyle ilgili haberleri o da iyice kısaltılmış ve aktaranın

tercihine göre seçilmiş haliyle günler sonra okuduğumuz ya da dinlediğimiz günlerin üzerinden öyle yüzyıllar falan geçmedi. Öznel olarak anımsadığım bir başka örnek: San Remo müzik yarışmasının sonuçlarını merakla bekleyip gazetelerde okumak, ödül kazanan şarkı ve şarkıcıların plaklarının Türkiye’de yayınlanmasını beklemek, tüm bunların bu basit yarışmayı “mitolojik” değerlerle donatması; bütün bunların üzerinden öyle elli, yüz yıl falan geçmedi. Bugün bu yarışma televizyon aracılığıyla anında izlenme olanağına kavuştuğu halde, herhalde bunu Türkiye’de izleyenlerin sayısı hiç de göz önüne alınacak bir büyüklükte değildir. Televizyon, bu bir zamanların cılalı, “mitolojik” yarışmasını, pek az insanın önem verdiği bir kasaba seyirliğine dönüştürmüştür. Böyle düşündüğümüzde, Walter Benjamin’in “sanat yapıtının üzerindeki kutsal halenin yok oluşu” analojisi, televizyona konu olan her olay, eser ve konu için geçerliymiş, böylelikle de televizyonla iyice sağlam bir zemine oturmuş gibi görünüyor ister istemez.

Gerçekten de, dünyayı ilgilendiren çok önemli bir siyasal olayı anında, ya da çok kısa bir süre sonra görüntüsüyle sesiyle izlememize olanak sağlayan bir teknolojinin, daha önceleri sınırları iyice tanımlı küçük ve kendimize ait dünyamızın boyutunu neredeyse tüm dünyayı kuşatacak hale getirdiğini yadsıyacak değiliz. Dolayısıyla televizyonun dünyayı bizim ulaşabildiğimiz, kendimize ait bir alan haline getiren bir teknolojik imkan olduğunu kabul etmemiz gerekiyor. Şimdilerde de bilgisayar teknolojisinin kişisel kullanımı olanaklaştıran aşamaya ulaşmasıyla, verili yetilerimizin bu küreselleşen dünyaya kişisel müdahalelerde bulunabilecek düzeye ulaştığını da yadsıyamayız.

Ne var ki televizyonun bu göz kamaştırıcı katkıları üzerinde, sırf bunlar üzerinde duracak olursak, televizyonun gündelik yaşamımız içindeki konumunu tam anlamıyla kavrayamayız ve gerçekte televizyon ekranının esas olarak matlaştığı anların bizim için önem taşıdığını göz ardı ederiz. Televizyonun küresel bir köy imgesine en çok yaklaştığı türü canlı ve naklen yayınlardır. Ama televizyonun tüm çıktısı canlı ve naklen yayınlardan değil, tam tersine ağırlıklı olarak bir üretim süreci (seçme, değerlendirme, derleme, yeniden biçimlendirme, vb) sonunda (ki buna Stuart Hall, anımsanacağı üzere “encoding” demektir) izleyicilerin önüne getirilen, onlara sunulan programlardan oluşur. Bu programlara olaylara ve olgulara en yakın tarz olan “haberler” de dahildir.

Televizyonun, nötr bir teknolojik imkan, ilerleme olmasına ilişkin iyimser değerlendirmeleri sorunlu hale getiren bu özelliği tümenden karamsarlığa yol açmamakla birlikte, televizyon üzerine çok yaygın olan bir düşünce okulunun da besin kaynağı olmuştur. En az iyimser görüş kadar günümüzde etkisini sürdüren bu düşünce okuluna göre, gerçekte televizyon kendisi nötr bir araçtır ama her araç gibi televizyona ilişkin sorunlar da onun kullanılınasından ve kullanıcılarından kaynaklanabilir. Hepimizin hayatının bu kadar içinde olan, hayatımızın içinde olmaktan öte, çoğu kez hayatımızın merkezinde duran televizyon gibi bir aracın, bu aracı kullanma olanağına sahip olanlar tarafından “sorumsuzca” kullanımı toplum için onarılması mümkün olmayan büyük ve olumsuz sonuçlara (etkilere) yol açabilir. Dolayısıyla bu tür sorumsuz kullanımların engellenmesi için çaba harcanmalı ve televizyon yayıncılığı “aracın olumlu kullanımını” güvence altına alacak düzenlemelere tabi olmalıdır.

Bu yaklaşımın da bazı görüşlerinin göz ardı edilemeyecek ya da yadsınamayacak geçerlikte olduğunu kabul etmemiz gerekiyor kuşkusuz. Yalan ya da uydurma haberlerin, bilerek ve kasıtlı olarak çarpıtılmış olguların toplumda ne tür rahatsızlıklara, kargaşaya yol açabileceğine kimi örnekleriyle tanık olmadığımızı da söyleyemeyiz. Ne var ki, bu yaklaşımın öncüllerini olduğu gibi kabul edecek olursak, o zaman televizyon diye adlandırılan fenomeni birtakım insanlarca (kurumlarca, vb) iyi niyetli ya da kötü niyetli olarak kullanıldığı aslında nötr bir araca indirgemek durumunda kalırız. Böyle bir indirgeme, televizyon denen aracın ve televizyon denen üretim ve tüketim sürecinin karmaşıklığını ve zenginliğini kavramamıza engel olur; televizyonla ilgili çözümleme ve değerlendirmelerimizi, eleştirilerimizi kısırlaştırır.

Bu söylediklerimiz ışığında, özel televizyon dünyasına ya da daha teknik bir deyimle iki rejimli

televizyon dünyasına girdikten sonra ekrandaki Türkiye'nin nasıl bir Türkiye olduğu sorusuna ilişkin değerlendirmelerimize geçebiliriz. Bu değerlendirmeler birkaç varsayıma dayanmaktadır. Böyle bir değerlendirmenin yapılması gerekliliğini de destekleyen ilk varsayım, "birinci elden deneyimlenen dünya ile televize dünyanın bir ve aynı şey olmadığı"dır. İkinci varsayım şudur: "özel televizyonların yayına başlaması ekranların çoğalması, birden çok televize Türkiye'yle, değil, tam tersine her biri belli yönlerini tekrar tekrar vurgulayarak pekiştirdiği, bazılarının da bu pekiştirilen özelliklerin eksik kalan yanlarını tamamladığı, tek ve kendi içinde tutarlı bir televize Türkiye manzarasının çizilmesine yol açmıştır." Son varsayıma göreyse, "ekranlardaki televize Türkiye manzarası, insanların ait oldukları hissettikleri topluma ilişkin tanımlarını yeniden gözden geçirmeye ve kendi siyasal tavırlarını bu değerlendirme ışığında belirlemeye yöneltmektedir." Nitekim bu yönelim, Türkiye'de sistem rejimin geleneksel (*mainstream*) olarak tanımlanan siyasal partilerin oy oranlarına da yansıyan şekilde bir güven yitirmesine, buna karşılık görece marjinal, radikal ve muhalif eğilimlerin güç kazanmasına yol açmıştır.

Seyirlik Ekran

Ekrandaki dünyanın malzemesi (bilimkurgu türünün malzemesi dışında) bizim dolaysız tecrübe ettiğimiz malzemedir. İnsanlar, sokak, ev, ev eşyası, müzik, sesler, gürültü, vb. Kısacası gördüğümüz, bildiğimiz, dokunduğumuz, kokladığımız, duyduğumuz, işittiğimiz her şey. Ama ekran dünyası bizim dolaysız tecrübe ettiğimiz bir dünya değildir. Bildiğimiz malzemelerle kurulmuş, baktığımızda fevkalade bildik, tanıdık görünen ama içinde olmadığımız bir dünyadır bu. Çünkü bu dünya seyirliktir. Bu dünyanın amacı, amacı bir yana bırakalım, varlık nedeni seyredilmektir çünkü seyredilmezse böyle bir dünya var olamaz.

Seyirlik olması bu dünyanın insanların zamanlarını, gözlerini ve kulaklarını, zihinlerini, duygularını çalmak, bunların kendisine yönelmesini sağlamak amacıyla "kurulduğu" anlamına gelmektedir. İçinde yaşadığımız, deneyimlediğimiz dünyanın amacı, bu dünyayı yaşayanlara göre, "bir başka dünyaya hazırlık yapmak"tan, "vur patlasın, çal oynasın, ölümlü dünyada başka ne amaç olabilir"e kadar değişir. Ama seyirlik televizyon dünyasının tek bir amacı vardır: "seyredilmek". Bu amaç kendisini seyredecek olanların sıradan dünyalarından farklı olmayı, sıradan olmamayı gerektirir. Dolayısıyla televizyon dünyası sıradan, bildik malzemeyle kurulan ama "sıradan olmayan" bir dünyadır.

Elbette bu sıradışılık, televizyon dünyasının entelektüel değer, sanatsal beceri ve düzey ya da buna benzer nitelikler bakımından bir farklılık taşımasını dile getirmemektedir. "Sıradışılaştırılmaya çalışılmış" bir sıradanlık nitelemesi belki demek istediğimizi daha anlaşılır hale getirir. Buradaki anlanıyla, sıradışı deyimi izleyicinin ilgisini çekecek unsurlarla kurulmuş bir yapıyı tanımlamaktadır.

Ortalama bir izleyici için "seyirliği" seyretmek istemesini sağlayacak unsurlar nelerdir? Bu unsurların başında kuşkusuz eğlenme, oyalanma gelmektedir. Demek ki televizyon dünyası eğer seyredilecekse "eğlendirici, oyalayıcı" olmalıdır. İkincisi tam bir çelişki gibi görünebilir ama bu "seyirlik" dünya "sıradan" olmalıdır da. Yani izleyici dahil olmak için fazla entelektüel çaba harcamak zorunda kalmamalıdır. Bu ise "basmakalıplık" ve "klişeleşmişlik" anlamında bir "sıradanlılığı" dayatır.

Kurmacalaştırma, Yeniden-Canlandırma

Sıradan sıradışı kılmanın bir çok yolu vardır. Örneğin "dramatizasyon" sıradan bir ilişkiyi, sıradan bir durumu sıradışı hale getirebilir. Dramatik yapıların insanların ilgisini çektiği eskiden bilinmektedir. Bu yapıların özel kavramı "çatışma"dır ve çatışmanın çözümüne giden sürecin

dolambaçlılığıyla, sonunda çatışmanın genellikle çatışmaya taraf olanlardan birinin üstün gelerek çözümü sağlamasıyla karakterize olurlar. Televizyonun, bilhassa tecimsel televizyonların dünyası, gerçek olayların, haberlerin bile dramatik yapıyla tanımlandığı, kahramanların kötü adamlarla çatıştıkları, entrikalarla, yanlış anlamaların neden olduğu talihsizliklerle, arada birtakım çözümlerle, ama asla nihai bir çözüm olmaksızın sürüp giden bitmek bilmeyen devasa bir dramatik seyirliktir.

Bourdieu (1997) televizyonun iki anlamda dramatikleştirmeye başvurduğunu belirtiyor. Bunların ilki televizyonun bir olayı sahneye koyması, görüntülemesi ve ikinci olarak da, görüntülediği olayın önemini, vahametini, dramatik ve trajik niteliğini abartmasıdır. Burada sorulacak soru, gerçekte önem taşıyanın olay mı, yoksa olayın hikaye edilme biçimi mi olduğudur. Televizyon ekranı karşısında uzun zaman geçiren herkes, gerçekte olayların ne tek başlarına, ne de zaten televizyonun hiçbir zaman yapmadığı gibi arka planları veya toplumsal-kültürel bağlamları içinde önem taşımadığını, esas olanın bu olayları aktarma biçimi, üslubu, özetle söyleminin önemli olduğunu değerlendirebilir. Bu anlamda, arkası yıllarda örneğini sıklıkla gördüğümüz, herhangi bir kişisel olay, örneğin birine aşık olmak gibi gündelik yaşamda bireysel olarak kuşkusuz önemli olan ama aslında fevkalade de olağan olan bir durum üzerine bölümlerce süren muhabbet ile, dünyanın en zengin ülkelerinin liderlerinin şu dünyada yaşayan herkesi siyasal, toplumsal ve ekonomik sonuçları bakımından etkileyecek zirvesi arasında televizyon bakımından hiçbir fark yoktur. Artık, kendisini şiddetli bir rekabet ortamı içinde bulan, bu rekabetin dayatmasıyla izleyici peşinde, daha doğrusu izleyici rakamı, yani *rating* peşinde koşan televizyon için önemli olan olay her ne ise bunun seyirciyi cezbedecek bir üslupla hikaye edilmesidir.

Televizyonun olguları, olayları “dramatikleştirme” eğilimi, özellikle televizyona özgü bir tür olarak görülen “belgesel drama” ya da “dramatik belgesel” olarak tanımlanan yapımların ortaya çıkmasıyla kendisini ortaya açık biçimde koymuştur. İngilizce’de “docu-drama” ya da “olgu”nun karşılığı olan “fact” ile “kurmaca”nın karşılığı olan “fiction”ın birleşmesiyle “faction” olarak da adlandırılan bu yapım türü, gerçek olayları dramatik bir format içinde kurgulamaktadır ve ele aldığı konu alanı, güncel olaylardan tarihsel olgulara kadar uzanmaktadır. Bu format öylesine benimsenmiştir ki, bunun tersi, yani kurmacanın sanki gerçekmişçesine belgesel üslup dokuntularıyla hikaye edildiği programlar da yaygınlık kazanmıştır. Bir yanda olgulara dayanan kurmaca, diğer yandan kurmacaya dayanan olgusal anlatım bir arada, televizyonun olgu ile kurmaca arasındaki sınırı giderek iyice bulanıklaştırma eğilimini hızlandırmıştır. Özetle “docu-drama” veya “drama-documentary” televizyonun olgu, drama, eğlence, seyirlik karmaşasının somut olarak habercisi bir tür olmuştur.

Bu program türü ortaya çıktığı yıllarda çok yeğin tartışmalara da yol açmıştır. Petley’in belirttiği gibi (1996), örneğin İngiltere’de meclis tartışmalarına, gazete manşetlerine ve başyazılarına kadar bu olgu ve kurmaca tartışmasının olumsuzlukları taşınmıştır. Bu tartışmaların nedeni kuşkusuz olgu ve kurmaca kavramlarının içerimleri idi. Nesnel, yaşanmış ve kendi gerçek mantığı içinde oluşmuş veya oluşan olguların, anlatıcının kendi değerlerini katarak, dramatik unsurları öne çıkararak, abartarak ve böylelikle ele aldığı hammaddeyi kendince yoğurarak oluşturduğu kurmaca ile birlikteliği, yani özetle olguların kurmacanın mantığıyla yoğrulması, biçimlendirilmesi meşru görülebilir mi? Kuşkusuz bu sorunun yol açtığı tartışmaların eksenini “tarafsızlık”, “nesnellik” ve “tarihi yeniden (kuşkusuz öznel, yani kuşkusuz belli bir çıkar, menfaat penceresinden) yazma” gibi konular oluşturuyordu.

Ne var ki yine Petley’in belirttiği gibi artık bu olgu ve kurmaca tartışmasının eksenini 1990’larda kayırmıştır. Dramayla belgeseli, olguyla kurmacayı birleştiren programlara ilişkin ağırlıklı olarak politik nitelikli suçlamalar ve kaygılar 1990’larda daha az politik hale gelmiştir. 1990’larda programlar cinayet, hırsızlık, rüşvet ve benzeri suçların yeniden-canlandırılması, genellikle sansasyonellik, zevksizlik ve televizyonun genel bir “magazinleşmesi” gerekçesiyle

eleştirilmektedir. Bu eleştiriler de yayıncılıktaki liberalleşmenin genelde programlar, özelde de olgusal programlar üzerindeki etkilerine yönelik kaygılardan kaynaklanır.

Bu kaygılar özellikle televizyona kamusal sorunları, toplumsal konuları gündeme getirme ve bu konuların tartışıldığı bir kamusal alan oluşturma niteliği ve işlevi yükleyenlerde daha da yeğindir. Çünkü bu görüşe göre, televizyonun tecimselleşmesi, “enformasyon” ve “eğlence” karşılığında, “eğlence”nin baskın hale gelmesi, hatta bu hakimiyetin siyasal yayınları da içerecek bir boyuta ulaşması anlamına gelmektedir. Böylelikle televizyon politikayı da sulandırarak, eğlencelik hale getirmekte, bunun sonucunda vatandaşların siyasal katılımından tutun, demokrasinin düzgün biçimde işlemesine kadar tüm bir politika alanı ciddiliğini, ağırlığını, dolayısıyla sağlıklı bir şekilde “işlerliği”ni yitirmektedir. Yine bu çok yaygın görüşe göre bu dönüşümü özellikle tecimselleşen televizyon ekranlarında siyasetin “seyirlik”ten de öte, “eğlencelik” hale gelişinde somut olarak izlemek mümkündür. Şimdi televizyona, özellikle tecimsel televizyonculuğa yönelik bu eleştirileri gözden geçirelim.

Eğlencelik politika

O en eski, ta eskil Yunan’a kadar uzanan “iyi toplum” kurma projesi olarak politika anlayışı, televizyonun siyaseti “fars”a, siyasetçileri “bulvar komedyenleri”ne dönüştürme eğilimiyle, yerini eskinin açık hava sinemalarındaki bir yandan film seyredirken, diğer yandan çiğdem çitlemeye verilen adla “eğlencelik” olarak politika anlayışına bırakmıştır. Kuşkusuz bunun temel nedeni televizyonun “izlenebilme” amacıyla dramatikleştirme eğilimidir.

Kuşkusuz televizyonun siyaseti “sulandırma”sının kabahati sadece bu aracın kendisinde değildir. Gerçekte kabahatli aramanın da anlamı pek yoktur. Amerika’da Kennedy-Nixon başkanlık seçim mücadelesinden bu yana televizyonun halkın siyasal tercihlerini doğrudan etkilediği “söylen”i konuyla ilgili ilgisiz herkesin kabul ettiği bir “gerçek” olarak zihinlere yer etmiştir. Burada önemli olan televizyonun insanların siyasal tercihlerinde gerçekten böyle bir etkisinin olup olmadığından ziyade (ki kuşkusuz öne sürüldüğü kadar dolaysız olmasa bile televizyonun seçmen tercihlerinde diğer iletişim araçlarına göre daha fazla etkisi bulunmaktadır), bu “söylen”in dayattığı bir zihniyettir ve bu zihniyete göre, artık “siyasal mücadele” esas olarak seçim sandıklarında değil “televizyonda verilmekte”, neredeyse seçim “sandıkta” değil, önce “televizyonda” kazanılmaktadır.

Bu hakim zihniyetin özellikle siyasetçiler üzerindeki etkisi büyüktür. Siyasetçiler bu etkiyle bir anlamda televizyonun “show dünyası”nın birer unsuru haline gelmeyi kabul etmişler ya da kendilerini böyle olmak zorunda hissetmişlerdir. Bu gelişmenin en uç ve bir anlamda da “ironik” örneği, kuşkusuz 1980’lerde Amerika siyasetine damgasını vuran, sinema perdesinin başansız, üçüncü sınıf aktörü, buna karşılık televizyon ekranının “gözdesi” Ronald Reagan’ın Amerika’da iki dönem “başkanlık” yarışını, hem de büyük farkla kazanmasıdır. Ronald Reagan bu anlamda, siyaset dünyası ile “show business” dünyası arasındaki keskin, belirgin ve dışlayıcı sınırların bulanıklaşmasını, belki tamamen silinip yok olmasını simgeleyen en popüler “imaj”dır.

Popüler imajlarıyla, “show business”, yani gösteri dünyasıyla yakınlaşması veya bütünleşmesiyle günümüzde siyaset halkın etkin olarak katıldığı bir süreç olmaktan giderek çıkmış, bir televizyon “seyirliği”, bir eğlence haline dönüşmüştür.

