

12913

**KİTLE İLETİŞİM ÇÖZÜMLEME YÖNTEMLERİNDEN
TOPLUMBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME YÖNTEMİ
AÇISINDAN REALİTY SHOW PROGRAMLARININ
İNCELENMESİ: SICAĞI SICAĞINA PROGRAMI ÖRNEĞİ**

Arzu ÇELEN
(Yüksek Lisans Tezi)

Eskişehir-1997

Merkez Kütüphane

T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KİTLE İLETİŞİM ÇÖZÜMLEME YÖNTEMLERİNDEN TOPLUMBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME
YÖNTEMİ AÇISINDAN
REALITY SHOW PROGRAMLARININ İNCELENMESİ:
SICAĞI SICAĞINA PROGRAMI ÖRNEĞİ

Arzu ÇELEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Prof.Dr. A.Haluk YÜKSEL

ESKİŞEHİR

1997

ESKİŞEHİR
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÖZET

Türkiye’de televizyonun gelişimi ile birlikte 1990 sonrası kâr ve ticari amaç güden özel televizyon kanalları ortaya çıkmıştır. Bu özel televizyon kanalları, kâr paylarını ve izlenebilirlik oranlarını artırmak için popüler kültürün bir yansıması sayılan “Reality Show” program türlerini oluşturmuşlar ve programları izleyici kitleye sunmuşlardır. Bu programların televizyon kanallarında yayınlanmasında gözle görülür bir artış olduğu söylenebilir. Bu artışla birlikte reality show programlarında konu ve içerik açısından rekabet, kâr ve izlenebilirlik oranının artırma düşüncesi ile farklılıklar oluşmuştur. Reality showların sözcük anlamının dışına çıkarak, izleyiciye kan ve şiddet öğelerini ortaya çıkaran ve yoğun olarak işleyen programlar sunduğu gözlenmiştir.

Salt kâr amacı güden, rekabeti sağlayan ve izlenebilirlik duyguları ile hazırlanan bu programlar izleyicilerin evlerine ve günlük yaşamlarına, kan, vahşet, tecavüz gibi şiddet öğelerini rahatça sokmuş ve bu öğelerin izleyicide, günlük yaşamın bir parçası olan sıradan şeyler haline gelmesini sağlamıştır. Vakit geçirme hatta eğlenme amacı ile seyredildiği düşünülen bu programlar kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden toplumbilimsel çözümleme baz alınarak incelenmiştir. Örnek alınan “Sıcağı Sıcağına” programlarının yapısı ve yer alan toplumbilimsel çözümleme kavramları kullanımlarla birlikte açıklanmaya çalışılmıştır. Toplumbilimsel çözümlemeye yer alan bir çok kavramın incelenen programların konu ve olaylarında tespit edilmeye çalışılmıştır.

ABSTRACT

As TV industry matures in Turkey, commercial private TV channels, seeking for profit, were established after 1990. These private TV channels created and broadcasted "Reality Show" kind of programs for increasing their profit and ratings. We can say these kind of TV programs became abundant very rapidly. With this increase in the quantity of Reality Shows, they varied in form and content, in order to increase profit and ratings, as well as beating the competition. By the way, Reality Shows, exceeded their literary meaning and started to broadcast mainly violence and blood which are attractive to the viewer.

These Reality Shows made violence elements like brutality, blood and rape mundane happenings and made the viewers to receive these subject as ordinary daily events in their lives, just for increasing their profit and ratings in the competition. This kind of programs were examined based on the sociological analysis within media analysis techniques. It was thought that these TV programs were watched just for entertainment and time consuming. The structure of TV reality show "Sıcağı Sıcağına" was illustrated and explained with sociological analysis concepts. It was tried to match sociological analysis concepts with the subjects and events in these examined TV programs.