Politikacıların televizyonda kendilerini sunum biçimlerini araştıran Schutz (1995), araştırmasını televizyonda siyasetin giderek eğlence olarak sunulduğu ve politikacıların televizyonu halka olgusal enformasyon sağlamak amacıyla kullanmak yerine, kişiliklerine ilişkin olumlu imaj oluşturup, bu imajı iletme eğiliminde oldukları iddiası üzerine kurmaktadır. Bu iddiadan hareketle Schutz, politikacıların kendilerini topluma sunuşlarının televizyonda sorunları tartışan ve görüşlerini ileten uzmanların televizyondaki görünümlerinden farklı olup olmadığını ve bu sunuşun eğlence

programlarının kişilikleri tarafından kullanılan unsurları içerip içermediğini araştırmakta; araştırmasını eğlence dünyası insanlarıyla uzmanların “talk show”ardaki performanslarını karşılaştıran bir içerik çözümlemesinden yararlanarak gerçekleştirmektedir. Araştırma sonucunda Schutz, politikacıların uzmanlardan daha az olgusal bilgi verdiklerini, buna karşılık kişiliklerine ilişkin olarak da eğlence dünyasındaki insanlardan daha az açıklama yaptıklarını saptamaktadır. Politikacılar kendilerini ağırlıklı olarak değerli, başarılı ve yenilikçi olarak anlatmaya ve sunmaya çaba harcamaktadırlar, böylelikle ne uzmanlar, ne de eğlence dünyasının kişileri gibi davranmamaktadırlar.

Schutz’un değerlendirmesi, ne işinin ehli, yani konusunun uzmanı, ne de izleyicileri (potansiyel seçmenlerini) cezbedecek eğlence ve drama kahramanının özelliklerini taşımayan bir “politikacı kimliği”nin ortaya çıktığını ima etmektedir. Bu melez bir kimliktir ve günümüzdeki politikacıları tanımlayan da budur. Kuşkusuz bu melez kimliğin oluşturucaı unsurı televizyondur.

Bu üstelik erkek ideolojisinin baskın unsurlarıyla kurulan bir kimliktir. Nitekim Parry-Gilles’in araştırması (1996) bu iddiayı desteklemektedir. Araştırmaya göre, özellikle ABD’deki Başkanlık seçimleri kampanyalarında kullanılan televizyon reklam filmlerinde, başkan adaylarının imgesi, erkek ideolojisinin tipik örneğı olarak kurulmaktadır. Parry-Gilles’ler, bu inşa sürecinin iki yolla işlediğini belirtmektedirler: Önce, başkan imgesi, adayların başarılı bir önder için gerekli eril niteliklere sahip olduğunu ortaya koyacak şekilde, adayların geleneksel olarak patriarkal kurumlarla birlikte anılması suretiyle kurulmaktadır. İkincisi, bu filmlerde kadınlar siyasal süreçteki statülerini ve konumlarını marjinalleştiren bir şekilde temsil etmektedir.

Kan, Göz Yaşı, Acı

Seyirliğı daha da seyredilir kılmanın bir başka yolu, insanların duydukları, işittikleri ama çoğunlukla dolaysız olarak tanık olmadıkları ya da yaşamadıkları “olayların, ilişkilerin” ekranlara tüm açıklığıyla ve “dramatize” bir tarzda getirilmesidir. Hemen herkes yaşamının belli anlarında belli bunalımlarla karşı karşıya gelmiş büyük çoğunluğu da bu bunalımları atlatarak sıradan yaşamlarına devam etmişlerdir, ama atlatılamayacak, alt edilemeyecek ve insanların yaşamlarını alt üst edecek bunalımlara neden olan olayların varlığından da haberdardırlar. Kimi insanların kendilerinin neden olduğu, kimi insanın elinde olmaksızın ortaya çıkan bu olayların bir yandan başa gelmesinden korkulurken bir yanda da bu tür olaylar tanık olunduğunda (belki bu korkuyla bağlantılı) bir cazibeye sahiptir. Televizyon dünyası haberlerden tutun da, “reality show” adı verilen programlara kadar kameranın kanı ve vahşeti grafikleştirici “pornografik” güzelliyle saptanmış, trafik kazaları, cinayetler, dayak, gasp, ve benzeri şiddet örnekleriyle bezenmiş, çok heyecanlı bir seyirlik dünyadır.

Bu heyecanlı ve cazip bir dünyadır ama özellikle televizyon haberlerinde insanların acılarının, ızdıraplarının sıcaklığına, tüm çıplaklığıyla ve kör gözüm parmağına gösterilmesinin toplum üzerindeki etkileri hiç göz önüne alınmamalı mıdır? Örneğın acaba trafik kazalarında, kaza kurbanlarının kanları içindeki görüntülerinin etkileri neler olabilir? Wilkinson ve Fletcher (1995) bu sorudan hareketle yaptıkları araştırmada, bu tür haberlerin çok yüksek bir duygusal etkinin yanı sıra izleyiciler arasında “acımasız dünya sendromu” diye adlandırdıkları bir etkiye de yol açtığını buluyorlar. Araştırmacılar bulgularından hareketle şu öneride de bulunuyorlar: “Televizyoncuların ha bire daha yüksek rating ve ‘insanı çarpan haber’ arayışı için harcadıkları çaba, bazı seyircilerin bu tür görünümlerden olumsuz etkilendikleri düşünülerek biraz hafifletilebilir iyi olur.” Elbette özellikle “acımasız dünya sendromu”nun yaygınlaşması sonucu nasıl bir “toplumsal ruh haline” yol açabileceğı göz önüne alınırsa, en uç olmakla birlikte bu sendromun ulaşabileceğı nihai noktalardan birinin yaygın bir toplumsal “kadercilik” (*fatalism*) olduğu düşünülürse, belki önerinin sadece hafifletmeyi değil, sınırlamayı talep etmesinin daha doğru olacağı sonucuna

varabiliriz.

Eğlenceyle Bilginin Kucaklaşması: “Infotainment”

Tüm bu gelişmelerin sonucu, televizyon haberlerinde, sansasyonel olaylara ve insanal ilgi (*human interest*) konularına ayrılan süre ve miktarın artması, buna karşılık hükümet, siyaset ve kamu siyasasıyla ilgili malumatın azalmasıdır (Slattery ve Hakanen, 1994). Özellikle ABD’de yapılan araştırmaların çoğu bu eğilimi saptayan verilere ulaşmaktadırlar. Bu verilerin genel bir değerlendirilmesi, haberlerin giderek eğlenceye dönüştüğü, bilgi anlamındaki “information” ile eğlence anlamına gelen “entertainment” sözcüklerinin birinin başı, diğerinin sonunun birleşmesiyle “infotainment” (belki bileğlen diye Türkçe söyleyebileceğimiz) diye adlandırılabilcek yeni bir tür haline geldiği iddiasını destekler görünmektedir.

Gerçekten de, Rhodes’un belirttiği gibi (1994) televizyon haberciliği bugün birbiriyle çatışan sorumluluklarla yüz yüze gelmiş gibi görünmektedir: Bir yanda görsel olarak eğlendirici ürünlerle geniş izlerkitleleri cezbetme gereksinimi, diğer yanda kamusal bilgilenmeyi genişletecek enformasyon sunma görevi birbirinin karşısında durmaktadır. Kitle iletişim araçlarının varlık nedenlerinden birini, belki en önde gelenini oluşturan toplumsal sorumluluk anlayışı, son yıllarda özellikle televizyon endüstrisinde artan rekabet sonucu iyice bulanık hale gelmiştir. *Rating*’ı yükseltmek ve sürekli yüksekte tutmak için televizyon muhabirleri sadece haber tanımında, yukandaki örnekte belirtmiş olduğumuz gibi uç noktalara savrulmakla kalmıyorlar aynı zamanda kamuyu bilgilendirecek enformasyonu da vurucu, kısa cümleler halinde vermeye çalışıyorlar. Televizyonda haberleri izleyen herkes, siyasal olayları konu alan haberlerde bile bu kısa, vurucu cümlelerin kafasına çekiç gibi (üstelik çoğu kez tekrar tekrar) indiğini biliyor. Rhodes’a göre, haberlere tempo, cazibe ve dolayısıyla yüksek *rating* kattığı ve getirdiği düşünülen bu tür bir iletişimin enformasyonu nasıl çarpıttığı konusunda televizyon muhabirlerinin durup düşünmeleri gerekmektedir.

Doris Graber, sorumlu bir bilimkadını olarak, televizyon haberlerinin yurttaşlara gerekli siyasal enformasyonu ne ölçüde sağladığı sorusu üzerinde televizyon muhabirlerinden önce düşünme gereğini duyup, bu gerekçeyle yaptığı araştırmada da, şu sorulara yanıt aramaktadır (1994): Televizyon haberleri enformasyon içerikleri sulanacak ve bulanıklaşacak şekilde ne ölçüde sansasyonelleştiriliyor? Televizyon haber yönetmenleri rutin haberleri nasıl öyküleştiriyor ve sundukları olgusal enformasyon ile dramalaştırma karışımını nasıl ussallaştırıyorlar?

Graber’in araştırmasında televizyon gazetecilerinin kim, ne, nerede ve ne zaman sorularını yurttaşlara gerekli enformasyonu sağlayacak biçimde tasarlayıp sunduklarını ama seyircilerin olguları anlamlı bir bakış açısının içine yerleştirmelerine yardımcı olacak niçin ve nasıl sorularını hafiften es geçtiklerini saptıyor. Graber’e göre haberlerde, haberin siyasayla ilgili yönleri eğlence özellikleri tarafından gölgelenecek bir şekilde, bilerek ve istenerek dramatik bir öyküleme seçiliyor. Kısacası, kitle iletişim araçlarının temel işlevleri arasında sayılan bilgilenme ve çevreyi gözetim altında tutma galesi, yerini Bourdieu’nun “gelgeç olaylar” (*faits divers*) diye adlandırdığı konuları ve sansasyonelliği karma ederek *rating* artırma hırsına bırakmış gibi görünmektedir.

“Infotainment” konusu, ABD’de yıllardır araştırılan bir konuyken, 1990’larla birlikte tecimsel televizyonculuğa hızla yuvarlanan ülkelerde de özellikle tartışılır hale gelmiştir. Amerika’da yayıncılık alanı en başından tecimsel olarak düzenlenmiş olduğu için, siyasetin ve haberlerin eğlenceyle ilişkisi sürekli olarak gündemde olmuştur. Hatta bu özellik, Amerikan televizyon kanallarında “haber sunucuları”nın sunum tarzlarından bile kestirilebilir. Örneğin Avrupa’da çoğu kamu televizyonunda haber sunucuları, aktardıkları olaylarla aralarında bir mesafe olduğunu sezdiren bir üslup içindeyken, Amerika’da haber sunucuları sanki verdikleri haberin bir parçası, olayın bir aktörüymüş gibi bir üslupla haberleri sunmaktadırlar.

Avrupa'da tecimselleşmeyle birlikte televizyonda haberlerin, bilhassa siyasal konularla ve olaylarla ilgili haberlerin “eğlence” unsurlarıyla sulandırılması kaygısı, bir anlamda “Avrupa” televizyonlarının “Amerikanlaşma”sı kaygısının da bir ifadesidir. Bu kaygı esas olarak kamu televizyonlarının yayın politikalarındaki olası değişiklik nedeniyle yaşanmaktadır. Çünkü, tecimsel televizyonların zaten haberleri “infotainment” haline dönüştürmelerinin kaçınılmaz olduğu, ama esas olarak izleyici kaybı derdine düşen kamu televizyonlarının da, dertlerine çare olarak bu yolu benimseyebilecekleri düşünülmektedir. Bu varsayımdan temellenen araştırmaların çoğunda kamu televizyonları ile tecimsel televizyonlar arasında böylesi bir yakınsamanın izleri tespit edilmiş olmakla birlikte, bunun tersini, ya da bu eğilimin abartılmaması gerektiğini iddia eden araştırmalar da bulunmaktadır.

Örneğin Kees Brants (1998), bu kaygının pek de geçerli olmadığını çünkü “infotainment”in zaten yeni bir şey sayılamayacağını belirtmektedir. Hollanda'da 1994 seçimlerinin arifesinde, iddialı adaylardan biri olan Hans Dijkstra televizyondaki bir eğlence programında eline saksofonu alıp bir *blues* çalmaya başladığında, ilk önce Bill Clinton'un 1992 seçim kampanyasında yaptığı düşünülerek gülüp geçilmişse de, bu konu daha sonra bir çok araştırmacı tarafından “tecimselleşme”nin sonunda Hollanda'da da etkilerini gösterdiği şeklinde yorumlanmış ve eleştirilmiştir. Çünkü bu görüntü, siyasetin ciddiyetiyle bağdaşmamaktadır. Brants bu eleştirilerin pek haklı olmadığını, kamu televizyonlarının eğlence programlarında da daha önceleri politikacıların sıklıkla yer alınmış olduğunu belirtmektedir. Nitekim, Türkiye'de de TRT tekeli döneminde bir çok politikacının eğlence türündeki programlara çıkıp, becerilerini döktürdüklerini yaşı uygun olanlar anımsayacaklardır. Bu uygulamanın Türkiye'de bile epey bir geçmişi vardır. Örneğin, 1974'de zamanın Dışişleri Bakanı Turhan Güneş bir programda klamet çalmıştır. Bu örnekler çoğaltılabilir.

Brants, şayet günümüzdeki eğilim eleştirilecekse bu eleştirinin olası tehlikelerin neler olduğu düşünülerek yapılması gerektiğini öne sürmektedir. Brants'a göre, televizyonda siyasetin “infotaint”leşmesi ya da popülerize edilmesi ancak üç durumda sorun olarak görülebilir. “Infotaintment” siyasetin televizyonda gösterilmesinin, temsil edilmesinin hakim biçimi haline gelmişse o zaman bir sorundan söz edilebilir. Oysa araştırmalar, çoğu özel televizyon istasyonunda ve kamu yayın kurumunda haberlerin hala tüm programlar arasında merkezi bir yer oluşturduğunu ve siyasetin de çoğu haber programının en önemli konusu olduğunu ortaya koymaktadır. Kuşkusuz tecimsel televizyonun ortaya çıkışı daha fazla insani ilgi (*human interest*) öykülerine ve sansasyonelizme yol açmıştır. Ama siyasal haberlerde böyle bir eğilim görülmemektedir. Mülakatlarda izleyicinin, yani “sokaktaki insan”ın önem kazanmış olması, yani seyircinin yakınlığını kazanmak için, “sokak röportajları”nın sık bir şekilde kullanılır olması yetkililer ve erk sahipleri hala haberlerde hakim konumda olduklarına göre eğlenceye yönelmişliğin bir kanıtı olarak kabul edilemez.

Brants'ın tehlike olarak gördüğü ikinci koşul, siyasetin popülerleştirilmesinin bir başka şeyi (şeyleri) gizlemek, saklamak amacıyla yapılmasıdır. Eğer bir seçim kampanyasının stratejisi gazetecilerin mesleki inceleme ve araştırmalarını engellemek amacıyla “infotaintment”i amaçlamışsa o zaman bir problem var denebilir. Şayet bu kamuyu yanıltmak veya kamudan bir şey saklamak içinse durum o zaman daha da kötüleşir. Ama birkaç ayrıksı örnek dışında böyle bir durum henüz söz konusu değildir.

Brants'ın işaret ettiği son koşul, “infotaintment”leşmenin siyasetin çarpık bir imgesine yol açmadığıdır. Bu eğilim, siyasetin televizyonda eğlenceleşmesine yönelik en yeğin eleştiriye konu olmaktadır. Bunun nedeni, bir çok insanı siyaset alanında cezbeden şey konular, sorunlar ve tartışmalardan çok “kişilikler” olursa bunun toplum için kötü olacağı varsayımdır. Bu varsayımın dayandığı endişe ise şudur: İnsanlar siyasal konulardaki zorunlu seçim gerçekliğini gizleyen

imgelerle aldatılmakta, siyasal katılım için gerekli olan bilgiyi göz ardı etmekte böylelikle de seçimlerde ussal olmayan yanlış karar alabilmekte veya hiç oy kullanmamaktadırlar. Brants, bu varsayımı karşı şunları söylemektedir: ideolojilerin ortadan kalktığı, siyasal partiler arasındaki farkların giderek daha önemsiz ve daha az gözle görülür hale geldiği toplumlarda, halk siyaseti bireysel karakterleri merkeze alan anlatı yapısı olarak anlamaktadır daha çok. Bu koşullar altında, siyasetçilerin kişisel özellikleri hiç de önemsiz sayılamayacağı gibi, bu özellikler siyasi alandaki seçimlerde ve değerlendirmelerde ussallıktan uzak unsurlar olarak da görülemez. Kişileştirme, tam tersine, siyasal bilgiyi anlamada ve toplumsal mesele ve konuları kişisel bir bakış açısına yerleştirmede önemli bir strateji olabilir. Brants, bu görüşüne Dahlgren'den bir alıntıyla destek bulmaktadır (Dahlgren, 1998): "Demokrasi sadece resmi politikayla ilgili bir şey değildir, aynı zamanda gündelik yaşamın ve kültürün normlarıyla ve ufuklarıyla da ilişkilidir."

Televizyon Haberleri ve Seçim Kampanyaları

Avrupa'daki eğilim en azından bugün için abartılmamak gerekse bile, Amerika Birleşik Devletleri'nde televizyon haberlerinin "infotainment"leşmesinin sonuçları siyasi haberler bağlamında da görülmektedir. Örneğin televizyonun siyasal işlevinin en önemli denek taşlarından biri olan ve en çok araştırılan Amerikan Başkanlık seçimlerinde, giderek siyaset-televizyon ilişkisinde haber başlığı altındaki programların artık siyasal iletişimde özsel bir işlev ve rol oynamadığını araştırmalar ortaya koymaktadır. Öyle ki, kimi araştırmalara göre, televizyondaki seçim kampanyaları haber medyasının işlevini yüklenmiş görünmektedir.

Nitekim 1992 Başkanlık seçimlerine ilişkin bir araştırmaya (Swanson, 1997), bu seçimlerde gazete ve televizyon haberlerinin etkinliğinin azalırken geleneksel olmayan, alışılmamış enformasyon kaynaklarının etkisinin arttığını ortaya koymaktadır. Örneğin Ross Perot adaylığını CNN'de Larry King'in programında açıklamış, George Bush ve diğer adaylar MTV'deki (yani özellikle gençlere yönelik 24 saat müzik yayını yapan televizyon kanalındaki) forumlarda yer almış, Dan Quayle ile Murphy Brown'un fantazi ve gerçeklik arası bir çizgide kapışmaları aylarca sürmüştür.

Geleneksel ve geleneksel-olmayan medya biçimlerinin insanların seçim kampanyasına ilgileri, kampanyadan edindikleri bilgileri işleme stratejileri, kampanyaya katılmaları, adayların önemli konularla ilgili görüşleri hakkındaki bilgileri, adaylara yönelik duygusal ve imgesel yakınlıkları, aday tercihleri ve kampanyada ele alınan tartışma konularına verdikleri ağırlık üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla McLeod ve arkadaşlarının yaptığı araştırmada (1996), geleneksel olmayan medyanın etkilerinin yukarıda sayılan konularda değişiklik gösterdiğini, bilgiye dayalı konularda etkisinin zayıf olmasına karşılık, kampanyaya duyulan ilgi ve benzeri konularda çok güçlü olduğu görülmüştür. Başkanlık seçim kampanyalarında geleneksel olmayan haber medyasının (örneğin talk show'ların) adaylar tarafından sürekli bir şekilde kullanılmaya başlanmasına ilişkin bir başka araştırmada ise, geleneksel olmayan medyanın ilk aşamada algılar ve tutumlar üzerinde daha fazla etkide bulunduğunu ortaya koymakla birlikte, geleneksel haber medyasının ilk aşamadaki etkisinin daha fazla bir kararlılık gösterdiği ve kampanyanın nihai evresinde tutumlar ve oy tercihleri üzerinde daha fazla etkide bulunduğu saptanmıştır (Pfau ve Eveland, 1996).

Bununla birlikte, Zhao ve Chaffee'nin araştırması (1995), televizyon haberleriyle reklam kampanyalarının, siyasal adayların herhangi bir konudaki farklı yaklaşımlarına ilişkin bilgi vericilik düzeyleri arasındaki karşılaştırmada, reklamların adayların belli bir konuya yaklaşımlarıyla ilgili bilgi kaynağı olarak televizyon haberlerine göre çok daha yetersiz, hatta önemsiz olmasına karşın, ideolojik bakımdan çok hararetli bir seçim yarışında, reklamların bilgilendiriciliğinin televizyon haberlerinininkinden daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır (Zhao ve Chaffee, 1995).

Ama televizyondaki seçim reklamları ister kamuyu seçimlerle ilgili olarak haberlerden daha fazla bilgilendirme gibi bir işlevleri olsun, isterse olmasın, siyasal partilerin ve adayların seçim

çalışmalarında en yüksek harcama kalemini oluşturmaya başlamıştır. 1960 yılında yapılan Amerikan başkanlık seçiminden bu yana, televizyon seçimlerde giderek artan önemde ve ağırlıkta bir rol oynamıştır ve oynamaktadır. Her seçimde, siyasi adaylar kampanya için toplanan fondan daha büyük miktarlarda ve oranda parayı televizyon reklamları için harcamaktadırlar. Televizyon reklamlarına ayrılan kampanya giderlerinin hesaplanan bölümü toplam kampanya bütçesinin yüzde kırkıdan yüzde doksanına kadar değişiklik göstermektedir. Bu farklılaşma da seçimin özgüllüğüne göre değişmektedir. Örneğin Senato seçimi kampanyalarında Kongre seçimi kampanyalarına oranla televizyon reklamları için genellikle daha fazla harcama yapılmaktadır. Kongre kampanyalarında televizyona yapılan harcama 1984 rakamlarına göre yüzde 48 artarak 1988'de 227 milyon dolar olmuştur. 1988 ile 1990 arasındaki harcamanın artış oranı ise yüzde 34'dür (Sinclair, 1995).

Amerika'da 1996 yılında yapılan başkanlık seçimleri televizyonda siyaset-haber-seçim kampanyası üçgenindeki ilişkiler bakımından gerçekten tarihsel bir öneme sahiptir. Kaid (1997) bu önemi üç başlık altında incelemektedir: Birincisi, bu seçimlerdeki reklam kampanyası, tarihin o zamana kadar gördüğü en masraflı, en çok harcama yapılan reklam kampanyasıdır. İkinci olarak, ağırlıklı olarak sorunlar çevresindeki iddia, öneri ve tartışmalardan oluşmakla birlikte, yani konumerkezli olmakla birlikte, şimdiye kadar yapılmış tüm başkanlık seçim kampanyalarında negatif-reklamın en fazla kullanıldığı bir kampanyadır. Üçüncü olarak, kampanyada teknolojinin ulaştığı bu noktadaki tüm olanaklar, rakibin imgesini çarpıtmak için o güne kadar görülmemiş sayıda reklam spotunda kullanılıyordu.

Bu teknolojik olanaklarla rakibin imgesini çarpıtan spotlar gerçekten adayların imgesini etkiledi mi? Araştırma sonuçları teknolojik çarpıtmaların reklamcılar için istenen etkileri gerçekleştirebileceğini ortaya koymaktadır. 1992 Başkanlık seçim kampanyasında kullanılan siyasal reklam spotlarındaki teknolojik çarpıtmaların sıklık ve türlerini belirlemek için yapılan bir içerik analizi, reklam spotlarının yüzde 42'sinde bu tür teknolojik çarpıtmaların varlığını ortaya koymaktadır ve bunlar daha çok negatif reklamlarda görülmektedir (Kaid, 1996).

Negatif reklamlar, siyasal rakiplere dolaysız gönderme yaparak onları eleştiren reklamları dile getiren bir kavramdır. Yapılan araştırmalar siyasal negatif reklamların benzer saldırı ve üslup tarzlarını paylaştığını ortaya koymaktadır. Negatif reklamların bu özelliği "standart formül" kavramıyla niteleniyor. Negatif reklamların kullanılma amacı adayın kendi seçmenlerin gözündeki imajını veya niteliklerini destekleyip pekiştirmek değil, daha çok rakibin kazanma şansını köreltmektir (Procter, 1996). Bu anlamda televizyonlardaki siyasal reklamlarda "negatif"lik, esas olarak belli bir siyasal projeye ortaya çıkıp seçmenlerin bu projeye teveccüh etmelerini talep etme şeklindeki "enformatif" siyasetin yerini, rakibi dramalardaki "kötü adam" konumuna yerleştirme çabasıyla karakterize olan "dramatik-eğlencelik" siyasetinin almasının bir belirimidir.

Sansasyonellik

Seyirlik televizyon dünyasını cazip kılmanın yolları arasında "sansasyonelleştirme" de vardır. Sansasyonelleştirme süreci, insanların "mahremiyetine" ait ilişkileri, durumları alenileştirilme, olmayı olmuş ya da olacak gibi takdim etme, toplumda ün kazanmış insanların şasırtıcı ve bilinmeyen yönlerini afişe etme, ve benzeri biçimlerde işler. Özellikle çok sık karşılaştığımız, "gerçek yaşam öyküleri" televizyonun sansasyonelleşme için kullandığı türlerin önde gelen örneğidir.

Televizyon programlarının biçimlerindeki artış, bunlar arasındaki sınır çizgilerinin bulanıklaşması, melez formatların ortaya çıkması, magazin gazeteciliğinin, insanal ilgi gazeteciliğinin televizyona girmesi ve özel yaşam öykülerinin kamusal söylem haline gelmesi. Bu genel olarak televizyon gazeteciliğinin yerleşik biçimlerini değiştirmiştir. Ya da tüm bunlar bu değişikliğin örnekleridir.

Aynı zamanda belgesel film geleneği üzerine bina edilen yeni televizyon belgesel biçimleri de ortaya çıkmıştır. Olayların, olgusal biçimlerin kurmaca unsurlarla melezlendiği biçimlerdir bunlar. Bu dramatize “gerçek yaşam” öyküleri, Meyrowitz’in belirttiği gibi sahne gerisinden gözlemleme, dikizleme olanağını sağlar izleyicilere. Burada sosyal ve mahrem alanlar birbirine geçer. Meyrowitz şöyle diyor: televizyon günlük hayatın akışı içinde normal olarak birbirinden ayrı tutulan insanları birbirine karmak suretiyle toplumu değiştirir. Sahne arkası, televizyon aracılığıyla ancak yakın dostlar arasında paylaşılan samimi konuşmaların herkes için erişilebilir hale gelmesidir. Erwin Goffmann’dan aldığı “sahne gerisi” kavramını kullanan Meyrowitz’in bu tespitine karşı, Bondebjerg, gerçek yaşam öyküleri formatının ve son zamanlarda görülen TV türlerindeki melezleşmenin etkileri konusunda olumlu ya da olumsuz şeklinde bir değerlendirme yapılamayacağını söylemektedir. Çünkü Bondebjerg’e göre bu melezleşme, bir yanda, geleneksel olarak tanımlanmış kamu çıkan alanı dışında konuların ve seslerin daha demokratik bir seçimini içerecek biçimde paternalist kamu hizmeti söylemini güncelleştirmektedir, diğer yanda da bu eğilimler yaşamın tüm alanlarının yurttaşlar için değil, müşterilerin menfaati için, eğlenmesi için kullanılması, sömürülmesi yani tecimselleşmenin ürünüdür (1996).

Özel televizyonlarla birlikte ekranları dolduran sansasyonelizmin örneklerine çok nadir de olsa kamu yayıncılığı döneminde de rastlanıyordu. Bunun en bilinen örneği, TRT’de, zakkumdan denen ve özellikle güney yörelerinde yetişen çiçekli bitkiden üretilen bir maddeyle kanseri neredeyse tam bir başarı oranıyla tedavi ettiğini öne süren bir doktorla ilgili haber ve açık oturumdur. Bu sansasyonel bir programcılıktır çünkü, kanser gibi tüm insanlığın hala çözüm bulamadığı, yaygın ve kimi çarpacağı de önceden hala kestirilemeyen bir illete çözüm bulunmuş olduğu iddiası toplumu gerçekten sarsacak bir iddiadır. Eğer bu iddia gerçeği yansıtıyorsa o zaman bir yayın kurumunun bunu haber haline getirmesi ve topluma duyurması, kamu veya özel fark etmez tüm yayın kuruluşlarının görevidir. Ama şayet bu iddia gerçeği dile getirmiyorsa, o zaman yayın kuruluşu gerçekten sorumsuz bir sansasyonel habercilik yapmış demektir.

Nitekim bu ekran olayından sonra, aslında üzerinde konuşulan maddenin, ninelerimizin dedelerimizin zamanında iyice yaygın olan “koca karı ilaçları”ndan bir farkı olmadığı ortaya çıktı. Böylelikle TRT bir kamu yayın kurumu olarak büyük bir gaf yapmış, “kocakarı ilacı” kategorisinde değerlendirilmesi gereken bir ilacı, bilimsel bir buluş olarak takdim edip, toplumu yanlış ve sansasyonel bir haberle rahatsız etmişti. Bu arada, bazı “kocakarı ilaçları”nın, özellikle bitkilerden yararlanılarak yapılan kimilerinin hiç de işe yaramaz olduğunu falan söylemiyoruz. Buradaki sorun bu ilacın bilimsel ve kesin çözüm olarak sunulmasındadır, üstelik ilgili yasanın amir hükümleri ve bir ürünün ilaç olarak kabul edilmesi ve kullanılması konusundaki hukuken yetkili kurumlar ve kaynaklar hiçe sayılarak. TRT’nin bu yayınının diğer yayın organlarında günlerce tartışıldığını, eleştirildiğini, hatta ilacı bulduğunu iddia eden doktorun, “zakkumcu” lakabıyla kamuoyunun belleğine mal olduğunu herhalde hepimiz hala anımsıyoruzdur.

TRT bu programıyla kamu yayıncısı olarak yapmaması gerekeni yapmış, gerçekten büyük bir sorumsuzluk örneği sergilemişti. Bugün ise, sorumsuzluk örneğinin bu türünü bile mumla arar hale geldiğini söyleyebiliriz. Çünkü esas amacı seyirci cezbetme olan “seyirlik” tecimsel kanalların ekranlarında, falcılar milletin falına bakmakla kalmayıp birbirleriyle kavga etmektedirler, cinci hocalar kameralara doğru, tüm seyircileri okuyup üflemetedir, futbolcular eşlerinden ayrılmakta, yeniden barışmakta ve bütün bunlar nedenleriyle birlikte (örneğin bir futbolcunun aldığı bir villayı karısının üzerine yapması nedeniyle futbolcunun ailesinin gelinlerini *persona non grata* ilan etmesi gibi) ekranda gözümüzün önünde cereyan etmektedir, bir şarkıcının eski sevgilisini yeni sevgilisiyle nasıl aldatığının renkli ve resimli öyküsü televizyon ekranının 625 satırının hiçbir arasını boş bırakmaksızın tüm ayrıntılarıyla birlikte ve dizi halinde, hayatımızın ne kadar donuk ve sıkıcı olduğunu bize tüm acımasızlığıyla anımsatmaktadır. RTÜK yasa ve yönetmelikleri uygulamak suretiyle bu tür yayınların bir kısmını engellemeyi becermişse de (örneğin falcılar ve cinci hocalar

artık ekranlarımızı artık pek süsleyememektedirler), sansasyonellik hala devam etmektedir. Televizyon dünyası insanların en mahrem alanlarına burnumuzu sokarak izleyebildiğimiz elektronikleşmiş bir dedikodu seyirliğidir.

Popüler Kişilikler

Seyirlik televizyon dünyasını cazip hale getirmenin çok bildik bir yolu da, bu dünyayı “popüler kişilikler”le tıka basa dolu hale getirmektir. Televizyon, kendisi bizzat popüler kişilik üretme aracı olduğu için bu konuda hiçbir sıkıntı çekmez. Popüler kişiliklerin kendi aralarındaki samimi muhabbetlerine tanık olmak seyirci için çok cazip bir tecrübedir. Burada muhabbetin içeriği önemli değildir, çünkü zaten popüler kişiliklerin birbirleriyle çok ciddi “memleket meseleleri”ni konuşmalarını ne biz, ne de bizim dışımızdaki seyirciler bekler. Bizler için önemli olan, bu muhterem zevatın aralarında geçen konuşmalara kulak misafiri olmamıza izin vermiş olmaları, bizi aralarına almalarıdır. Televizyonun seyirlik dünyası nereye bakılsa karşımıza bir “ünlü”nün çıktığı, popüler isimler, yüzler ve seslerin birbirine geçtiği bir ünlüler resm-i geçitidir.

Televizyon ekranındaki dünyanın, bizim dolaysız olarak deneyimlediğimiz dünyadan farklı olduğuna ilişkin başka açıklamalar da vardır. Bu açıklamalar, ekranda görünen her şeyin, hatta örneğin futbol maçlarının naklen yayınlarının dahi, ekranın gerisindeki insanlar, kurallar (ki bunlar televizyon yapım ve yönetimine ilişkin saymacalardır), olanaklar ve kısıtlamalar nedeniyle belli bir seçme (örneğin televizyon kameralarının konumlarının belirlenmesi) işlemi sonucunda gerçekleştiğini belirten görece ampirik olanlardan, televizyonun bir temsil sistemi olduğuna, ekranda sunulanın gerçeğin yansıması değil, bir dolayımleme süreci sonucunda yeniden kurulan bir gerçeklik olduğunu iddia eden kuramsal yorumlara kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır.

Ama tüm bunlar, sonuçta ekran dünyasıyla “gerçek” dünyanın birbirlerinden farklı oldukları varsayımımızı, farklı konumlardan da olsa, destekleyen açıklamalardır ve aralarındaki farklılıklarına karşın tüm bu görüş açıları bize göre önemli bir konuda mutabıktır. Ekranlarda farklı bir dünyanın kurulması, kötü niyetli insanların gerçekliği çarpıtarak, kendi çıkarlarını kollama ya da insanlığa zarar verme strateji ve eylemlerinin bir sonucu değildir. Yani ekrandaki dünyanın şu ya da bu biçimde olmasının ardında bir çarpık art niyet bulunmaz. Tam tersine bu dünya, endüstriyel ilişkilerin, (kodları, tanımları, ilişkileriyle) profesyonelliğin, iktidar ilişkilerinin, seyircinin taleplerinin ve müdahalelerinin; kültürel, siyasal ve ekonomik süreçlerin, ve benzerlerinin çatışma, uyumlanma ve eklemlenmesinin dışı yansıyan yüzüdür.

d. EKRANDAKİ TÜRKİYE

Peki televizyon kanalı kadar sayıda ekrandan oluşan bir televizyon ortamında, iddia ettiğimiz üzere tek ve kendi içinde tutarlı bir televizyon dünyasından söz edebilir miyiz? Bunca çok ekranın varlığı, böylesine bütünlüklü bir görünümle çelişmez mi? Aslında bu soruları televizyon izleyicisi olarak kendi deneyimlerimize ve gözlemlerimize dayanarak yanıtlayabilir ve televize Türkiye görüntüsünün görece bütünlüklü ve tek olduğunu, dolayısıyla çok sayıda ekranla bu ekranlardaki Türkiye görüntüsünün teklifi arasında bir çelişme olmadığını söyleyebiliriz. Ama televizyon ekranında çizilen Türkiye görüntüsünü daha ayrıntılı bir şekilde tanımlamadan önce çok kapsamlı ve genelgeçerlik iddiası bulunmayan bir çözümleme yapmamız gerekiyor sanırım. Bu çözümleme bugüne ulaşan yolun nasıl açıldığını belirlememiz gerektiği için bir miktar tarihsel olmak durumunda. Yine ekrandaki Türkiye aslında gerçeklikte yaşananndan çok, anlamsal bir kurgu olduğu için bu çözümleme kültür, bilhassa popüler kültür üzerinden yapılmak gerekmektedir.

Bu çözümlemeyi öncesine de uzanmakla birlikte 1980’lerde iyice belirginleşen iki değişken aracılığıyla yapacağız. Bunların ilki, “Amerikanlaşma veya Küreselleşme”, ikincisi ise “Türkiye’de

gerçek anlamda bir popüler kültürün oluşması"dır. Bu iki değişken, özellikle Türkiye'de bugün yaşanan olumsuzlukların, kimilerine göre yozlaşmanın etkenleri olarak düşünülmektedir. Bu yaygın düşünceye göre, yaşanan olumsuzluklar veya yozlaşma, kültürel alanda "yabancı", esas olarak "amerikan" değerlerinin hakimiyeti, ya da "yüksek kültür"ün, değersiz kültürel unsurların giderek hakim olması nedeniyle kirlenmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu iki değişkenin etkisi, kullandığımız dilin bozulmasından yaşam alanlarımızı düzenlemeye, "özdeğerleri"imizin yerini "sentetik" değerlerin almasına kadar geniş bir alanda hissedilmektedir. Bu süreç günümüzde öyle bir noktaya ulaşmıştır ki, ulusal birlik ve bütünlüğümüz bile tehdit altındadır.

Bu iddiaları kuşkusuz sonuçlara bakarak değil, bu iki değişkeni daha nesnel ve tarafsız bir gözle irdeleyerek değerlendirebiliriz. Böylelikle yine bu iddiaların ağırlıklı "günah keçisi" olan "özel televizyonlar"ın etkisinin derecesini de böyle bir çözümlemeyle ölçebiliriz. Ne var ki, burada çözümlememizi temellendirecek iddia veya görüşlerimizi, en azından sorularımızı da ortaya koymamız gerekiyor. Bizim iddiamız, özel televizyon ekranlarında betimlenen Türkiye'nin sırf bu ekranların bir ürünü olmadığı, aslında bu tasvirin kaynaklarının özel televizyonlar öncesine kadar uzandığıdır. Dolayısıyla eleştirmenlerce yerden yere vurulan ve yozlaşma ve kötülüklerin tek sorumlusuymuşçasına yüklenilen "özel ekranlar"ın bu süreçte tek başlarına iş görmediklerini düşünüyoruz. Çalışmamızın başlarında söylediğimiz gibi, "milletini yaratma olanağını bulmuş ve yaratmış olan tek yayın kuruluşu BBC"dir. Günümüzün özel televizyonları, ne Türkiye'de, ne de dünyada, BBC'nin yaptığını yapabilirler. Elbette bu iddiamız özel kanalların kendi çizdikleri Türkiye görüntüsünde hiç olumsuz etkileri, ya da dahli olmadığı anlamına gelmemektedir. Ama bu etkinin de çok fazla abartılmaması gerekir.

Küreselleşme kavramıyla kuşatılmaya çalışılan süreçle ilgili tartışmaları çalışmamın daha önceki bir yerinde epey ayrıntılı ele almıştık. Burada Türkiye'de bu sürecin özellikle kültürel anlamdaki izdüşümleri üzerinde duracağız. Bu izdüşümleri de esas olarak eleştiri pratikleri üzerinden ele alacağız. Yani, "küreselleşme"ye, bilhassa "kültürel" küreselleşmeye karşı eleştirilerin bize açtığı yoldan ilerleyeceğiz.

Küreselleşme kavramının Türkiye'deki yankılarının pek olumsuz olduğunu söyleyemeyiz. Hele ki, ekonomiyle sınırlı tutulduğu sürece, siyasal rengi birbirlerinden kökten farklı pek çok yazar ve düşünür tarafından küreselleşmeye alkış tutulduğuna bile görmekteyiz. Buradaki itici güç, aynı zamanda içten içe hissedilen "korku", tüm dünyanın bir bütün haline geldiği günümüzde, bu bütünleşmenin dışında, yalnız kalmaktır. Bu yalnızlık Türkiye'yi dünyanın gelişmişlik bakımından diplerde yer alan ülkeleri arasına itebilir. Bu korku, ya zaten büyük bir hevesle, ya da "bizim yapabileceğimiz bir şey yok, elimizden bir şey gelmez, dünyanın gidişatına ayak uydurmak zorundayız" retoriğiyle, "küreselleşmeyi" olumlulamak şeklinde dile getirilmektedir.

Ama bu kavram, "kültürel alan" söz konusu olduğunda sorunlu hale gelmektedir. Çünkü küreselleşme, mal ve hizmetlerin küresel ölçekte başı boş, hiçbir engelleme olmaksızın dolaşması anlamına geldiği gibi, (bir bakıma bu dolaşımın büyük ölçüde kaçınılmaz bir sonucu olarak) "fikirlerin, görüşlerin, değerlerin, normların, tutumların" başı boş ve engellemesiz dolaşmasını da gündeme getirmektedir. Burada düşünsel sıklıkların örnekleriyle sıklıkla karşılaşmak zorunda kalıyoruz. *McDonalds*'ın, *Kentucky Fried Chicken*'in, *Marks and Spencer*'in, ve benzeri sermayelerin sınır tanımsızın dolaşması, dolaşmadan öte farklı kültürel alanlara yerleşmesi, acaba beraberinde hiçbir "kültürel değer, norm, alışkı, davranış kalıbı" getirmeksizin mümkün olabilir mi? Şüphesiz bunun mümkün olabileceğini söylemek "mümkün" değildir. Yani bir yandan yabancı sermayeye, yabancı kuruluşlara sınırları alabildiğine açmak, hatta bunları bu yönde özendirmek, diğer yandan bunlara "içeri girin ama bir şartımız var, varlığımızın gerisinde yatan yaşam biçimlerini, değerlerinizi, normlarınızı, davranış kalıplarınızı sınırımızın ötesinde bırakın" demek "mümkün"dür ama böyle bir talep "boş ve geçersiz" olmaktan öteye gidemez. Sığılından söz

ettiğimiz düşünsel çerçeve işte budur ve bunun toplumsal tüm olumsuzlukları ve yozlaşmaları örneğin televizyona bağlayarak açıklamaya çalışan eleştirilerden bu anlamda hiçbir farkı yoktur. Üstelik bugün iyice “sorunlu” olarak görülen “kültür emperyalizmi” iddialarından çok daha tutarsız bir eleştirel çerçevedir bu. Çünkü hiç değilse “kültür emperyalizmi” kavramı, kültürel alandaki bağımlılıkla, “ekonomik” alandaki bağımlılık arasında doğru orantılı bir ilişkilendirme yapmaktadır.