BÖLÜM II

TOPLUMSAL YAŞAM VE KÜLTÜR

1.	KÜLTÜR TANIMLARI	10
2.	KÜLTÜREL NORM VE DEĞERLER	14
3.	GENEL VE ALT KÜLTÜR	16
4.	KÜLTÜREL YAŞAM VE İLETİŞİM	27

BÖLÜM III

İLETİŞİM VE KİTLE İLETİŞİMİ

1.	İLETİŞİM OLGUSU, İLETİŞİM SÜRECİ VE TEMEL ÖĞELERİ, İŞLEVLERİ İLE SINIFLANDIRILMASI	30
1.1.	İletişim Olgusu	31
1.2.	İletişim Süreci ve Temel Öğeleri	36
1.2.1.	Kaynak (ya da gönderen)	37
1.2.2.	İleti (Mesaj)	38
1.2.3.	Kanal (Araç ya da Oluk)	38
1.2.4.	Alıcı (Hedef)	39
1.2.5.	Geribildirim (feedback, geribesleme, yansıma)	40
1.3.	İletişim Sürecinin Diğer Öğeleri	40
1.3.1.	Toplayıcı yankı (feed forward)	41
1.3.2.	Gürültü	41
1.3.3.	Seçici algı	41
1.4.	İletişimin İşlevleri	42
1.5.	İletişimin Tür ve Sınıflandırması (Kullanım Biçimleri)	44
2.	KİTLE İLETİŞİM OLGUSU, TEMEL ÖZELLİKLERİ, SÜRECİ VE İŞLEVLERİ	46

2.1. Kitle İletişim Olgusu	46
2.2. Kitle İletişimin Temel Özellikleri	48
2.3. Kitle İletişim Süreci	50
2.4. Kitle İletişiminin İşlevleri	51

BÖLÜM IV

BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYON

1. KAVRAM OLARAK TELEVİZYON VE DÜNYADAKİ GELİŞİMİ	54
1.1. Kavram Olarak Televizyon	54
1.2. 19.Yüzyılda Televizyonun Gelişimi	56
1.3. 20.Yüzyılda Televizyonun Gelişimi ve Günümüzde Ulaştığı Nokta	59
2. TÜRKİYE'DE TELEVİZYONUN GELİŞİMİ	63
2.1. Televizyonun Türkiye'ye Giriş Yılları	63
2.2. Tek Kanal Dönemi ve Renkli Televizyona Geçiş	66
2.3. 1990 Sonrası Çok Kanallı Günümüz Televizyon Dönemi ..	68

BÖLÜM V

TELEVİZYONUN İŞLEVLERİ VE TELEVİZYON PROGRAM TÜRLERİ

1. TELEVİZYONUN İŞLEVLERİ	71
1.1. Haber Verme ve Bilgilendirme İşlevi (Enformasyon İşlevi)	72
1.2. Eğitim İşlevi	73

1.3. Eğlendirme İşlevi	75
1.4. Mal ve Hizmetlerin Tanıtılması İşlevi	77
1.5. İnandırma ve Harekete Geçirme İşlevi	78
1.6. Kültürel İşlevler	79
1.7. Politik İşlevler	81
2. TELEVİZYON PROGRAM TÜRLERİ	81
2.1. Haber Bültenleri ve Haber Programları	82
2.2. Müzik-Eğlence Programları	89
2.3. Eğitim-Kültür Programları	92
2.4. Magazin Programları	95
2.5. Spor Programları	95
2.6. Çocuk Programları	97
2.7. Drama Programları	98
2.8. Belgesel Programları (Belgesel Film)	98
2.9. Reality Show Programları	99

BÖLÜM VI

KİTLE İLETİŞİM ÜRÜNLERİNİN ÇÖZÜMLERİNE İLİŞKİN YÖNTEM YAKLAŞIMLARI

1. GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME	105
1.1. Göstergeler	105
1.2. Dil ve Konuşma	106
1.3. Eşzamanlı ve Artzamanlı	106
1.4. Dizimsel Çözümleme	107
1.5. Dizisel Çözümleme	108
1.6. Eğretileme ve Düzdeğişmece	108
1.7. Kodlar	109
1.8. Sinema ve Göstergibilim	109