Yine de sonuçları itibariyle küreselleşmenin “kültürel” uzantılarına ilişkin eleştiriler birtakım gerçekleri dile getirmektedir. Gerçekten de “dilde amerikancalaşma”dan, yemek ve beslenme alışkanlıklarımıza, gündelik yaşamlarımızda Amerikan ve zaman zaman Avrupa simgelerinin giderek yaygın kullanımından, ailesel ilişki örüntülerimize kadar küreselleşmenin sonuçlarını deneyimlemekteyiz. Ama ne yapılabilir? Sınırların kalktığı, duvarların yıkıldığı, küreselleşmenin dünyadaki en ufak bir arazi parçasını bile dışarıda bırakmadığı iddia, söylem ve retoriklerinin pek bir heves, keyif, özlem ve istekle kabul gördüğü Türkiye’de acaba ne yapılabilir? Herkesin, özellikle orta sınıfın hemen her katmanının (üst sınıflar için zaten bu dert değil, alt sınıflar için ise düşünülmesi bile değil, hayal etmek ise bedava kuşkusuz) oğlunu, kızını hayatım kurtarsın, başarılı olsun diye, Türkçe pahasına öncelikle İngilizce öğrenmesi ve konuşması için itelediğirdiği, elinden geleni yaptığı, tüm ilk ve orta öğretim kurumlarını İngilizce tedarikat yapar hale getirmek için baskıladığı bir Türkiye’de acaba ne yapılabilir? *McDonalds*’ın, *Marks and Spencer*’in, *Wendy*’lerin, *Cola*’ların, *Jean*’lerin ve daha nicesinin en gözde yiyecek, giyecek ve içecek dükkanları olduğu Türkiye’de acaba ne yapılabilir? Dergisinden reklamcısına, inşaatçısından araştırmacısına, danışmanından giyimcisine, otomobilcisine, mobilyacısına, ayakkabıcısına ve daha nicesinden nicesine, yabancı ortaklarla yabancı ortakların adlarıyla faaliyet gösteren şirketlerin, işletmelerin sayısının günden güne arttığı Türkiye’de ne yapılabilir? İngilizce sözcüklerin, Amerikan simgelerinin, Avrupa renklerinin özellikle gençleri uluslararasılık havasına soktuğu (vize duvarlarıyla kuşatılmış) Türkiye’de ne yapılabilir?

Eğer küreselleşme gerçekten dünyada ne var ne yok önüne katıp sürükleyen “yekpareleştirici” bir süreçse, kültürel alanda buna direnmek mümkün olamayacaktır. Ama toplumların da geleceklerine, hatta dünya toplumunun geleceğine şu ya da bu ölçüde müdahale etme olanağı mutlaka vardır. Kuşkusuz bu müdahalenin de küreselleşmeyi farklı dillerin, farklı kültürlerin zenginleştirdiği bir dünya toplumuna doğru yönlendirilebilecek bir süreç haline dönüştürecek politikalar üretmek, bu politikaların dünya toplumu tarafından paylaşılmasını sağlayıcı girişimlerde bulunmak ve bunları uygulamaya koymak şeklinde olması gerekir. Kısacası gelişmeler karşısında içi boş, sırf slogan düzeyinde kalan “tepkisel” tavırlar ve eleştiriler yerine, tutarlılığı öne çıkaran, çözümleyici bir düşünsel çabayla nitelenen eleştiriler üretmek gerekir. Bunlar politik ve ideolojik sorulardır. Çözümlemeleri ve cevapları da politik bir duruşu, hem de evrensel bir politik tavrı gerektirir. Ekonomik, sosyal ve politik küreselleşmeye hevesli ama niyeyse “kültürel”liğe gelince “fundamentalist” bir şekilde ulusçu ve muhafazakar olan bir eleştirel tavrın yanıtlayabileceği sorular değildir bunlar. Küreselleşme sürecine toptan bir “tikel” karşı duruş da ne gerçekçiliği, ne de geçerliliği olan bir tavidir.

Popülerleşme ve Popüler Kültür

Türkiye’de özellikle kültürel alandaki kaygı verici gelişmeleri eleştirenlerin çoğu, bunların nedeni olarak, özellikle 1980 sonlarında ortaya çıkan özel radyo ve televizyonları, medyatikleşmeyi, popülerleşmeyi göstermektedirler.

Bu iddia kısmen doğrudur. 1980 yılını kabaca Türkiye’de bir çok değer “transformasyon”a, hatta “mutasyon”a uğramasının miladı olarak görmek yanlış olmaz. Dolayısıyla genel olarak kültürel yapı da bu “alt üst” oluştan payım almıştır. Bu süreç 1990 başlarında, elektronik

medya ortamının özelleşmesiyle ise doruğa ulaşmıştır. Demek ki elektronik medyanın özelleştirilmesi ile “kültürel yozlaşma” tabir edilen oluşumlar arasındaki ilişkiyi sadece özel televizyon ve radyoların ortaya çıktığı dönemle açıklamak yetersizdir ve bu kültürel serüvenin köklerini 1980 başlarındaki siyasal ve toplumsal oluşumlarda aramak gerekir.

1980’ler Türkiye’de toplumsal dengenin yoğun nüfus hareketleriyle sarsıldığı yıllar oldu. Yine bu yıllarda ülkenin sermaye yapısı da, dolayısıyla sermayedar tipolojisi de köklü bir biçimde dönüşüme uğradı. Taşradaki sermaye birikimi “metropoller’e aktı. Toplumbilimsel literatürde “köyleşen kentler” şeklinde nitelemelere yol açan bu gelişmeler, 1990’ların özel radyo-televizyonlu medyatik Türkiye’sinin de demografik ve ekonomik zeminini oluşturdu. Burada kültürle ilgili, tarihsel sayılabilecek kısa bir iki saptama ve değerlendirme yapmak istiyoruz. Kuşkusuz bunlar araştırılmaya, eleştiriye, tartışılmaya, kabul edildiği takdirde ise geliştirilmeye açık önermelerdir.

Türkiye’de Cumhuriyetle birlikteki benimsenen kültür politikası, “seçkin” veya “yüksek” kültür olarak niteleyebileceğimiz ve genel “Batılılaşma” projesinin bir parçası olarak Batının “seçkin kültür”den de nasiplenmiş olan “popüler kültürü”nü Türkiye’de yaygınlaştırma, yani Türkiye’nin “popüler kültürü” haline getirmeyi amaçlıyordu. Cumhuriyetin kültür kurumlarına, medya dahil, baktığımızda bu hedefin izlerini kolayca görebiliriz.

Popüler kültür, bir ülkenin hemen her yöresinin ve kültürünün sesini, tınısını, rengini ortak bir potada eriten (sentezleyen diyebiliriz) pratikler yumağıdır. Böylelikle popüler kültür bir ulusun oluşması, varlığını sürdürmesi ve asıl önemlisi berkitmesindeki özsel dinamiklerden biridir. Burada popüler kültüre ilişkin kimi tartışmalarda, bu alanın da müzakereler, mücadeleler ve uyuşmalar, yeniden mücadeleler alanı olarak tanımlandığını anımsatalım. Yani bu alanın da siyasal mücadelelerden bağımsız olmadığını belirtelim. Ama tüm bu gergin ve çatışmalı niteliğine karşın, bir ulusun popüler kültürü o ulusun varlığıyla doğrudan ilişkilidir, ve konumuz bakımından popüler kültürün bu özelliği önem taşımaktadır. Nitekim Kanada, Fransa gibi ülkelerin, kültür politikalarını “ulusalcılık” çerçevesinden kurar ve yine örneğin NAFTA, GATT gibi gümrük duvarlarının kaldırılması ve bölgesel ve global ekonomik liberalleşmeyi amaçlayan uluslararası anlaşmalarda, liberalleşmeden yana oy kullanırlarken, bir tek kültürel malların dolaşımına sınırlama getirmek istemeleri bunun bir örneğidir. Bu sınırlamalarla yabancı kültür etkilerinden korunmak istenen, örneğin Kanada’nın veya Fransa’nın “seçkin, yüksek” kültürü değil, “popüler kültürü”dür. Çünkü sınırlanması istenen mallar televizyon dizileri, filmleri, sinema filmleri, uluslararası üne olan popüler müziklerdir.

Cumhuriyetin projesi kısmen ve sınırlı bir şekilde gerçekleşebildi. Bu başarının kısmi olmasının nedeni özellikle yerel kültürlerin (dilleri, müzikleri, söylenleri ve genel olarak yaşam biçimleri ile) kendilerine bu proje içinde bir yer bulamamalarıdır. Dolayısıyla bu kültürler oluşturulmak istenen popüler kültürün dışında, marjinal kaldılar. Oysa Türkiye’nin uzun yıllar çok fazla değişmeyen demografik yapısına bakıldığında ülkenin yüzde sekseni köylüydü. Dolayısıyla çok uzun bir süre bir anlamda kültürel bakımdan “marjinal” kalan topluluk ülkenin çoğunluğuydu. Burada Cumhuriyetin “ulus” yaratma projesinin uygulanmasında da, bu marjinallik nedeniyle zaman zaman sorunlar, tıkanıklıklar yaşandığını belirtmemiz gerekiyor. Halkı bir bütün olarak ortak “kültürel pota”da buluşturacak bir “popüler kültür”ün oluşturulmaması, yani ülkenin her kesimindeki insanların kendilerinden bir şeyler bulacakları, böylelikle üreticisi ve tüketicisi olacakları bir ortak “kültürel arena”nın uzun süre oluşmaması bir ölçüde bu kültür politikasının da projelendirme ve uygulama bakımından problemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sorunlara bir çok örnek verilebilir. Popüler müziğin özsel oluşturucu etkeni olan radyolardan uzun süre Türk müziğinin yasaklanması, Türk Halk Müziği’nin otantikliğinden uzaklaştırılıp, tadil edilerek sunulma örneği olan “Yurttan Sesler”

tecrübesi, “seyirlik oyun” gibi folklorik unsurların, ulusal popüler kültürün inşa edilmesinde yararlanılacak kaynaklar olarak değerlendirmek yerine, “müzeleştirilmeleri”, bunlar ve daha niceleri, popüler kültür imalatındaki sorunları örneklemektedir.

1950’lerle birlikte ülkede merkez ile çevre arasındaki fiziki bağlar, özellikle karayolları ile güçlenince ve ticaretle birlikte nüfus hareketlenmeleri de artınca, tüm bu gelişmeler kültürel alanda da değişmelere yol açtı. Ancak merkez ve çevrenin ortak bir “popüler kültür” potasında buluşması yönündeki önemli değişiklikler ancak 1970’lerde yaşandı. 1970’ler Orhan Gencebay, Ferdi Tayfur, Neşe Karaböcek gibi çevreye ait isimlerin (ki bunların öncüleri Nuri Sesigüzel, Ahmet Sezgin gibi, çevrenin müziğini yerelliklerine sadece kendi yorumlarını katarak merkeze de duyuran ve dinleten müzisyenlerdir; bu arada popülerleşmenin bir başka damarının önde gelen isimleri olan Abdullah Yüce, Zeki Müren gibi müzisyenleri de burada anmamız gerekiyor) tüm direnişlere karşın merkeze kendilerini kabul ettirdikleri bir dönemdir. Bu süreçte kuşkusuz, resmi politikanın denetleyemediği kartuş, kaset, 45 devirlik plak gibi kültür ürünlerinin yaygın dağıtımını sağlayan teknolojik imkanların ortaya çıkmasının da büyük etkisi oldu.

1980’ler bu gelişmenin çok daha hızlandığı bir dönemdir. 1990’larda ise, özellikle özel radyo ve televizyonlarla birlikte Türkiye’de tüm kesimlerin kendilerine ait bir şeyler buldukları ve tükettikleri ortak bir popüler kültür mekanı oluşmuştur. Burada, kitle kültürü, popüler kültür, halk kültürü gibi kavramların tartışmasına girmeyeceğiz. Bizim popüler kültür dediğimize daha “seçkinci” bir yaklaşım, tecimselliği başta olmak üzere standardize olması, yığınsal üretilmesi gibi özelliklerini vurgulayarak ve “popüler”liği o seçkinliğinin bir başka dışavurumuyla “halka ait” olmakla niteleyerek ve seçkinci “halkçılık”ı savunarak “kitle kültürü” olarak adlandırmayı yeğleyebilir. Ama ister, kitle, ister popüler nitelemesiyle anılsın, bir genel kültürel ortaklık bugün Türkiye’de oluşmuştur. Bu oluşumda kuşkusuz “seçkinci ve yüksek” kültür unsurlarının rengi en az, belki de hiç denecek kadardır. Buna karşılık, bir zamanlar “marjinal” olan özellikle güneydoğu, doğu, karadeniz ve iç anadolu, tüm rengiyle, sesiyle, tınılarıyla bu ortak kültürün içinde yer almaktadır. Bu gelişmede simge isim İbrahim Tatlıses’tir. Sezen Aksu’yu da bu süreç içinde özel olarak anmak gerekiyor. Yine bu ortak kültür içinde kendine özerk sayılabilecek bir mekan bulan Müslüm Gürses, hatta bir zamanların Erkin Koray’ı gibi daha nice isimleri sayabiliriz. Özel radyo ve televizyonlarla birlikte bunlara Tarkan, Mustafa Sandal gibi daha bir çok yeni tarz ve ses eklenmiştir. Tarzlar ve sesler sürekli olarak da “sirkülasyon” içindedir. Özetle Türkiye’de “ulusal” bir popüler kültür oluşmuştur ve bu gelişme “ulusçuluk” çerçevesinde değerlendirilecek olursa son derece olumludur. Bu oluşum dil ve kültür terimleriyle ne kadar eleştirilirse eleştirilsin, Türkiye’nin hem de ulusal bütünlük bakımından en sıkıntılı yılları yaşadığı bir dönemde tamamlanmıştır. Abartılı olduğunu düşünmediğim ama yine kuşkusuz tartışmaya ve olumsuzlanmaya açık bir iddiayı burada ortaya atmak istiyorum: Toplumsal dinamiklerin ne garip bir ironisidir ki, Türkiye Cumhuriyeti en sıkıntılı dönemlerinden birinde, sıkıntısının temel sorunu gibi görünen ulusal birliğini popüler kültür alanında pekiştirmiştir.

Buraya kadar olan kısa değerlendirmelerimiz popüler kültürü sırf müzikle sınırlanmış gibi görünmektedir. Bunun nedeni burada Türkiye’de popüler kültürün gelişmesine ilişkin bir çalışma yapma gibi bir niyetimizin olmamasıdır. Amacımız sadece kültüre ilişkin bir eleştirel duruşun tarihsel-toplumsal dinamiklerin ve süreçlerin çözümlemesini gerektirdiğini, böyle bir zemine oturmayan ve sırf kültürel terimlerle işleyen bir eleştirinin haklılığının tartışmalı olacağını ortaya koymaktır. Yoksa, popüler kültüre ilişkin olarak yaptığımız bu çok kısa değerlendirmede değinmememize karşın, bu gelişmenin, popüler kültürün diğer pratikleriyle, örneğin futbola, giyimle, reklamlarla (özellikle sloganlar ve tiplerle), televizyon

dizileriyle, televizyon “Talk Show”larıyla, Gülhane konserleri gibi kitlesel ritüellerle bir etkileşimli bütünlük içinde olduğu kuşkusuzdur.

Ekrandaki İki Türkiye

Gerçekte benim izlenimlerime, tanıdığım tanımadığım televizyon izleyicileriyle yaptığım ve hasbıhalin yanı sıra mesleki ilgim nedeniyle fark ettirmemeye çalışarak görüşlerini değiştirmiş söyleşilerden çıkardığıma göre, biri popüler, diğeri ise onun kadar yaygın olmayan iki televizye Türkiye görüntüsünden, yani ekrandaki iki Türkiye’den söz etmek daha doğru olacak. Bunların ilki ve yaygın olanı özel televizyon ekranlarındaki, ikincisi ise TRT ekranındaki Türkiye’dir.

Televizyon izleyicileri Türkiye’deki televizyonlarla ilgili değerlendirme yaparken, özel televizyonlar arasında bir ayrım yapmaksızın hepsini “özeller” başlığı altında adlandırmakta ve bunların karşısına da “TRT”yi koymaktadır. Özeller arasında yaptığı ayrıştırma genellikle program ve haberlerin sunucuları, karakterleri ya da kişilerle kanalları birlikte anmak şeklindedir. Örneğin, “ATV’de falanın programını izledin mi?” ya da “Show’da filanın programı çok komikti” vb. Özel televizyon ekranlarını izleyicilerin gözünde birbirinden farklılaştıran böylelikle sadece “falan ya da filan” olmaktadır. Bunun dışında, seyirciler yayınları değerlendirirken bu kanalların tümünü aynı başlık altında anmaktadır. Özel televizyonlara yönelik eleştirilerinde de, “özellikle cinsellik, şiddet” gibi hassas konularda, bu kanallar arasında ayrım yapmamakta, buna karşılık ayrımı “özel televizyonlar” ve “TRT” arasında yapmaktadır.

Bu ikili ayrımın da ortaya koyduğu gibi, nasıl Türkiye’de iki rejimli bir yayın sistemi varsa, bir bakıma bunun bir sonucu olarak da iki farklı ekran Türkiye’si vardır. İzlenme oranlarına bakılacak olursa, özel televizyon ekranlarının Türkiye’si popüler olanı, TRT ekranlarının Türkiye’si ise daha az bilinen, görülen ve deneyimlenendir.

Ama bu tür izlenim ve gözlemlere dayalı bir çözümleme her ne kadar bize konuyla ilgili bir fikir verse bile yeterli değildir ve kuramsal bir çözümlemeyle desteklenmesi gerekir. Bu konuda kuramsal çözümleme çerçeveleri sunan bir çok yaklaşım vardır. Biz burada “rekabet” kavramını eksenine alan kısa bir çözümlemeyle yetineceğiz.

Televizyonların izleyici için verdikleri rekabet iki eğilime yol açabilir. Benzeşikleşme ve farklılaşma olarak niteleyebileceğimiz bu eğilimlerin ilki, televizyon şebekelerinin popüler olan programları birbirlerinden kopya etmeleri, benzerlerini üretmeleri, ve yayın programlamalarında giderek benzeşikleşmeleridir. İkinci eğilim, daha riskli ve yenilikçi bir yol olup, televizyon şebekelerinin seyircinin ilgisini çekebileceğini düşündüğü yeni formatları, türleri, program yaklaşımlarını denemesidir.

Televizyonların rekabet nedeniyle başvurdukları yol genellikle ilkidir. Bu tercihin anlaşılır nedenleri vardır. Televizyon üretim ve işletimi pahalı olan bir endüstridir. Rekabetin de çok yeğin olarak yaşandığı televizyon endüstrisi sürekli olarak varlığını tehdit eden ekonomik baskılar altındadır. Böylesi bir ortamda, şebekelerin en fazla kazanç yerine, en az riskli yolu yeğleyecekleri açıktır. Todd Gitlin’in Amerikan televizyon şebekelerini incelediği çalışmasında (1983), değindiği gibi, şebekeler varlıklarını tehlikeye atacak yenilikler peşinde koşmak ve yeni yaklaşımları deneyerek risk almak yerine, mevcut, güvenilirliği kanıtlanmış olan programlama stratejilerini benimserler. Dolayısıyla “rekabet” televizyon endüstrisinde farklılaşmaya değil, benzeşikleşmeye yol açar. Nitekim Bourdieu da tüm medya alanında aynı gözlemi vurgulamakta ve şöyle demektedir: “Benim düşünceme göre gazetecilik ürünleri sanıldığından da daha fazla türdeştiler... Liberal amentü adına, her zaman, tekelin tekbiçimli kıldığı, rekabetinse çeşitlendirdiği söylenir. Elbette rekabete karşı değilim, ama yalnızca şunu gözlemliyorum ki, rekabet, aynı baskılara, aynı kamuoyu yoklamalarına, aynı ilan verenlere maruz bulunan gazeteler ya da gazeteciler arasında

işlemeye koyulduğunda (gazetecilerin ne büyük bir kolaylıkla bir gazeteden ötekine transfer olduklarını görmek bile yeter), türdeşleştiriyor... geniş bir yaygınlığı olan kanalların televizyon ya da radyo haberlerinin... ister en iyisi, ister en kötüsü olsun, yalnızca haberlerin düzeni değişmektedir" (1997).

Türkiye’de de özel televizyonların bu eğilimde olduklarını bir çok örnekte görüyoruz. Öz Televole, esas Televole, gerçek Televole gibi Televoleler, Sabah Şekerleri, öz Sabah Şekerleri, Akide Şekerlerinin ta kendisi, gibi Şekerli programlar, İbo Show’un ardından ekranlara geliveren “Hülya Avşar Show,” “Huysuz Virjin Show” gibi show’lu programlar, ünlü türkücüler, şarkıcıların baş rol oynadıkları diziler, tüm bunlar ve benzerleri bu eğilimin ne denli kuvvetli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu tür doğrudan kopya programların yanı sıra, bir kanalda yayınlanan ve tutulan bir formatın diğer kanallarda da benzerlerinin yapılması, örneğin “aile dizileri”, “parodiler”, “talk show’lar”, benzeşikleşme eğiliminin gücünü göstermektedir. Burada bizimle ilgili olan husus bu benzeşikleşme eğiliminin, yukarıda belirtmiş olduğumuz varsayımın, yani özel televizyon ekranlarında tümleşik bir Türkiye görünümünün yaratıldığı iddiasını kanıtlamasıdır.

1995-96’ya kadar olan dönem içinde, “Özeller”in ekranındaki Türkiye, ortalama izleyicinin içinde yaşamaktan mutlu olamayacağı, kendisini güvensiz hissedeceği, ayaklarının altındaki zeminin sanki sürekli kaydığı bir Türkiye’dir. Rüşvetin, Mafyanın, katillerin, hırsızların kol gezdiği; kimsenin kimseye güveninin kalmadığı; insanların kolayca birbirini aldattıkları, birbirlerine yalan söyledikleri; Boğaz Köprüsü’nün intihar gösteri merkezi haline dönüştüğü; ahlakın, aile değerlerinin, sevgi ve dostluğun mumla aranır hale geldiği; her köşe başında trafik kazasının, cinayetin, ve benzeri uğursuzlukların yaşandığı; metres, dost ilişkilerinin ayrılıkla sonuçlanmasından sonra tarafların birbirlerine hakaretler yağdırarak hesap kestikleri ve bunu haber bülteninde yaptıkları; tüm sokakların, mahallelerin tarikatlarla, tekkelerle dolduğu, tarikat önderlerinin günahsız genç kızları aldatıp ırzlarına geçtikleri; sabahlara kadar dinsel sorunların tartışıldığı; insanların yaptıklarının, ettiklerinin dini bakımdan ne ölçüde kabul edilebilir, ne ölçüde kabul edilemez olduğunun gündemdeki en önemli sorunu oluşturduğu; bu arada Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşundan bu yana hiç tartışılmamış temel ilkelerinin sürekli tartışıldığı ve yerden yere vurulduğu, tüm bunların ve daha başka bir çok benzerinin yaşandığı kaotik, güvensiz, rahatsız, nahoş bir Türkiye’dir ekrandaki Türkiye. Ekrandaki Türkiye, insanların çocuklarının göstermesini, tanık olmasını istemedikleri bir Türkiye’dir.

Bu özellikle 1990 sonlarından başlayıp 1995 ve 1996 yıllarına, yani özel radyo ve televizyonları düzenleyen yasanın çıkıp, RTÜK’ün kuruluşla ilgili sorunlarının çözümlendikten sonra tam anlamıyla faaliyete geçmesi ve ilk ekran karartmaların başlamasına kadar geçen süredeki “özel ekran” Türkiye’sidir. Bugün özel televizyonların ekranlarındaki Türkiye, bu çizdiğimiz kadar korkunç bir görünüm arz etmiyor. Ama betimlemiş olduğumuz ekran manzarasının, bugün bu manzara her ne kadar eskisinden daha olumlu bir hal almış olsa da, insanların belleklerinde derin izler bıraktığı ve bu izlerin etkilerinin de Türkiye’deki siyasal yapının oluşmasında kendisini gösterdiğini varsayıyoruz.

Televizyonun ve ekranlarda çizilen toplum ve dünya görüntülerinin toplum ve izleyicilerin düşünce ve davranışları üzerindeki etkilerini, tüm başka etmenler ve değişkenler göz ardı edilerek abartmanın doğru olmadığını biliyoruz. Televizyonun toplumla ilişkisinde bir tek-yanlılığın söz konusu olamayacağını, bunun karşılıklı etkileşim biçiminde süregelen bir ilişki olduğunu da biliyoruz. Ama, özel televizyon yayınlarının daha geniş kitlelere ulaşmaya başladığı 1991 yılıyla birlikte, Türkiye’de özellikle siyasal tercih ve eğilimlerde önemli değişikliklerin ortaya çıkması bizi bir ilişki aramaya davet ediyor doğrusu. Bu arayışa da, yukarıda çizdiğimiz, daha doğrusu özel televizyon ekranlarının çizdiği ve bizim de özetle betimlemeye çalıştığımız Türkiye görünümü ile Türkiye’de vatandaşların siyasal davranışları arasında, tüm diğer etmenler sabit tutulmak kaydıyla,

bir neden-sonuç biçiminde olmasa bile bir ilişki olduğu varsayımıyla girişmek gerektiğini düşünüyoruz.

Çünkü böylesi bir manzara karşısında bireysel izleyicinin kendi içine dönerek, kendi inanç ve ilkelerine sıkı sıkıya sarılması, sistem partileri denilen ve solda veya sağda olsun rejimin temel ilkeleri üzerinde mutabık olan ve bu ilkeleri savunan siyasal heyetlere, dolayısıyla genel siyasal mekanizmaya güveninin ve inancının sarsılması, kimi marjinal siyasal alternatifler araştırması veya tümüyle siyasal alandan çekilmesi, yani depolitize olması doğal gibi görünüyor.

Yine iletişim araştırmacılarının önerdiği kimi kavramların da, özel televizyonların yayınlarıyla geçerliliklerini kanıtladığını düşünebiliriz. Örneğin televizyonun gündem koyma ya da gündemi belirleme etkisi, özel televizyonlarda sabahdan akşama, daha doğrusu akşamdan sabaha “İslam” ve islami akideler çerçevesinde, siyaset, sivil toplum, devlet ilişkilerinin konuşulmasıyla Türkiye’nin birinci gündem maddeleri arasına yerleştirmiştir dersek ve bu görüşümüzü acaba özel televizyonların “gündem koyma” etkisiyle bağlantılandırırsak çok mu yanlış oluruz?

Ya da belli görüşlerin televizyonlarda fazla rağbet görmemesi sonucunda, toplumun genel eğiliminden farklı olduğu düşüncesiyle, suskunluğuna yol açan ve bu suskunluğun giderek daha fazla suskunluğu getiren bir sarmala dönüştüğünü öne süren “suskunluk sarmalı” kuramının, özel televizyon ekranlarının yukarıda belirttiğimiz gündemle dolu olması sonucu, farklı düşünenlerin kendilerini azınlık hissetmelerine ve seslerini duyuramamalarına neden olmuştur desek, acaba kuşkusuz gerçeğin tümünü değilse bile hiç değilse bir yönünü doğruya yakın bir şekilde açıkladığını söylemiş olmaz mıyız?

Peki, iletişim literatüründe “bandwagon effect” diye anılan ve Türkçeye “gözde olan etkisi” şeklinde çevirdiğimiz ve bir festivalin geçit töreninde tüm gözlerin, törenin en süslü, en dikkat çekici ve önder olan arabaya çevrilmesinden mülhem, insanların televizyonda hem gündeme hakim, hem de sıklıkla temsil edilen parti ya da gruplara rağbet etme eğilimi olduğunu, yani gözde olan veya öyle gösterilen arabaya binme eğiliminde olduklarını savunan hipotezin, özel televizyonların yayınları sonucu Türkiye’de oluşan siyasal manzarayla bağlantılandırılabilceğini söylesek acaba kanıtlanması olanaksız bir iddiada mı bulunmuş oluruz?

Bu konuda herhangi bir araştırmanın bulunmaması nedeniyle iddialarımızı daha ileri götürmeyeceğiz. Gerçekten de Özel televizyonların yayına başlamalarını izleyen 4-5 yıllık süre içinde yaptıkları yayınlar ve ekranda çizdikleri Türkiye görüntüsünün ortalama televizyon seyircilerinin zihninde bıraktığı izler ile bu dönem içinde yapılan yerel ve genel seçimler sonrası ortaya çıkan siyasal manzara arasında yakın bir ilişki bulunduğu varsayımının araştırmalarla sınanmasının televizyon ve toplum ilişkisine dair ilginç bilgilere ulaşmamızı sağlayacağını kuşkusuzdur.

Bu konuda elimizde söylediklerimizi destekleyen araştırma verileri olmadığı için bilimsel düşünme adabına uygun olarak burada araştırma sorularını gündeme getirmekle yetineceğiz ama şu saptamayı yapmadan da edemeyeceğiz: Tüm çok seslilik, demokrasi ve çoğulculuk iddiaları arasında, özel televizyonların özellikle kuruluş ve işleyişlerini düzenleyen yasa çıkana ve RTÜK tam anlamıyla işlemeye başlayana değin başarılı bir sınav verememişlerdir. Öyle ki, yasanın çıkarılmasındaki tartışmalara bakıldığında, şayet özel televizyonlar bu sorumluluğu gösterseydi, Türkiye’de özel televizyon rejiminin hala, bugün bile bir yasal çerçeve olmaksızın sürmekte olacağını söyleyebiliriz. Bölümü kapatırken vahim bir yanlış anlamaya yol açabileceği kaygısıyla bir son sözün gerekli olduğunu düşünüyorum: Özel televizyonların mevzuat öncesi başarılı bir sınav verememiş olduğu şeklindeki değerlendirme yayın kuruluşlarının tepesinde bir düzenleyici örgütün bulunmasını haklı gören ya da bu tür bir düzenlemeyi savunan bir yaklaşımın sonucu değil, sadece yayın kuruluşlarının çoğulculuk, demokrasi gibi kavramları gerçekten ciddiye almaları ve

yayınlarını bu kavramların hakkını verdiklerindeki riskleri ve başlarına gelecek sorunları göze almaları gerektiğini savunan ve yayıncılıkta toplumsal sorumluluğun, diğer tüm ilgi ve kaygıların önünde tutulması gerekliliğini anımsatmayı görev bilen bir yaklaşımın sonucudur.

Sonuç

Özel işlevi, kitaplarda yazılmış olanları genel olarak toparlama, çoğu kez de geleceğe yönelik konuyla ilgili olası soruları sorma ve kimi kez çözümler önerme, tavsiyelerde bulunma olan sonuç bölümüne geldiğimde, öncelikle neleri dışarıda bıraktığımı tespit etmeye çalışırken, katastrofik (belki karamsar desek daha hafifletici olurdu) televizyon hikayeleri arasında yer alan Neil Postman'ın hikayesinden hiç söz etmemiş olduğumu dehşet içinde fark ettim. Niçin dehşet içinde dersiniz, bu soruyu, Postman'ın Türkçe'ye de çevrilmiş ve epey rağbet görmüş olan hikayesini bile bu kitaba dahil etmeyi unuttuğuma göre daha nicelerini ihmal etmiş olabileceğim düşüncesinin iç daraltıcı baskısıyla açıklayabilirim.

Kuşkusuz sonuç bölümünü bu tür ihmalleri gidermeye ayıracak değilim. Ama Postman'ın televizyon tarifinden söz etmek gereğini de duyuyorum doğrusu. Televizyon tarifi deyişi biraz “ironik” tınılar yükleniverdi burada, “yemek tarifi” gibi çağrışımlar nedeniyle olasılıkla. Ama bu ironi bir anlamda Postman'ın televizyonu oturttuğu yere de fevkalade uyuyor. Postman'a göre (1987) televizyon bizi içimizden fetheden, kendisine kendimizi gönül rızasıyla ve ağızımızın tadıyla teslim ettiğimiz, bunun karşılığında ise bizi (daha doğrusu beynimizi, zihnimizi, düşünme gücümüzü ve kapasitemizi) güle oynaya yemek masasında çatal bıçak yiyip bitiren bir canavar. Bu teslim oluşumuzun tek nedeni ise aldığımız “haz”, yani eğlence, yani oyalanma.

Postman televizyonun bizi “düşünen adam”dan, “eğlenen adam”a çevirdiğini çok akıcı bir dille inandırmaya çalışırken doğrusu, Romanyshyn'in belirttiği gibi (1993) pek zorlanmıyor. On dokuzuncu yüzyılda telgrafın icadının iletişim ile ulaşım, mesaj ile mesajcı arasındaki bağı kopararak mesajları sadece daha hızlı iletmeyi mümkün kılmakla kalmayıp, daha fazla mesaj iletmeyi de olanaklı kıldığı; yerel bağlamın yokluğuyla giderek ilgisiz, önemsiz, hatta tutarsız hale gelen bir enformasyon seli ürettiği; bizi bu devasa hacmiyle aşırı yüklediği ve bütün bunların karşısında bizi güçsüzeleştirdiği iddiası, gazete manşetleriyle, radyo yayınlarıyla ve televizyon haberleriyle olan günlük deneyimimize baktığımızda kuvvetle desteklenmektedir. Yine Postman televizyonun “Now...This” (şimdi...de) sendromuyla (Postman'a göre telgraf ile fotoğrafın çiftleşmesinin ürünü olan ama televizyonla beslenip olgunlaştıran bu dünya görüşüyle) yaşantının kesintisizliğini parçalayıp haber öykülerini aralarında hiçbir bağlantı yokmuş gibi aktararak, haberlere konu olan olayların bir kolajı gibi sunduğu iddiası gündelik deneyimimizin içinde sağlam destekler bulmaktadır. Postman televizyonun dünyayla algısal bir ilişkiden çok düş veya fantazyaya sunmak suretiyle gerçeklik duygusunu alıp bir yana fırlattığını öne sürdüğünde onunla aynı fikirde olmamamız için bir neden yoktur. Nihayet televizyonun en iyi yaptığı şeyden, yani eğlendirmeden fazla bir şey yapma tutkusuna sakın ola ki kapılmaması gerektiğini söylediğinde bu sözüne katılmamak elde değildir. Tüm bunlara ilave olarak televizyonun bu özelliği nedeniyle dinin de, siyasetin de, hatta öğretimin de eğlence dönüştüğünü iddia ettiği zaman, bu görüşü bir miktar aşın bulsak bile, Postman'ın getirdiği örnekler ve anlatımının etkisiyle buna bile inanabiliriz.

Romanyshyn, Postman'ın eleştirisinin ikna edici gücüne direnmenin zor olduğunu belirtirken, dikkatleri bu eleştirinin dayandığı bir tercihe, yani kitabın tercihinine çeker. Postman için televizyon kitabın antitezidir. Öyle ki, kitabı ortadan kaldıracak bir tehdit unsurudur televizyon. Böylelikle Postman'ın çalışması gerçekte televizyonun kendi içinde ve toplumsal-kültürel-politik bir çözümlemesinden çok, iki bilincin, iki kültürün karşıtlaşmasının hikayesidir. Televizyon, kitap

olmayan her şeydir. Kaçış, oyalanma, eğlence, önemsizlik, edilgenliktir televizyon. Postman'ın hikayesi, televizyonla sona erme tehlikesinin sınırlarında dolaşan kitap uygarlığının parametreleriyle televizyonun eleştirisi. Bu yeni uygarlığın, televizyon uygarlığının tipik simgesi kafasını yani düşünme yetisini yitirmiş olan insandır. Buradan Postman'ın önsözdeki felaket saptamasına yani, Orwell'in değil ama Huxley'in öngörüsünün gerçekleşmesine, insanların düşünme kapasitelerini yok eden teknolojilere hayranlık duymalarına, tapınmalarına dönebiliriz.

Postman'ın düşünen insanın düşmanı olarak tanımladığı televizyona ve televizyonun tahakkümüne ilişkin tanımları ne kadar inandırıcı olsa da kuşkusuz belli kayıtlamalarla okumak durumundayız. Bu kayıtlamalardan kastımız televizyonun aslında eğitim, kültür ve kitap uygarlığına ait görünen benzeri zihinsel etkinlikler için kullanılabileceği gibi nahif görüşler değil. Hatta, burada Postman'ın televizyonun okulun, okuldaki öğretmenin ve kitapların yerini alma kapasitesinin asla olmadığı şeklindeki görüşünü paylaşmanın daha doğru olduğunu düşünüyoruz. Ama Postman'ın tezleri karşısında şu soru da tüm geçerliği ve ağırlığıyla cevap beklemeyi sürdürüyor: “Bu kadar karamsar olmamıza gerek var mı?”

Televizyon veya medya imge dünyasında, insanların okumaya daha az zaman ayırdıklarını araştırmalar ortaya koyuyor. Ama bu, acaba iddia edildiği gibi okumanın tamamıyla yok olmasına kadar gidecek bir eğilim mi? Bu eğilimi (televizyon, video ve benzeri medyanın zararlarını da) durduracak olan, Postman'ın da (çalışması boyunca ilerleyen çözümleme zincirini göz önüne aldığımızda, iyimser bir mesajla hikayesini bitirme zorunluluğunu hissetme sonucu olsa gerek, en az inandırıcı olduğu, aslında bence hiç inandırıcı olmadığı) önerdiği gibi eğitim midir? Yoksa Romanyshyn'in belirttiği gibi aslında düşüncenin tahakkümüyle (yani Descartes'in *cogito* “düşünüyorum o halde varım” projesinin tahakkümüyle) bedeninin dünyayı duyumusal ve duygusal olarak kucaklamaktan alıkonulmasına karşı bedeninin yeniden kendisini bulması mıdır?

Romanyshyn daha da ileri giderek, bu ve benzeri soruları yanıtlamamızın bugün için zor olduğunu, çünkü televizyona sanki kitapmış gibi yaklaştığımızı, onu kitapla kıyasladığımızı, kitap bilinciyle (yani soyut çekirdek bireyselliğe uygun bilinç örüntüleriyle) değerlendirdiğimizi belirtmektedir. Aslında televizyon tam da kitap kültüründe somutlaşan bu ego bilincine bir meydan okumadır. Bir araç olarak çok sayıda ve çok güçlü eleştirileri gün ışığına çıkarır televizyon; çünkü okuyazar, çizgisel, ego bilincinin, yani kitap bilincinin yıkılmasıdır. Bu bir evrim değil, bir devrimdir. İçerimleri bakımından söylensel bilinçten okuyazar bilincine dönüşüme benzer bir devrimdir. Romanyshyn'e göre, bu devrim, bedeninin zihinden koparılacak istenmeyen, aşağılanan bir haz ve zevk nesnesi olarak bir yana itilmesini içeren tutarlı, bağımsız, özerk birey nosyonunun, dünyanın kendi içinde birbirleriyle itişen, kimi zaman insanal yıkımlara yol açan ulus-devlet fikri ve pratiğinin, hedef ve araçlar bakımından verimliliğin, etkililiğin fetişleştirilmesinin, kısacası modern zihinsel haritaların, modern kültür ve siyaset kurumlarının, pratiklerinin sorgulanacağı ve sonunda değişime uğrayacağı bir süreçtir. Olasılıkla bu devrimin sözü edilen içerimlerini önümüzdeki yüzyılda toplumsal, siyasal ve kültürel alanlarda, küresel olarak yaşayacağız. Kuşkusuz bu karşıtlaşan tartışmada taraflardan bir yanı, bu geleceğe ilişkin olarak “Allah sonumuzu hayretsin” derken, diğer yanı ise sürecin olabildiğince hızlanmasını tüm kalpleriyle dilemektedirler.