2. MARKSİST (ELEŞTİREL) ÇÖZÜMLEME	110
2.1. Maddecilik	110
2.2. Altyapı ve Üstyapı	111
2.3. Yanlış Bilinç ve İdeoloji	112
2.4. Sınıf Çatışması	113
2.5. Yabancılaşma	114
2.6. Tüketim Toplumu	115
2.7. Burjuva Kahramanlar	116
2.8. Egemenlik	117
3. RUHBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME	117
3.1. Bilinçaltı	118
3.2. Cinsellik	119
3.3. İd, Ego, Süperego	119
3.4. Semboller	120
3.5. Savunma Mekanizmaları	121
3.6. Saldırganlık ve Suçluluk	123
4. TOPLUMBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME	123
4.1. Temel Kavramlar	124
4.2. Kullanımlar ve Tatminler	139

BÖLÜM VII

KİTLE İLETİŞİMİNDE ÇÖZÜMLEME YÖNTEMLERİNDEN TOPLUMBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME İLE BİR REALITY SHOW PROGRAMI ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ: SICAĞI SICAĞINA

1. REALITY SHOW PROGRAMI SICAĞI SICAĞINA'NIN YAPISAL İNCELENMESİ	143
---	-----

1.1. Teknik Yapısı	143
1.1.1. Aydınlatma	144
1.1.2. Renk	146
1.1.3. Kamera hareketleri	147
1.1.4. Çekim ölçekleri	149
1.1.5. Ses ve müzik	150
1.1.6. Kurgu ve geçişler	152
1.1.7. Mekan kullanımı	154
1.1.8. Grafik malzeme	156
1.2. İçerik Yapısı	157
1.2.1. Anlatım ve dil	157
1.2.2. Programı oluşturan konular	160
1.2.2.1.Şiddet ve kan gösterimi	162
1.2.3. Senaryo ve sunucu kullanımı	165
2. İNCELENEN REALITY SHOW PROGRAMLARININ TOPLUMBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME KAVRAMLARI VE KULLANIMLARI AÇISINDAN İRDELENMESİ	166
2.1. Kavramlar	166
2.1.1. Yabancılaşma	166
2.1.2. Anomi	167
2.1.3. Sınıf	169
2.1.4. Sapkınlık	170
2.1.5. İşlevsellik	170
2.1.6. Yaşam biçimi	171
2.1.7. Rol (Toplumsal)	171
2.1.8. Toplumsallaşma	172
2.1.9. Statü	172
2.1.10. Stereotip	173
2.1.11. Değerler	173
2.1.12. Bürokrasi	173

2.1.13. Cinsiyet (Seks)	174
2.2. Kullanımlar	174
2.2.1. Merakın tatmini ve bilgilendirilmek	174
2.2.2. Duygu katılımı deneyimi	175
2.2.3. Taklit edecek modeller bulma	175
2.2.4. Özdeşlik kazanma	175
2.2.5. Adalet inancımızın pekiştirilmesi	176
2.2.6. Başkalarının hatasını görmek	176
2.2.7. Hoşa gitmeyen duygulardan (arınmak) temizlenmek	176
2.2.8. Kötüleri eylemde görmek	176

BÖLÜM VIII

ÖZET, YARGI ÖNERİLER

1. ÖZET	178
2. YARGI	179
3. ÖNERİLER	181
KAYNAKÇA	183

BÖLÜM I

GİRİŞ

Kitle İletişim Çözümleme Yöntemlerinden Toplumbilimsel Çözümleme Yöntemi Açısından Reality Show Programlarının İncelenmesi adlı bu çalışma; içinde yer alan konuların literatür taraması ve örnek programın toplumbilimsel çözümlemeye yer alan kavramlarla incelenmesi ile oluşturulmuştur. Çalışmanın birinci bölümünde, araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve yöntemi ortaya konulacaktır.