Sonuç bölümünün buraya kadar olan kısmında televizyona ilişkin olarak, kitap kültürünün içinden bakıldığında insanın bedenini alıkoyarak zihnini teslim ettiği bir araç olarak karamsar bir değerlendirmeye kitap kültürünün patolojisine, bu kültürün çizgisel ussallık, bağlamsal tutarlılık, anlatsal kesintisizlik, odaklanmış konsantrasyon, dur durak bilmez ilerleme, bireysel mahremiyet, üretken verimlilik, mesafeli kapsayıcılık ve tarafsız nesnellik değerlerine yönelik eleştiriden bakıldığında iyimser bir değerlendirmeyi karşıtlıklar içinde ele aldık. Bu karşıtlığın bir ucunda modern, diğer ucunda ise modernlik-sonrası zihniyet duruyor. Dolayısıyla değerlendirmeler de bu iki kavrayışın açık iyimser ve karamsarlığını dile getiriyor. Bir anlamda epey tartışma götürecek bir

akıl ve haz karşıtlığını çağrıştıran bu iki zıt değerlendirmenin paylaştığı bir düşünceyi tespit etmek ise hiç de zor değil. Genel değerlendirmeleri ne olursa olsun, yaklaşımları birbirlerinden ne kadar farklı olursa olsun televizyon üzerine düşünenlerin kesinlikle katılacaklarından emin olduğum bir düşünce bu: “Televizyonla birlikte artık hiçbir şey eskisi gibi değil.”

Bu pek kimsenin yadsıyamayacağına inandığım iddiayı bir kuramsal perspektif içinde tartışmayı amaçlamıştım ilk başta. Hatta bir “televizyon kuramı” geliştirilebilir mi sorusu da aklıma kurcalamıyor değildi. Bu soruyu kendi başıma sessiz olarak tartışırken, John Corner’ın bir yazısı (1997) deyim yerindeyse “ilaç” gibi geldi ve tartışmanın seyrini anlamlı olduğunu düşündüğüm bir yola oturttu.

Corner’ın çalışmasında da görüleceği üzere, televizyon özellikle son yirmi yıl içinde kuramsal ilgiyi üzerinde yoğun bir şekilde toplayan bir araştırma konusu olmuştur. Bir çok farklı bakış açısından gerçekleştirilen çalışmalar televizyonun değişik yönlerini kavramsal haritalar içine konumlandırmaya çalışmıştır. Bu yaklaşımlar doğrudan televizyondan hareketle bu aracın mahiyetini, işleyişini ve sonuçlarını açıklamaya çalışan televizyon-merkezli olanlardan, televizyonu kendi daha geniş kavramsal şemalarına oturtan ve bu araca daha önceki açıklamalarda görülmeyen ölçüde önem veren genel toplumsal ve kültürel kuramsal yaklaşımlara kadar geniş bir yelpazeye oturmaktadır. Ne var ki Corner’ın belirttiği gibi, televizyona ilişkin kuramsal gelişmeler çoğunlukla birbirlerinden görece yalıtılmış olarak gerçekleşmiştir. Bu yalıtılmışlığı en azından televizyona ilişkin kuramsal bilgiler bakımından gidermek kuşkusuz televizyonu anlama, tanımlama, işleyişini ve uzantılarını kavrama çabasında epey “hayırlı” bir girişim olurdu ama böyle bir girişimde başarı olasılığının da hayli az olacağını belirtmemiz gerekiyor. Bunun nedeni televizyonu tek bir birleştirici kurama yerleştirmenin olanaksızlığıdır. Televizyona ilişkin kuramsal yaklaşımlar, öyle görünüyor ki, ister istemez seçmeci olmaktan kurtulamayacaklar.

Corner da, genel geçer ve kapsamlı bir televizyon kuramı arayışının söz konusu olamayacağını belirtirken, yine de televizyona ilişkin kuramsal yaklaşımları bir sınıflandırma girişiminde bulunuyor ve bunları dört türe ayırıyor: Temsil kuramları, araç kuramları, kurum kuramları ve süreç kuramları. Elbette bu çizgileri kesinlikle birbirlerini dışlayıcı biçimde çizilmiş bir ayrım değil bu. Bazı kuramsal çalışmalarda bu türlerin ya bir araya geldikleri, ya da hatta iç içe geçtikleri görülüyor. Corner, bu dört kuramsal kategorinin içini kısaca doldurduktan sonra birbirleriyle nasıl bağlantılandırılacaklarını tartışıyor.

Temsil kuramları geleneksel kitle iletişim araştırmalarının televizyon programlarının simgesel, metinsel karmaşıklığını göz ardı etme eğilimine karşı özellikle 1970 başlarından itibaren ivme kazanan çalışmaları kapsayan bir çerçeve kurmaktadır. Bu kuramların gelişmesinde esas dönüm noktasını ise toplumsal kuramda, yapısalcı/göstergebilimsel yönsemelerin ağırlığını koyması oluşturuyor. Bu çalışmalarda Birmingham Üniversitesi’ndeki Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezinin önemli bir yer tuttuğunu görüyoruz. Yine temsil kuramlarının özsel dayanağını Louis Althusser’in ideoloji ve ideolojik yeniden-üretim ilişkisi yorumunun oluşturduğunu da saptıyoruz. Bu yorumda, hem dil, hem de imgeyi içeren bir temsil süreci olarak kavramlaştırılan ideoloji Batının siyasal istikrarının devamlılığında temel etmen olarak görülmektedir. Böylesi bir formülleştirim içinde, kuşkusuz televizyonun hakim toplumsal temsil biçimlerinin bir çok yönü Althusser’in belirlediği ideolojik iletişimi örnekleyen özellikler olarak değerlendirilmektedir.

Bu kuramsal gelişmelerde özellikle yazınsal çalışmalarda ve film çalışmalarında Althussergil “ideoloji eleştirisi”nin râbete binmesinin ve bu alanlardaki çalışmaların da önemli bir etkisi olmuştur. Ama bu gelişmelerin günümüzde ulaştığı yer televizyon temsilinin modernizmi-sonrası terimleriyle yaygın biçimde tartışılması olmuştur. Ne var ki temsil kuramları, televizyona ilişkin kapsamlı açıklamaların çekirdeğini oluşturacak şekilde kullanıldığında iki önemli sınırlamayla karşı karşıya kalmaktadır. Bunlardan ilki açıklayıcı genellemeler yapmada karşılaşılan sıkıntılardır,

ikincisi ise “etki”ye ilişkin açıklamalardaki sınırlamalardır. Televizyonun metinsel biçimlerinin “etkileri” konusundaki bu sınırlılık son birkaç yıldır öylesine kuvvetli bir şekilde hissedilmektedir ki, temsil konusundaki kuramsal tartışmalarda gözle görülür bir azalma yaşanmaktadır. Temsil kuramlarının duraklamasında özellikle anlamı metnin içinden kopartan ve ağırlık merkezini “ilişkiselliğe”, özellikle de izlerkümelerin metinlerle girdikleri ilişkideki “okuma” pratiklerine kaydıran yapısalcılık-sonrası tartışmaların etkisi büyük olmuştur. Bu etkiden ancak, televizyonun metinsel biçimleri yerine biçimle ancak etkilene aracı olduğu ölçüde ilgilenen daha siyasal temsil kuramları kendilerini sıyrabilmişlerdir.

“Temsil” kuramları, bizim çalışmamızda özellikle “Televizyonda Ne Seyrediyoruz” başlıklı üçüncü bölümümüzün konusunu oluşturmaktadır. Ne var ki, ikinci bölümdeki özellikle “kodlama-kodaçıklama” modeli ve bu bölümün diğer kısımlarına dağılmış olan televizüel “metin” ile ilgili tartışmalar da, bu kuramlarla ilişkilidir.

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

Bu kuramlar çalışmamızın üç bölümünde de yer almaktadır. Üçüncü bölümde televizyonun “akış”sal özelliği, sonuç bölümünün girişindeki tartışma, girişte ve birinci bölümde televizyonun ne olduğuna ilişkin tartışmalar, özellikle teknoloji tartışması bu kuramlarla çalışmamızda karşılaştığımız alanlardır.

“Kurum” kuramları esas olarak televizyonun örgütsel yapısıyla ilgilenmekte ve bu yapının özgül siyasal ve ekonomik sistemler içindeki yerini, konumunu sorunsallaştırmaktadırlar. Bu kuramlara göre, televizyonun ne simgesel/anlatımsal boyutu (temsil), ne de kültürel-teknolojik profili (araç) özel önemdedir. Kavramlaştırılması gereken evvel emirde, örgütün (akçalı işlemler, üretim, dağıtım, mevzuat) devletin etkinlikleriyle ve/veya piyasa yapılarıyla olan bağıdır. Geleneksel kitle iletişim araştırmaları da örgütsel etmenlere önem vermiş olmakla birlikte, kuram düzeyinde bu alanda en etkin olan siyasal-ekonomi yaklaşımı ve bu yaklaşım büyük ölçüde Marksist açıklamalardan yararlanmaktadır. Çalışmamızın birinci bölümü büyük ölçüde bu kuramların özellikle ampirik düzlemdeki örneklerinden oluşmaktadır.

“Süreç” kuramları diğer kuramlardan farklı olarak doğrudan doğruya izleyici ile televizyon arasındaki ilişki konulara, etkileşim ve karşılıklı-bağımlılık konularına yönelik kavramlaştırılan içermektedir. Etnografik alımlama kuramları, feminist yaklaşımlar ve nitel izleyici araştırmalarının konu alındığı, “niçin televizyon seyrediyoruz” başlıklı ikinci bölüm, bu kuramların çalışmamızda ağırlıklı olarak konumlandığı mekânı oluşturmaktadır.

Corner, televizyona ilişkin bu dört kuram türünü tartıştıktan sonra, bunlar arasındaki ilişkiyi “süreç” kuramlarının kurabileceğini belirtmektedir. Bunun nedeni, temsil, araç ve kurum üzerinde

odaklanılsa bile televizyon üzerine geliştirilen anlamlı ve önemli bir kuramsal çalışmanın “süreç”sel nitelikten kendini uzak tutmasının giderek zor olmasıdır. Ne var ki Corner bu önerisinin kuramsal bakımdan yeni sorunlar ortaya çıkaracak nitelikte olduğunu da belirtmektedir.

Corner’ın bu çalışmamıza katkısı esas olarak kuram türlerine ilişkin sınıflandırması değil, bir “televizyon kuramı”nın olabilirliği üzerine yaptığımız zihin egzersizinin yararsızlığını anımsatmasıdır. Şöyle demektedir Corner: “Araştırmacıların kullandığı farklı kavramsal çerçeveler, ‘televizyon’un bir araştırma konusu olarak nasıl algılanacağı konusundaki uyumsuzlukların, çalışmaların devam etmesini sağlayacaktır. Beşeri bilimler ve toplumsal bilimler birbirlerinden keskin biçimde farklı çözümleme ve araştırma tarzlarını desteklemeye devam edeceklerdir ve bu da, ‘televizyon çalışmaları’ hatta bundan daha da fazla olarak ‘televizyon kuramı’ gibi dilsel kullanımları köksüz ve sallapati kılacaktır.”

Bu değerlendirmenin geçerliğini kabul ettiğimizde, sonuç bölümüne gelindiğine göre bitmiş olan, ya da daha doğrusu öyle duran bu çalışmamızın, gerçekte televizyona ilişkin farklı kuramsal çerçevelerden gerçekleştirilmiş bir çok araştırmaya dayalı verileri bir araya getiren, seçmeci bir yaklaşımın ürünü olduğunu söyleyebiliriz. Bu seçmeci kavramı, hem farklı kavramsal yaklaşımların aslında huzursuz birlikteliğini, yani bilim dilinde pek de hoş karşılanmayan “seçmecilik”i (yabancı dildeki karşılığıyla “eclecticism”) dile getirmekte, hem de verilerin metinde değerlendirilme konusunda (kuramsal bir tümlük, tutarlık olmadığı için) bireysel, öznel bir yeğleme sürecini anlatmaktadır.

Aslında medya alanındaki çalışmaların bu tür bir seçmecilikten sakınma veya korunma girişimlerinin kuramsal bilgi üretme bakımından bir kısırlık yaratacağını düşünüyorum. Bunun örnekleri de bol miktardadır. Öyle ki, bu kendini sakınma veya korunma çabalarının yaklaşımlar arasındaki bilgi alışverişini dahi engellemektedir. Örneğin aslında kendisi de gevşek bir kategorileştirme olan “kültürel çalışmalar” yaklaşımı içinde, empirisist ve tarihsellik-dışı olarak nitelenen geleneksel kitle iletişim araştırmalarının topladığı verileri işe yaramaz gerekçesiyle bir yana itme eğilimine dikkat çeken Justin Lewis (1997), bu eğilimin medya alanındaki bilgi üretimi bakımından yol açtığı sınırlamaları tartışmaktadır. Özellikle kuramsal bir konumu dile getirmenin yolu olan yöntem konusunda, “kültürel çalışmalar” içerik çözümlemesi ve önceden-kodlanmış sömürge tekniklerini bir yana itmiştir. Lewis’e göre, kuram ile yöntembilim arasında bu tür bir indirgemecilik (yani kendi deyişiyle “kuramsal belirlenimcilik”), bu tür tekniklerin geri kalmış bir uygarlığın simgeleri olarak görülmesine yol açmıştır. Oysa burada yöntembilimin kuramdan görece özerkliği çerçevesinde konuyu yeniden düşünmeye gereksinim bulunmaktadır. Kuramsal safiyet adına, belli yöntemlerin başka dünyalara ait olduğu düşünülen yaklaşımlara indirgenerek göz ardı edilmesi, korunmaya alınan kuramsal yaklaşımların kısırlaşmasına neden olabilir.

Justin Lewis eleştirilerini kendi içinde bulunduğu “kültürel çalışmalar” geleneğini bir ölçüde kayırarak, dolayısıyla sınırlı bir şekilde dile getirmektedir. Ne var ki ben, Lewis’den de ileri giderek, medya çalışmalarında “epistemolojik” sorunların ve tartışmaların böylesi neredeyse boğucu bir düzeye ulaşmasının, yani tartışmaların elde edilen bilgi ve veriler üzerinde değil, bu bilgilerin ve verilerin kaynakları ve bunlara ulaşılma biçimleri üzerinde bunca durulmasının medya ya da televizyonla olan ilişkimizi kavrama çabalarımızın önünde neredeyse bir engel oluşturduğunu düşünüyorum. Çünkü sorun artık bu ilişkinin anlaşılmasından çok kuramsal yaklaşımların kendi iç meselesi haline gelmiş, asıl mesele de bu iç meselenin sanki bir “vesilesi” gibi marjinalliğe itilmiş gibi görünmektedir.

Bunları söylemekle, medya çalışmalarında yakın bir zamanlarda moda olan, şimdilerde ise bir yana bırakılmış görünen “yakınsama (*convergence*)”, yani farklı yaklaşımlar arasında bir diyalogun nasıl başlatılabileceği tartışmalarını yeniden canlandırma girişiminde bulunduğum da düşünülmesin. Amacım, bu çalışmada da görüldüğü üzere, televizyon üzerine yapılan araştırmaların verilerini

konuya bakışımızda ufukumuzu genişleteceği düşüncesiyle olabildiğince bir araya getirmenin gerektiğini belirtmekti. Kuşkusuz genel bir düşünsel çerçeve olmaksızın bilgiler ve veriler kendi başlarına bir anlam ifade etmezler, ya da en iyi ihtimal kendi başlarına, bölük pörçük dururlar. Bu çalışmadaki genel çerçevemiz metnin örgütlenmesinde ve satır aralarında kendisini ele vermektedir zaten.

Çalışmaya bakıldığında, bu verilerin düzenlenmesinde ve örgütlenmesinde kimi sorunlar olduğu görülecektir kuşkusuz. Ama yine de, bu çalışmanın tüm eksiklik ve sorunlarına karşın birtakım yararları da olacağı, üstelik bu yararların hatalarını bağışlayacağını düşünüyorum, daha samimi bir deyişle umuyorum. Ayrıca bunlar aynı zamanda çalışmanın okunduktan sonra nasıl değerlendirilebileceğini de ima ettikleri için bu sonuç bölümünde bunları tek tek sıralamanın, bir anlamda da tüm çalışmanın bir özetini oluşturacağını ve geleceğe yönelik önerileri ve fikirleri yönlendireceğini düşünüyorum.

Nedir bu yararlar?:

a. Televizyon gündelik yaşamımızın tümlşik bir parçası olmuştur. “Teşbihte hata olmaz” deyişinin sağladığı güvenli alana sığınarak, hatta televizyonun, elimiz, kolumuz, bedenimiz gibi kendimize ait bir organ olduğunu bile söyleyebiliriz. Bu teşbihi aslında bilerek yapıyorum, çünkü organlarımızı kullanırken, kendilerinden olumsuz bir “geribesleme” (*feedback*) almadığımız taktirde varlıklarını bile unuttuğumuz olur. Televizyon da kimi zaman (belki çoğu zaman) varlığını sorgulamadığımız ama bize bizi rahatsız eden (bu erotiklik olabilir, şiddet olabilir) bir “geribesleme” (*feedback*) gönderdiğinde kendisini anımsatan bir araç haline gelmiştir.

Televizyonun bu “elde bir”liği, ilginçtir ki (belki aslında doğaldır ki) televizyon hakkındaki düşüncelerimizin de kökleşik ama çoğu kez yüzeysel değerlendirmeler olmasıyla bir koşutluk göstermektedir. Bu değerlendirmeler en genel biçimiyle, televizyonun bizzat varlığıyla dünyamıza getirdiği ve daha da getireceği “yenilikler, dönüşümler” karşısındaki korkunun, televizyonu varolan bilinç ve kültürümüzle (yani aslında televizyon öncesi bilinç ve kültürel değerlerle) disipline edebilme çabasının, nihayet bunu başarabildiğimiz düşündüğümüz alan ve anlarda da bir rahatlık duygusunun anlatımları olarak somutlaşmaktadır.

Doğrusu, bu çalışma her ne kadar tümlüklü bir kavramsal çerçeveden kurulmuş olmasa da, nihayetinde metnin kimi yerlerine sızmış, kimi yerlerinde kendini açıkça belli eden bir tavrın, duruşun olmaması da olanaksız elbette. Bu tavrın, eğer tam olarak belli olmuyorsa, televizyonu disipline etme eğilimiyle koşutluk içinde olduğunu açıkça söylemeliyim. Bu tavrın beyhude ve gelişmeyi köstekleyici bir direniş olduğu düşünülebilir, (aslına bakılırsa bu düşüncüyü ne kadar hoşlanmasak da ciddiye almamız gerektiğini de itiraf etmemiz gerekiyor) ama eğer televizyon gerçekten bilincimizde köklü bir devrimi gerçekleştirecek bir araçsa, bu devrimin en az hasarlı biçimde gerçekleşmesini istemenin de çok “reaksiyoner” bir tavır olduğunu sanmıyorum. Yine de, çalışmada gerek kuramsal ve kavramsal tartışmalar, gerekse televizyonun çeşitli yönlerine ilişkin çok sayıdaki araştırmanın sağladığı veriler, yukanda belirttiğim televizyona ilişkin kökleşik ve yüzeysel değerlendirmelerimizi gözden geçirmeye, derinleşmeye, sorgulamaya yönleltebilir. Çalışmanın yararlı yönlerinden birinin bu olduğunu düşünüyorum.

b. Evlerinde sadece televizyon seyreden bizler, genelde medya, özelde de televizyon alanında gerçekleşen dönüşümleri, değişiklikleri ancak bize, yani ekrana yansıyan yönüyle görüyoruz. Ancak bu görüntü, dönüşüm ve değişimlerin derinlemesine kavranmasına yeterli değil. Yani ekranda çoğalan kanallara ve görüntülere, farklılaşan, çeşitlenen, yenilenen program formatlarına bakarak, televizyon dünyasında olan biteni gereğince anlama olanağımız yoktur. Ekrana yansıyan yönüyle kavrayamadığımız değişimler aslında “yurttaş” olarak, “sivil toplum”un bir mensubu olarak, katılsak da, katılmasak da, “kamusal alanların” bireyleri olarak, bizleri sınırlayan ya da mevcut

sınırlamalarımızı genişleten toplumsal, ekonomik ve kültürel siyasalarla yakından ilgilidir. Bu nedenle hem bu değişimleri tartışmaya, hem de bu tartışmaları televizyon alanındaki “kamu hizmeti yayıncılığı”, “kamu yayıncılığı”, “tecimsel yayıncılık”, ve benzeri kavramları kullanarak yapmaya şiddetle gereksinimimiz var. Bu çalışmanın böyle tartışmaya donanımlı girmeyi sağlama gibi bir yararı olabileceğini sanıyorum.

Bu çalışmanın bir yararı da, televizyonla olan ilişkimizi bireysel düzlemde yeniden tanımlamamıza yardım etme olabilir. Çalışmada sunulan kuramsal bilgiler bireysel okurların televizyonla ilişkisini ölçüp biçmeye, sorgulamaya ve yeniden-tanımlamalarna yol açabilir. Muhakkak ki, daha fazla bilgiye dayanarak gerçekleştirilecek böylesi bir tanım, mevcut tanımdan daha anlamlı olacaktır. Düşmanı ya da dostu ne kadar iyi tanırsak ilişkimizin de o denli sağlıklı olacağı kuşkusuzdur.

c. Çalışmada, televizyonla meslek icabı ilgilenenlerin, yani televizyon profesyonellerinin de, çalıştıkları araçla ilgili yeni bilgiler bulabileceklerini sanıyorum. Bu bilgilerle neler yapabilirler, yani mesleklerindeki rutinlere nasıl müdahale edebilirler bilmiyorum, aslında böyle bir müdahalenin mümkün olduğunu da sanmıyorum ama yine de, profesyonelleşme sürecinin meslek alanındaki bilgilerle donanımlı olmayı gerektirdiğini, yani profesyonelliğin koşullarından birinin, alandaki yeni bilgilerden haberdar olmak olduğunu düşünecek olursak çalışma bu anlamda da yararlı olacaktır.

Son olarak da, bu çalışmanın televizyon alanında eğitim veren, öğretim yapan yüksek öğrenim kurumlarının sayıca ve kapsamca giderek genişlediği göz önüne alındığında, üstelik bu alanda Türkçe yayın kıtlığı, yanı sıra en son çalışmaların derlendiği kaynak yokluğu düşünüldüğünde, akademik kullanım için de bir işlevi olacağını sanıyorum. Bunu söylemekle birlikte, özellikle yüksek lisans ve doktora düzeyinde bu kitapta da örneklerini görmüş olduğunuz üzere, toplumumuzun bilgi gereksinimine karşılık verecek çok sayıda yeni ve özgün çalışmanın yapılmakta olduğunu, bu tür çalışmaların kitaplaştırılarak, toplumun kullanımına sunulmasında büyük yarar olduğunu belirtmeyi de gerekli görüyorum. Üniversitelerin toplumla daha yakın işbirliği, üretilen bilginin topluma mal olmasını sağlayacaktır. Medyanın hemen hepimizi şu ya da bu şekilde göz altında tuttuğu bir dünyada, ancak bilgili yurttaşlar bu tehdide karşı koyabilirler.

Kaynakça

- Abercrombie, N., *Television and Society*, Polity Press, Cambridge, 1996.
- Abercrombie, N., Lash, S. ve Longhurst, B., "Popular Representation: Recasting Realism," içinde Lash, S. ve Friedman, J. (der), *Modernity and Identity*, Blackwell, Oxford, 115-140, 1992.
- Allen, R.C., "'Soap Opera' Audiences and the Limits of Genre," içinde Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G. ve Warth, E-M. (der), *Remote Control*, Routledge, London, 4-55, 1989.
- Anderson, D.R., et al, "Stressful Life Events and Television Viewing," *Communication Research* 23(3): 243-260, June 1996.
- Ang, I., *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, London, 1985.
- Ang, I., *Desperately Seeking the Audience*, London, Routledge, 1991.
- Archer, M. S., "Theory, Culture and Post-Industrial Society", *Theory, Culture and Society* 7(2-3): 97-119, 1990.
- Amason, P. Johann, "Nationalism, Globalization and Modernity," *Theory, Culture and Society* 7 (2-3): 207-236, 1990.
- Aronson, E., *The Social Animal*, New York, W.H. Freeman and Co., yedinci basım, 1995.
- Ashis, N., *The Intimate Enemy: Loss and Recovery of Self under Colonialism*, Delhi: Oxford University Press, 1983.
- Atkin, C.K., "Effects of Realistic TV Violence vs Fictional Violence on Aggression," *Journalism Quarterly* 60: 615-621, 1986.
- Aufderheide, P., "Public Service Broadcasting in the United States," *Journal of Media Economics* 9(1): 63-76, 1996.
- Aust, C.F. ve Zillman, D., "Effects of Victim Exemplification in Television News on Viewer Perception of Social Issues," *Journalism and Mass Communication Quarterly* 73(4): 787-803, Winter 1996.
- Austin, E.W. ve Meili, H.K., "Effects of Interpretations of Televised Alcohol Portrayals on Children's Alcohol Beliefs," *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 38(4): 417-435, Fall 1994.
- Bandura, A., *Aggression: A Social Learning Analysis*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1973.
- Bandura, A., *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1986.
- Bare, J. "A New Look at Television Viewing and Adult Vocabulary," *International Journal of Public Opinion Research* 7(1): 23-39, Spring 1995.

Barnett, G.A. ve Cho, S.H. "Predicting Television Viewing: Cycles, the Weather, and Social Events," Watt, J.H. ve VanLear, C.A., (der) *Dynamic Patterns in Communication Processes*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1996, 231-254.

Barry, P., *Beginning Theory: An Introduction to Literary and Cultural Theory*, Manchester University Press, Manchester, 1995.

Barwise, P., ve Ehrenberg, A., *Television and Its Audience*, Sage, London, 1988.

Bechtel, R.B., Achelpohl, C. ve Akers, R., "Correlates Between Observed Behaviour and Questionnaire Responses on Television Viewing," içinde Rubinstein, E., Comstock, G. ve Murray, J., (der) *Television and Social Behaviour, Cilt. 4, Television in Day-to-Day Life: Patterns of Use*, Washington, DC, United States Government Printing Office, 1972.

Bell, D., *The Coming of Post-Industrial Society*, New York, Basic Books, 1973.

Bell, D., "The Social Framework of the Information Society," içinde Forester, T., (der) *The Microelectronics Revolution*, Oxford, Blackwell, 1980.

Berkowitz, L. ve Rogers, K.H., "A Priming Effects analysis of Media Influences," içinde Bryant, J. ve Zillmann, D., (der) *Perspectives on Media Effects*, Lawrence Erlbaum, New York, 1986.

Blumler, J., "The New Television Marketplace: Imperatives, Implications, Issues," içinde, Curran, J. ve Gurevitch, M., (der.) *Mass Media and Society*, London, Methuen, 1991.

Blumler, J., (der.) *Television and the Public Interest: Vulnerable Values in West European Broadcasting*, London, Sage, 1992.

Blumler, J. ve Gurevitch, M. *The Crisis of Public Communication*, Routledge, London, 1995.

Boardman, A.E. ve Vining, A.R., "Public Service Broadcasting in Canada," *Journal of Media Economics* 9(1): 47-61, 1996.

Bondebjerg, I., "Public Discourse Private Fascination: Hybridization in 'True Life Story' Genres," *Media, Culture and Society* 18(1): 27-45.

Boyd-Barrett, O., *Mass Communications in Cross-cultural contexts: The Case of the Third World*, Open University Press, Milton Keynes, 1977.

Brants, K., "Who's Afraid of Infotainment?" *European Journal of Communication* 13(3): 315-335, 1998.

Brown, A., "Economics, Public Service Broadcasting, and Social Values," *Journal of Media Economics* 9(1): 3-15, 1996.

Brown, A., "Public Service Broadcasting in Four Countries: Overview," *Journal of Media Economics* 9(1):77-81, 1996.

Brown, M.E., *Soap Opera and Women's Talk*, Sage, London, 1994.

Brunsdon, C., "Text and Audience," içinde, Seiter, e., Borchers, H., Kruetzner, G. ve Warth, E., (der) *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, London, 1989.

Burke, P., "We, the People: Popular Culture and Popular Identity in Modern Europe," içinde, Lash, S. ve Friedman, J. (der), *Modernity and Identity*, Blackwell, Oxford, 1992.

Campbell, E., "Pluralistic Perspectives: Development of Broadcasting in France and Germany", *Mass Comm Review* 21(3-4): 187-209, 1994

Cantor, J., ve Nathanson, A.I., "Children's Fright Reactions to Television News," *Journal of Communication* 46 (4): 139-152, 1996.

Cave, M., "Public Service Broadcasting in the United Kingdom," *Journal of Media Economics* 9(1): 17-30, 1996.

Center for Communication and Social Policy, *National Television Violence Study 2*, Sage Publications, Thousand Oaks, 1998.

Clancy, M., *The Television Audience Examined*, Journal of Advertising Research 34(4), unpaginated insert, July/August 1994.

Cline, V.B., Croft, R.G. ve Courier, S., "Desensitization of Children to Television Violence," *Journal of Personality and Social Psychology* 27: 360-365, 1973.

Cohen, S., *Folk Devils and Moral Panics*, Martin Robertson, Oxford, 1980.

Collins, R., "National Culture: A Contradiction in Terms?" *Canadian Journal of Communication* 16(2), 1991.

Collins, R., "Trading in Culture: The Role of Language," *Canadian Journal of Communication* 19(3/4), 1994.

Condry, J., *The Psychology of Television*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, 1989.

Liebes, T. ve Katz, E., *The Export of Meaning*, Oxford University Press, Oxford, 1993.

Corner, J., "Television in Theory," *Media, Culture and Society* 19(2): 247-262, April 1997.

Crandall, R.W., "The Economic impetus for the convergence in telecommunications," *Institute for Information Studies. Crossroads on the information highway: convergence and diversity in communications technologies*, Institute for Information Studies, Queenstown, MD 1995, ss. 1-18.

Curran, J., "The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal," *European Journal of Communication*, 5(2-3), 135-164, June 1990.

Çelenk, S., *Türkiye'de Televizyon Program Endüstrisi: Bağımsız Prodüksiyon Şirketleri Üzerine bir İnceleme*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1998.

Dahlgren, P., "Enhancing the Civic Ideal in Journalism," içinde Brants, K., Hermes, J. ve van Zoonen, L., (der) *The Media in Question: Popular Cultures and Public Interests*, Sage, London, 1998, 89-101.

Dawson, J., "The Empire Strikes Back: Managerialism in the New ABC", *Culture and Policy* 3(2), 1991.

Diener, E. ve DeFour, D., "Does Television Violence Enhance Program Popularity," *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(3): 333-342, 1978.

Drahoş, P., "Information Feudalism in the Information Society," *The Information Society* 11(3):209-222, July-Sept. 1995.

Drotner, K., "Ethnographic Enigmas: 'The Everyday' in Recent Media Studies," *Cultural Studies* 8(2): 341-357, May 1994.

Dubow, E.F. ve Miller, L.S., "Television Violence Viewing and Aggressive Behavior," içinde MacBeth, T.M. (der), *Tuning into Young Viewers*, Sage, Thousand Oaks, CA, 1996.

Egan, B.L., "Building Value Through Telecommunications: Regulatory Roadblocks on the Information Superhighway," *Telecommunications Policy* 18(8):573-587, Nov. 1994.

Elasmr, M.C. ve Hunter, J.E., "The Impact of Foreign TV on a Domestic Audience: A Meta Analysis," içinde Burleson, B.R. (der), *Communication Yearbook*, cilt 20, 47-69, Sage Publications, Thousand Oaks, 1996.

Ellis, J., *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*, Routledge and Kegan Paul, London, 1982.

Esrock, S.L., "The Information Highway as Revolution or Evolution?" *New Jersey Journal of Communication* 5(1): 47-65, Spring 1997.

Esser, F. ve Brosius, H.-B., "Television as Arsonist?: The Spread of Right-Wing Violence in Germany," *European Journal of Communication* 11(2): 235-260, June 1996.

Fang, I., *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions*, Boston, Focal Press, 1997.

Finn, S., "Origins of Media Exposure: Linking Personality Traits to TV, Radio, Print, and Film Use," *Communication Research* 24(5): 507-529, Oct. 1997.

Fish, S., *Is There a Text in This Class?: The Authority of Interpretive Communities*, Harvard University Press, Cambridge, 1980.

Fiske, J., "Moments of Television: Neither the Text nor the Audience," içinde, Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G. ve Warth E.-M., (der) *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*, Routledge, London, 1989.

Fiske, J. ve Hartley, J., *Reading Television*, Methuen, London, 1978.

Fortner, R.S., "Excommunication in the Information Society", *Critical Studies in Mass Media* 123(2):133-154, June 1995.

Frenette, M. ve Caron, A.H., "Children and Interactive Television: Research and Design Issues," *Convergence* 1(1): 33-60, Spring 1995.

Friedlander, B.Z., "Community Violence, Children's Development and Mass Media: In Pursuit of New Insights, New Goals, and New Strategies," *Psychiatry Journal* 56(1), February, 1993.

Gardiner, W.L., "Virtual Reality/Cyberspace: Challenges to Communication Studies," *Canadian Journal of Communications* 18(3), 1993.

Garnham, N., *Structures of Television*, BFI, London, 1978

Gerbner, G., "Cultural Indicators-the Third Voice," içinde Gerbner, G., Gross, L. ve Melody, W., (der) *Communications Technology and Social Policy*, 553-573, Wiley, New York, 1973.

Gitlin, T., *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*, University of California Press, Berkeley, 1982.

Gitlin, T., *Inside Prime Time*, Pantheon, New York, 1983.

Golding, P., "The Communications Paradox: Inequality at the National and International Levels," *Media Development* 41(4): 7-9, 1994.

Graber, D.A., "The Infotainment Quotient in Routine Television News: A Director's Perspective," *Discourse and Society* 5(4): 483-508, Oct. 1994.

- Gray, A., *Video Playtime: The Gendering of a Leisure Technology*, Routledge, London, 1992.
- Groombridge, B. ve Hay, J., *The Price of Choice: Public Service Broadcasting in a Competitive European Market Place*, John Libbey, London, 1995.
- Gunter, B., Furnham, A., ve Lineton, Z., "Watching People Watching Television: What Goes on In Front of the Television Set", *Journal of Educational Television* 21(3): 165-191, Winter 1995.
- Hall, S., "Encoding and Decoding," içinde Stuart Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., ve Willis, P., (der) *Culture, Media, Language*, London, Hutchinson, 1980.
- Hall, S. ve Jacques, M. (der.), *Yeni Zamanlar: 1990'larda Politikanın Değişen Çehresi*, çev. A. Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1995.
- Hamada, J., "Advanced 'Public' and Public Broadcasting: Toward a Theory of 'Public Subjectivity' in Broadcasting", *Broadcasting Culture Research Institute, Studies of Broadcasting*, Tokyo: Nippon Hoso Kyokai, 1997, ss. 37-53.
- Hayes, D.A., "The Children's Hour Revisited: The Children's Television Act of 1990," *Federal Communications Law Journal* 46(2): 293-328, March 1994.
- Hobson, D., *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*, Methuen, London, 1983.
- Hodge, B. ve Tripp, D., *Children and Television*, Polity Press, Cambridge, 1986.
- Hollified, A ve Samarajiva, R., "Changing Discourses in U.S. International Information-Communication Policy," *Gazette* 54(2): 121-143, 1994.
- Horton, D. ve Wohl, R.R., "Mass Communication and Parasocial Interaction," *Psychiatry* 19, ss. 215-229, 1956.
- Howard, P., "The Confrontation of Modern and Traditional Knowledge Systems in Development," *Canadian Journal of Communication*, 19, 2, 1994.
- Hulten, O., "Diversity or Conformity? Television Programming in Competitive Situations," *Nordicom Review* 1:7-21, 1995.
- Huston, A.C. ve Wright, J.C., "Television and Socialization in Young Children," içinde MacBeth, T.M., (der) *Tuning in to Young Viewers*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1996, 37-60.
- ILEF, Media Information Unit, *Mediascape: Türkiye98*, Ankara, 1998.
- Inglis, F., *Media Theory: An Introduction*, Basil Blackwell, Oxford, 1990.
- Innis, H., *Empire and Communications*, Toronto University Press, Toronto, 1972.
- Jameson, F., "Reification and Utopia in Mass Culture," *Social Text* 1, Fall, 1979.
- Jeffrey, L., "Rethinking Audiences for Cultural Industries: Implications for Canadian Research," *Canadian Journal of Communications* 19(3/4), 1994.
- Jensen, K. ve Rosengren, K.E., "Five Traditions in Search of the Audience," *European Journal of Communication*, 5(2-3), 207-238, 1990, June.
- Kaid, L.L., "Technology and Political Advertising: the Application of Ethical Standards in the 1992 Spots," *Communication Research Reports* 13(2): 129-137, Fall 1996.

Kaid, L.L., "Effects of the Television Spots on Images of Dole and Clinton," *American Behavior Scientist* 40, 8, 1085-1094, August 1997.

Katz, E., Blumler, J. ve Gurevitch, M., "Utilization of Mass Communication by the Individual," içinde Blumler, J.G. ve Katz, E., (der) *The Uses of Mass Communications*, London, Faber, 1974.

Kejanlioğlu, D.B., *Türkiye'de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye'de Radyo Televizyon Yayıncılığı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 1998.

Knell, G.E., "The Children's Television Act: Encouraging Positive Television For Our Children," *Comm/Ent: Hastings Communications and Entertainment Law Journal* 17(3): 699-704, Spring 1995.

Koolstra, C. M. ve van der Voort, T.H.A., "Longitudinal Effects of Television on Children's Leisure-time Reading: A Test of Three Explanatory Models," *Human Communication Research* 23(1), 4-35, Sept. 1996.

Koolstra, C.M., ve van der Voort, T.H.A., "Television's Impact on Children's Reading Comprehension and Decoding Skills: A 3-year Panel Study," *Reading Research Quarterly* 32(2), 128-152, April-June 1997.

Kracauer, S., *Theory of Film*, Oxford University Press, NY, 1960.

Kraus, S., "Winners of the First Televised Presidential Debate between Kennedy and Nixon," *Journal of Communication* 46(4): 78-96, Autumn 1996.

Krugman, D.M., Cameron, G.T. ve White, C.M., "Visual Attention to Programming and Commercials: The Use of in-home Observations," *Journal of Advertising* 24(1): 1-12, Spring 1995.

Kumar, K., "Holding the Middle Ground", içinde, Curran, J., Gurevitch, M., Woollacoot, J., (der) *Mass Communication and Society*, Edward Arnold and the Open university Press, London, 1977.

Kunkel, D. ve Canepa, J., "Broadcasters' Licence Renewal Claims Regarding Children's Educational Programming," *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 38(4):397-416, Fall 1994.

Lee, B., ve Lee, R.S., "How and Why People Watch TV: Implications for the Future of Interactive Television," *Journal of Advertising Research* 35(6): 9-18, Nov./Dec. 1995b

Lerner, D., *The Passing of Traditional Society*, Free Press, Glencoe, Illinois, 1958.

Lewis, J., *The Ideological Octopus: An Exploration of Television and its Audience*, Routledge, London and New York, 1991.

Lewis, J., "What Counts in Cultural Studies," *Media, Culture and Society* 19(1): 83-97, Jan 1997.

Lombard, M., "Direct Responses to People on the Screen: Television and Personal Space," *Communication Research* 22(3): 288-324, June 1995.

Lull, J., (der) *World Families Watch Television*, Newbury Park, Sage, 1988.

Lull, J., *Inside Family Viewing*, Routledge, London, 1990.

Ma, E.K., "The Production of Television Ideologies: A Comparative Study of Public and Commercial TV Dramas", *Gazette* 55(1): 39-54, 1995.

MacBeth, T.M., "Indirect Effects of Television: Creativity, Persistence, School Achievement, and Participation in Other Activities," içinde, MacBeth, T.M., (der) *Tuning in to Young Viewers*,

Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1996, 149-219.

Mander, J., *Four Arguments for the Elimination of Television*, New York, Quill, 1978.

McLeod, J.M., et al, "The Impact of Traditional and Nontraditional Media Forms in the 1992 Presidential Elections," *Journalism and Mass Communication Quarterly* 73(2): 401-416, Summer 1996.

McLuhan, M., *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, Routledge and Kegan Paul, London, 1962.

McLuhan, M., "The Medium's Messenger: Understanding McLuhan, a Special Issue Commemorating the 25th Anniversary of 'Understanding Media'," *Canadian Journal of Communication*, Fall 1989 Special Issue, 101-130.

McLuhan, M. ve Fiore, Q., *The Medium is the Message*, Penguin, Harmondsworth, 1967.

McQuail, D., *Mass Communication Theory: An Introduction*, London, Sage, 1987, yeni bası 1994.

McQuail, D., "After Fire-television: The Past Half Century in Broadcasting, Its Impact on Our Civilization, *Broadcasting Culture Research Institute, Studies of Broadcasting*, Tokyo: Nippon Hoso Kyokai, 1997, s. 7-36.

McQuail, D., Blumler, J. G., J.R. Brown, J.R., "The Television Audience: A Revised Perspective," içinde D. McQuail ed. *Sociology of Mass Communication*, Penguin, Middlesbrough, 1972.