1. PROBLEM

İnsanoğlu, ilk çağlardan bu yana doğaya hükmetmek, yaşamını devam ettirebilmek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için gruplar halinde yaşamaya zorunlu olarak karar kılmıştır. Bu farklı gruplar daha sonra toplum adı verilen kitleleri oluşturmuştur. Yaşam koşullarının zorluğu, gereksinimlerin paylaşılması zorunluluğu, insanların karşılıklı etkileşimini gündeme getirmiştir. Bunun sonucu olarak ortaya çıkan toplum olgusu ise, bireysel ilişkileri yaygın hale getirip, genelleştirmiştir. İnsanların toplum olarak yaşamaya başlamasıyla birlikte, karşılıklı etkileşimden doğan bilgi alışverişi, kazandıkları deneyim, değerler ve paylaştıkları herşey “kültür” adı verilen kavramı daha belirgin ve önemli hale getirmiştir. İnsanların toplumsal varlıklar haline gelmesi, sosyal ilişkileri öğrenmeleri onların kendi kültürlerini yaratmalarına olanak sağlamıştır.

Toplum olarak yaşayan insanların işbölümündeki farklılıklar ve farklı iş gruplarının oluşumu, toplum içindeki insanların gruplara bölünmesi, bu grupların içinde alt kültürlerin doğmasına yol açmıştır. Sanayileşme ve teknolojik gelişmeyle birlikte paylaşılan işler buna bağlı olarak da işgücündeki farklılıklar daha belirgin hale gelmiş bu da, toplum içindeki insanlar arasında sınıf farklılıklarını yaratmıştır. Özetle toplum içinde varolan bir kişinin dahil olduğu toplumsal sınıf, iki kategoride ele alınabilir. Sahip olduğu üretim araçlarını elinde tutan eşdeyişle, üretim sürecine katılanları denetleyenler bir toplumsal sınıfı oluşturur. Üretimi gerçekleştiren ama üretim araçlarını ellerinde bulunduramayanlar başka bir deyişle, denetlenenler diğer bir toplumsal sınıfı oluştururlar. Bütün bunlar kişinin toplum içindeki konumunu, mesleğini, gelir düzeyini, kısaca yaşam biçimini belirler. Yaşam biçimindeki farklılıklar da o toplumun varolan kültürünün alt kültürlerle bölünmesine neden olur. Önceleri elit (seçkin) kültür ve halk (folk) kültürü diye ayrılan kültür kavramına sanayileşme ile birlikte daha sonra kitle kültürü ve popüler kültür kavramları da eklenmiştir. İşte sanayileşme ile gündeme gelen yığın toplumu ve bu toplumun en temel özelliğinin tüketmek olmasının kitle kültürünün oluşmasına neden olduğu söylenebilir. Bu konu üzerinde çalışmalar yapan araştırmacıların bir bölümü popüler kültür ve kitle kültürünü aynı bağlamda ve içiçe görmektedir. Bu düşünceden yola çıkarak bu iki kültür türü tek bir çatı altında ele alınabilir.

İnsanoğlunun birlikte yaşamaya başlaması ve toplumsallaşmasıyla “iletişim” adı verilen kavram da daha önemli hale gelmiştir. Kısaca iletişim; insanlar arasındaki karşılıklı etkileşim olarak tanımlanabilir. İnsanların birbirleri ile ilişkileri, toplum içindeki diğer insanlarla olan ilişkileri, bilgi alışverişleri, paylaşımları ve değiş-tokuşları iletişimi oluşturan öğelerdir. Bilgi alışverişinin genişlemesi popüler kültürün daha çabuk tüketilebilmesi, daha geniş kitlelere ulaşabilmesi ve iletişimin daha geniş kitlelerce paylaşılabilmesi için teknolojik iletişim araçlarına bir diğer deyişle, iletişim teknolojisi ürünlerine gerek

duyulmuştur. Bu gereksinimlere cevap olarak da kitle iletişim araçları gündeme gelmiştir.