Mennell, S., "The Globalization of Human Society as a Very Long-term Social Process: Elias's Theory," *Theory, Culture and Society* 7(2-3), 1990, 359-371.

Midwinter, J.E., "Convergence of Telecommunications, Cable, and Computers in the 21st Century: A Personal View of the Technology", *Institute for Information Studies. Crossroads on the information highway: Convergence and Diversity in Communications Technologies*, Institute for Information Studies, Queenstown, MD, 1995, ss. 19-66.

Morley, D., *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*, London, BFI, 1980.

Morley, D., *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London, Comedia Publishing Group, 1986.

Morley, D., "Changing Paradigms in Audience Studies," içinde Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G. ve Warth, E., (der), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, London, 1989.

Morley, D., *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, London, 1992.

Morley, D., "Populism, Revisionism and the 'New' Audience Research", içinde, Curran, J., Morley, D. ve Walkerdine, V., (der.) *Cultural Studies and Communications*, St. Martin's Press, New York, 1996.

Mutlu, E., *Televizyonu Anlamak*, Gündoğan, Ankara, 1991.

Naim, T., "McLuhanism: The Myth of our Time," içinde Rosenthal, R. (der), *McLuhan: Pro and Con*, Penguin, Baltimore, MD, 1968.

Natrajan, B., ve Radhika Parameswaran, R., "Contesting the Politics of Ethnography: Towards an

Alternative Knowledge Production,” *Journal of Communication Inquiry* 21(1): 27-59 (Spring 1997).

Neuman, R., *The Future of the Mass Audience*, Cambridge University Press, Cambridge, 1991.

Newcomb, H., “On the Dialogic Aspects of Mass Communication,” içinde, Avery, R. ve Easton, D. (der), *Critical Perspectives on Media and Society*, Guilford Press, New York ve London, 1991, 69-87.

O'Connor, A., *Raymond Williams: Writing, Culture, Politics*, Basil Blackwell, Oxford ve New York, 1989

Ong, W., *The Presence of the World*, Yale University Press, New Haven, 1997.

Paik, H. ve Comstock, G., “The Effects of Television Research of Antisocial Behavior: A Meta-Analysis,” *Communication Research* 21(4): 516-546, August 1994.

Parry-Giles, S.J. ve Parry-Giles, T., “Gender in Politics and Presidential Image Construction: A Reassessment of “Feminine Style”, *Communication Monographs* 63(4): 337-353, Dec. 1996.

Petley, J., “Fact plus Fiction Equals Friction,” *Media, Culture and Society* 18(1): 11-25, Jan. 1996.

Pfau, M. ve Eveland, W.P., Jr., “Influence of Traditional and Non-traditional News Media in 1992 Election Campaign,” *Western Journal of Communication* 60(3): 214-232, Summer 1996.

Pfetsch, B., “Convergence Through Privatization? Changing Media Environments and Televised Politics in Germany,” *European Journal of Communication* 11(4), 427-451, Dec. 1996.

Piaget, J., *The Child and Reality: Problems of Genetic Psychology*, Penguin, New York, 1976.

Plotkin, A.S., “The First Amendment and Democracy: The Challenge of New Technology,” *Journal of Mass Media Ethics* 11(4): 236-245, 1996.

Poster, M., *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*, Polity Press, Cambridge, 1990.

Postman, N., *Amusing Ourselves to Death*, Methuen, London, 1987.

Potter, W.J. ve Warren, R., “Considering Policies to Protect Children from TV Violence,” *Journal of Communication* 46(4): 116-138, Autumn 1996.

Pratten, S., “Needs and Wants: the Case of Broadcasting Policy,” *Media, Culture and Society* 20(3): 381-407, 1998.

Procter, D.E., ve Schenck-Hamlin, W.J., “Form and Variations in Negative Political Advertising,” *Communication Research Reports* 13(2): 147-156, Fall 1996.

Radway, J., “Interpretive Communities and Variable Literacies: the Functions of Romance Reading,” *Daedalus*, 113 (3), Summer 1984.

Radway, J., *Reading the Romance: Feminism and the Representation of Women in Popular Culture*, Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1984.

Reep, D.C. ve Dambrot, F.H., “TV Parents: Fathers (and now mothers) Know Best,” *Journal of Popular Culture* 28(2): 12-21, Fall 1994.

Rhodes, J., “‘Even My Own Mother couldn’t Recognize Me’: Television News and Public Understanding,” *Federal Communications Law Journal* 47(1): 31-40, Oct. 1994.

- Roach, C., "Cultural Imperialism and Resistance in Media Theory and Literary Theory," *Media, Culture and Society* 19(1): 47-66, Jan 1997.
- Robertson, R., "Mapping the Global Conditon: Globalization as the Central Concept", *Theory, Culture and Society*, 7(2-3), 1990, 15-30.
- Roe, K. ve Vandebosch, H., "Weather to View or Not: That is the Question," *European Journal of Communication* 11(2): 201-216, June 1996.
- Rojas, H., Shah, D.V., ve Faber, R.J., "For the Good of Others: Censorship and the Third-person Effect," *International Journal of Public Opinion Research* 8(2), 163-186, Summer 1996.
- Romanyshyn, R.D., "The Despotie Eye and Its Shadow: Media Image in the Age of Literacy," içinde, Levin, D.M. (der) *Modernity and the Hegemony of Vision*, University of California Press, Berkeley ve LA, 1993, 339-360.
- Rowland, W.D.Jr., "U.S. Broadcasting and the Public Interest in the Multichannel Era: The Policy Heritage and its Implications," *Broadcasting Culture Research Institute, Studies of Broadcasting*, Nippon Hoso Kyokai, Tokyo, 1997, 89-130.
- Saundry, R. ve Nolan, P., "Regulatory Change and Performance in TV Production," *Media, Culture and Society* 20(3): 409-426, 1998.
- Schoof, H. ve Brown, A.W., "Information Highways and Media Policies in the European Union," *Telecommunications Policy* 19(4):325-338, May-June 1995.
- Schutz, A., "Entertainers, Experts, or Public Servants? Politicians' Self-presentation on Television Talk-shows," *Political Communication* 12, 2: 211-221, April-June 1995.
- Screen Digest, *Transformation Scene in World Television*, 1992 February.
- Sebstrup, P., "Research Into International TV Flows," *European Journal of Communication* 4 (4): 398-408, 1989.
- Sebstrup, P., "Transnationalization of Television in Europe: a Study of Supply and Consumption in Five Countries," *Nordicom Review* 1:1-6, 1995.
- Signorelli, N. ve Staples, J., "Television and Children's Conceptions of Nutrition," *Health Communication* 9(4): 289-301, 1997.
- Silverstone, R, *Television and Everyday Life*, Routledge, London, 1994.
- Sinclair, J.R., "Reforming Television's Role in American Political Campaigns: Rationale for the Elimination of Paid Political Advertisements," *Communications and the Law*, 17(1): 65-97, March 1995.
- Slattery, K.L. ve Hakanen, E.A., "Sensationalism versus Public Affairs Content of Local TV News: Pennsylvania Revisited," *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 38(2): 205-216, Spring 1994.
- Snyder, R.J., "First-year Effects of the 1990 Children's Television Act on Saturday Morning Commercial Time," *Communications and the Law* 17(4): 67-74, Dec. 1995.
- Sparks, C., "The Survival of the State in British Broadcasting," *Journal of Communication* 45(4):140-159, Autumn 1995
- Sparks, C. S., "The Future of Public Service Broadcasting in Britain", *Critical Studies in Mass*

Communication 12 (3): 325-341, Sept. 1995

Steele, L.W. "And the Walls Came Tumbling Down," *Technology in Society* 18(3): 261-284, 1996.

Stevenson, N., *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*, Sage, London, 1995.

Swanson, D.L. The Political-Media Complex at 50: Putting the 1996 Presidential Campaign in Context," *American Behavioral Scientists* 40,8, 1264-1282, August 1997.

Tan, A.S., "Social Learning of Aggression from Television," içinde Bryant, J. ve Zillmann, D. (der), *Perspectives on Media Effects*, New York, Lawrence Erlbaum, 1986.

Tannenbaum P.H., ve Zillman, D., "Emotional Arousal in the Facilitation of Aggression through Communication", içinde L. Berkowitz (der.) *Advances in Experimental Social Psychology*, cilt. 8, New York: Academic Press, 1975.

Taylor, P.W., "Co-productions—Content and Change: International Television in the Americas," *Canadian Journal of Communications*, 20(3) 1995.

Teer-Tomaselli, R. E., "The Public Broadcaster and Democracy in Transformation," *Canadian Journal of Communication*, 23: 145-162, 1998.

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

Tomlinson, J.A., "A Phenomenology of Globalization? Giddens on Global Modernity," *European Journal of Communication* 9(2): 149-172, June 1994.

Tracey, M ve Redal, W.W., "The New Parochialism: The Triumph of the Populist in the Flow on International Television," *Canadian Journal of Communication*, 20(3), 343-365, Summer 1995.

Traquina, N. "Portuguese Television: the Politics of Savage Deregulation," *Media, Culture and Society* 17(2): 223-238, April 1995.

Tremblay, G., "The Information Society: From Fordism to Gatesism," *Canadian Journal of Communication*, 20(4), 1995.

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

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

Vipond, M., "Financing Canadian public broadcasting: licence fees and the 'culture of caution' ", *Historical Journal of Film, Radio and Television* 15(2): 285-301, June 1995.

Weinman, R., "Anytime, Anywhere Communication: A Societal/Cultural perspective," *New Telecom Quarterly* 5(3): 11-15, 1997.

White, P.B., "Online Services and 'Transactional Space': Emerging Strategies for Power and Control in the New Media," *Telecommunications Policy* 21(6): 565-573, July 1997.

Wildman, Steven S., "Trade Liberalization and Policy for Media Industries: A Theoretical Examination of Media Flows," *Canadian Journal of Communication* 20(3), 1995.

Williams, R., *Television: Technology and Cultural Form*, London, Fontana, 1974.

Williams, R., *Communications*, gözden geçirilmiş yeni bası, Penguin, London, 1979.

Willnat, L., "Mass Media and Political Outspokennes in Hong Kong: Linking the Third-Person Effect and the Spiral of Silence," *International Journal of Public Opinion Research* 8(2): 187-212, Summer1996.

Dizin

A

AGB	51
aile	100-117, 130
ahımlama	100-101, 113-117
Amerikan başkanlık seçimleri	148, 151-152
Amerikan Kamu Yayıncısı (PBS)	34
Ankara Video Ajansı (AVA)	72
anlamlama rejimi	138-139, 143
Anthony Giddens	45, 80
ATV	70, 71, 159

B

BBC	22-32
bilgisayar	39, 41-43, 45, 57-59
Bill Gates	41

C

CBC (Kanada Yayın Kuruluşu)	34
Claude Levi-Strauss	99
Clifford Geertz	99
CNN	151

Ç

Çetin Altan	25
çocuklar	78, 92, 108-111, 119-130
çokanlamlılık	100, 103, 118

D

<i>Dallas</i>	50, 51, 111-112, 114-115
Daniel Bell	38
David Morley	101-103, 108
Denis McQuail	80-81, 83-84, 115
dilbilim	139-141
docu-drama	137, 146

E

eğlence	133, 147-150, 152
enformasyon devrimi	19, 28, 39, 43
enformasyon otoyolu	39, 40, 45
enformasyon seli	165

enformasyon teknolojisi	38-39, 45
enformasyon toplumu.....	19, 38, 40-45, 53, 55, 67
etnografi	99, 101, 105, 112, 115-117, 121

F

feminizm	101-102
Ferdinand de Saussure.....	99, 139-140
<i>Ferhunde Hanımlar</i>	93, 133
Flash TV.....	71
fordizm.....	41
Fred Inglis.....	84, 91, 108-109
Frederick Jameson.....	87
Friedrich Nietzsche.....	141

G

gatesizm.....	41
geleneksel kültür	54
George Gerbner.....	96-97
gözde olan etkisi	161
<i>Gözetim altına alma</i>	84
gündelik yaşam	79, 80-81, 86-87, 92, 96, 99, 101, 105, 112, 114-117, 123
gündem koyma.....	161

H

haberler.....	133, 138, 144, 146-151, 159-160
Harold Innis	56, 57, 168
hegemonik okuma	100
Hollywood	47

I

Ien Ang.....	32, 92, 111-112, 114
infotainment	149
ITV.....	26, 30
infotainment.....	149
izlerkitle.....	14, 24-26, 29, 34, 50, 81-82, 85, 87-89, 95, 98-99, 101, 113, 117, 135-136, 149
izlerküme.....	93-94, 101, 103-104, 115-117
izlerküme etnografisi.....	101
izleyiciölçer	14
İcraatın İçinden	72

J

Jacques Derrida.....	141
James Lull	105-106, 109
Janice Radway	101-102, 116
Jay Blumler.....	36, 81
Jean Baudrillard	141-142
Jean Luc Godard	16
Jerry Mander.....	78-79, 121

John Fiske.....	117-119
-----------------	---------

K

kablolu televizyon.....	42, 64
<i>kaçış</i>	81, 85-87, 98, 102
kadınlar.....	82, 102, 105, 108-109, 110-112
kalkınmacılık.....	25, 54
kamu hizmeti yayıncılığı.....	22-23, 26, 29, 30, 31, 34-37, 70, 171
kamu televizyonları.....	150
kamu yayıncılığı.....	23, 25, 28-29, 33-36, 56, 68-69, 171
Kanal 7.....	71, 72
Kanal D.....	70, 71, 72
kapitalizm.....	87, 113-114
<i>katharsis</i>	82, 127
<i>kimlik</i>	83, 92, 102, 114, 117
kitap bilinci ve kitap kültürü.....	166
kitle kültürü.....	46, 52, 86-87, 98
kitle toplumu.....	12, 38, 60, 98
kodlama ve kodaçımllama.....	99-101, 104, 168
Kuleshov deneyi.....	138
kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı.....	81-84, 95, 98-99, 116
kurumsal kuramlar.....	168
kültür.....	11, 15, 25, 47-50, 53-54, 59
kültür emperyalizmi.....	112-113
kültür endüstrileri.....	15, 46, 48, 88, 116
kültürel çalışmalar.....	99-100, 117, 169
kültürlendirme etkisi.....	98
küresel köy.....	12, 143
küresel televizyon.....	19, 47
küreselleşme.....	19, 28, 43-45

L

Leo Lowenthal.....	85
Louis Althusser.....	167

M

Madonna.....	117
Magic Box.....	64-65
Margaret Thatcher.....	26, 28, 30, 62
marksizm.....	98, 99, 117
Marshall McLuhan.....	15, 57-60, 138, 143, 168
modernizm-sonrası.....	141, 143, 167
modernleşme kuramları.....	54-55
MTV.....	151
muhalif okuma.....	101

N

Negatif reklam.....	152
---------------------	-----

Nixon ile Kennedy	96
Norman Holland	87

O

Oliver Boyd-Barrett	113
ortak-yapımlar	47-48, 52
Ortega y Gasset	98
oryantalizm	53-55
Osman Bölükbaşı	20

Ö

özel televizyonlar	11, 33, 35, 51, 56, 68, 69, 71, 72, 75, 143-145, 150, 153, 159-161
özel yayıncılık	23, 26, 30, 68, 70
özerklik	19-22, 27, 74

P

paternalizm	24, 26
pazarlıklı okuma	101
Peacock Komitesi	31
pekiştirme etkisi	96
popüler kişilikler	154
popüler kültür	85-87, 102, 112, 117, 118
prime-time	14, 50, 51, 72, 97, 136

R

<i>rating</i>	51, 88, 117, 146, 148, 149
Raymond Williams	11, 12, 24, 57
<i>Reaganomics</i>	28
reality show	133, 148
reklam	21, 26, 29, 32, 41, 66, 68
reklam harcamaları	70
reklam kampanyaları	151-152
Roger Silverstone	79, 104
Roland Barthes	141
Ronald Reagan	28, 62, 147
RTÜK	73-74, 153, 160-161
ruh durumunu yönetme kuramı	82

S

Samanyolu	72
sansasyonalizmin	146, 150, 152-154
semyotik demokrasi	117-118
Show TV	70, 72
Sigfried Kracauer	85
Sigmund Freud	87, 98, 127
Sir John Reith	24, 25, 27
siyasal kültür	26, 74
siyaset	147, 149-152

soap opera.....	136, 137, 139
Stanley Kubrick	91
Star TV	72
Starl	64, 65, 66
Stuart Hall	24, 99, 101, 103
suskunluk sarnalı.....	161
süreç kuramları	168
<i>Sveriges Television</i>	35

S

şebeke televizyonu	14, 15, 97
şiddet	79, 82, 90-92, 98, 105, 119-130

T

talk show.....	148, 151, 160
tarafsızlık.....	21, 25, 146
tecimsel televizyon.....	26, 29, 35, 36, 37, 70, 74, 146, 149, 150
teknoloji.....	11-14, 16, 40-43, 53, 55-61, 67
teknoloji ürküsü	13
teknolojik belirlemcilik	19
teknolojik gelişme	39-40, 42-43, 52, 56-57
teknolojik ussallık	16
teknolojiseverlik.....	13
telekomünikasyon	33, 40-43, 55-56
televizyon çıktısı	47, 52
televizyon endüstrisi.....	88, 97, 124, 129
televizyon içeriği.....	47, 71
televizyon kuramı.....	167, 169
televizyon programları	43, 48, 50, 72, 75
televizyon ve kitap	165
televizyonun ideolojisi.....	143
temsil kuramları	168
TGRT	70, 72
<i>Thatcherism</i>	28
toplumsal gres yağı	83
toplumsalsı ilişki	82
törel ürkü	90
TRT	16, 19-26, 51, 61-72, 119, 133, 150, 153, 159
<i>TV Globo</i>	50

U

uluslararası televizyon akışı.....	50, 52
uyaran-tepi model	92
uyuşturma etkisi.....	85

Ü

üçüncü kişi etkisi	90
--------------------------	----

W

Walter Benjamin	144
-----------------------	-----

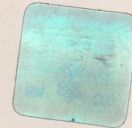
Y

yapısalcılık	140-141
yapısalcılık-sonrası	140-143
yerel kültür	52
yerli yapımlar	50-52, 71
yetiştirme çözümlemesi	96-97
yüksek kültür	86-88, 117

Prof.Dr. Erol Mutlu, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksekokulundan 1969-70 öğretim yılında mezun oldu. TRT televizyonunda 1969-1981 yılları arasında yapımcı ve yönetmen olarak çalıştı. 1984-1990 yılları arasında Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Basın Yayın Yüksekokulunda Asistan Yardımcısı, 1990-1998 yılları arasında aynı fakültede müdür yardımcısı, dekan yardımcısı ve dekanlık görevinde bulundu. 1992-1993 yıllarında ABD Michigan State Üniversitesinde Araştırmacı Öğretim Üyesi olarak görev aldı. İletişim Bilimleri dalında profesör oldu. 1998 yılından itibaren, KKTC Doğu Akdeniz Üniversitesinde öğretim Üyesi, bölüm başkanı olarak görev yapan Mutlu'nun “ Televizyonu Anlamak”, “Televizyon da Program Yapımı”, İletişim Sözlüğü” başlıklı kitapları ile çok sayıda makale ve çevirileri bulunmaktadır

İletişim alanındaki tüm teknolojik gelişmelere karşın, televizyon önce bir iletişim, sonra eğlence ve kültür aracı olarak yaşamımızdaki öncelikli yerini hala koruyor; görünen o ki daha uzun süre korumaya da devam edecek. Kitap bu aracın yaşamımızdaki yerine ilişkin araştırmaları, çözümlemeleri, soruları, kimi cevapları ve arayışları derleyip toplananın yanı sıra, bunları tartışmaya da açıyor. Kitabın iddiası her ilişki gibi televizyonla olan ilişkimizin de sabit ve genellenebilir veya indirgenebilir unsurlarla tanımlanabilecek bir ilişki değil, tam tersine bir çok değişkenin, etmenin devreye girdiği bir etkileşim olduğudur. Bu ilişkinin olabildiğince tanımlanabilmesi ise, televizyonla birlikteliğimizi hem bizim açımızdan daha anlamlı kılacak, hem de her ilişkinin dayattığı denetim sorununu biz televizyon kullanıcıları için olumlu yönde çözecek adımları atabilmemizi sağlayacaktır.

ISBN: 975-7655-17-1



9 789757 655176

Bu kitabın ederi **1.250.000 TL**'dir.
Yukarıda yazılı fiattan farklı satılamaz.