Kitle iletişim araçlarından en yaygın kullanıma sahip olan televizyonun insanın günlük yaşamında önemli bir yeri vardır. Görsel ve işitsel duyulara hitap edebilen ve bu yolla daha geniş kitlelere ulaşan televizyonun bireysel ve toplumsal yaşantıda önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Bu konuda yapılan çalışmalar sonucunda televizyonun en temel işlevleri; eğlendirmek, eğitmek, haber vermek olarak belirlenmiştir.

Ülkemizde başlangıçta devlet tekelinde bulunan televizyon 1990'lı yıllarla beraber özel televizyonların açılmasıyla devlet tekelinden çıkmış ve yeni bir dönem başlamıştır. Özel televizyon kanallarının hem diğer televizyon kanalları ile rekabet etmeleri, hem de daha fazla kâr elde etmek yolunda izlenebilirlik oranlarını herşeye ve her duruma karşın artırmaları gerekmektedir. Özel televizyonların açılması ve doğal olarak da bu televizyon kanallarının kâr elde etme amacını ön plana çıkarmasıyla birlikte televizyon izleyicileri yeni program türleri ile tanışmışlardır. İzlenebilirlik oranlarını artırmak ve bu yolla kâr elde etmek amacını güden bu kanallar izleyici taleplerini gözönüne alarak derinliksiz, sadece zaman geçirmeye yönelik programın sonunda insan düşüncesinde onu geliştirici tortu bırakmayan sabun köpüğü, soap opera türü programlar üretmeye başlamışlardır. Bunun sonucu olarak toplumun yapıtaşlarını birbirine bağlayan seçkin ve yüksek değerlerin yokolması sözkonusu hale gelmiştir. Burada altı çizilmesi ya da vurgulanması gereken nokta metya etiği ile toplumda yanlış bilinç oluşturmaya kimin ne kadar hakkı olduğunun sorgulanmasıdır. İnsanların boş zaman kullanımı olan televizyon, bireyin benzer ölçütlerle üretilen ve seçilen iletilerle yönlendirilmesine, içinde şiddet sayılabilecek öğeleri barındıran programların yerleşmesine ve çoğalmasına doğru giden bir süreç girmiştir.

Televizyon programlarından reality show adı altında üretilen program türleri de bu süreç içerisinde gündeme gelmiştir. Reality showlar; televizyonda

şiddet ögesi sayılabilecek unsurları program yapımında kullanmakta ve bu şiddet içeren programları televizyon teknikleri ve insan kullanımı ile süslenip, insanların günlük yaşamlarına boş zaman geçirmek için sunulmaktadır. Reality show programlarının sözlük anlamının ötesinde izleyiciye kan ve şiddet öğelerini ön plana çıkaran programlar haline dönüştürüldüğü söylenilebilir. “Ne kadar kan, o kadar kâr” cümlesinin neredeyse bu programlar için sloganlaşır bir görünüme büründüğü görülmektedir. Bu özelliğin; kimi izleyicinin salt bir vakit geçirme ve başka dünyaların farkına gibi duygularla bu programları izlemesi ile, kimi izleyicinin ise benzer yaşam deneyimini tekrar gündeme getirme isteği ile oluştuğu belirtilebilir. Bir diğer söyleyişle, izleyici talebi ile arttığı belirtilen ve reklam pazarından daha fazla kâr elde etmek amacıyla sunulan bu programların izleyicilerin üzerinde olumsuz etkileri olabileceği ve kültürel yozlaşmayı beraberinde getirdiği, hatta artırdığı bile gündeme getirilmektedir. Bu bakış açısından yola çıkılarak yapılan bu çalışmada reality show türüne giren televizyon programlarının, kitle iletişiminde çözümleme yöntemlerinden biri olan, toplumbilimsel çözümleme yöntemi açısından çözümlenmesi düşünülmüştür. Yukarıda yer verilen bilgilerin ışığında araştırmanın problem cümlesi şu şekilde ifade edilebilir.

Reality show programlarının (Sıcağı Sıcağına programı), kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden biri olan toplumbilimsel çözümleme yöntemi ile incelenmesi ve bu yöntemi oluşturan kavramların programların içinde varlığının araştırılması çalışmanın problemidir. /

2. AMAÇ

Çalışmanın genel amacını; Star, Show TV, Kanal D ve ATV adlı kanallarda yayınlanan ve reality show kapsamına giren programların kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden toplumbilimsel çözümleme yönteminin içerdiği kavramlar açısından incelenmesi oluşturmaktadır.

Bu genel amacı gerçekleştirebilmek için şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1-Programlar, kitlelerdeki yabancılaşmaya ilişkin ne gibi özellikler taşımaktadır?

2-Programlarda işlenen konuların kahramanları anomik olarak nitelendirilebilir mi?

3-Programlara konu olan kişilerin bükratik engellerle karşılaştıkları söylenebilir mi?

4-Programlara konu olan bireylerin sosyo-ekonomik sınıfı nedir? Bir başka deyişle sosyo-ekonomik durum bireylerde sınıf çatışması kavramının oluşumuna yönelik midir?

5-Programa konu olan bireylerdeki sapkın davranışlar nelerdir?

6-Programlarda seçkinlere yer verme durumu nedir?

7-Programlara işlevselcilik açısından bakıldığında denge bozucu ve yıkıcı öğeler taşıdıkları ve bağlı olarak işlevsel olmadıkları söylenebilir mi?

8-Programlara konu olan kişilerin sosyo-ekonomik yaşam biçimi nasıl tanımlanabilir?

9-Programlara konu olan kişilerin toplumsal yapıda benimsenen rolleri tamı tamına yerine getirdikleri söylenebilir mi?

10-Programlar toplumsallaştırıcı öğeleri gözönüne alınarak incelendiğinde ne tür rol oynamaktadır?

11-Programlara konu olan kişilerin belli bir statüye sahip oldukları söylenebilir mi?

3. ÖNEM

Çalışma;

1-Reality show türü programlar hazırlayan televizyon kanallarının, izlenirliğini ve bağlı olarak kârını artırma kaygısı ile hazırladıkları bu

programların toplumda oluşturabileceği olumsuzlukları gözönüne sermesi açısından, yayın kuruluşları için önemli görülebilir.

2-Çalışma bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun etkilerini konu edinen ve ileride gerçekleştirilecek benzeri çalışmalara ışık tutması açısından önemlidir.

3-Bu çalışma, iletişim bilimi ve çözümleme çalışmaları ile ilgilenen öğrenci ve araştırmacılara yararlı olabileceği açısından da önemlidir.

4-Çalışma, bu tür programlarda yer verilen kişiler için toplumda ne gibi konulara “alet” olduklarına ilişkin bilgi vermesi açısından da önemli görülebilir.

4. SAYILTILAR

Aşağıda sözü edilen konular araştırma boyunca birer sayıltı olarak kabul edilmiştir.

1-Reality show olarak tanımlanan program türlerinden sadece bir ay içerisine yayılmış, bir tek dizi programın evreni tanımlamada geçerli ve güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

2-Reality show programlarının teknik ve içerik yapısı gözönüne alındığında; toplumu bilgilendirici, onun ufkunun açılması, yaşam biçimlerini olumlu yönde etkilemesi, televizyonun bilinen işlevlerini yerine getirmesi açısından yetersizdir ve bu program türleri topluma katkı sağlayıcı açıdan yapılandırılmamaktadır.

3-Reality show program türleri (özellikle Sıcağı Sıcağı programı) kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden toplumbilimsel çözümleme yönteminin içerdiği kavramlar açısından incelenebilir niteliktedir.

5. SINIRLILIKLAR

Her çalışma kuşkusuz belirli sınırlılıklar içermektedir. Bu nedenle de aşağıda belirtilen noktalar bu araştırma için sınırlılık olarak kabul edilmiştir.

1-Bu çalışma, bir televizyon program türü olan reality show programlarının yapı ve içeriği dikkate alınarak toplumbilimsel çözümleme yöntemi kavramları ile sınırlıdır.

2-Her sosyal içerikli çalışmada olduğu gibi, bu çalışma da odağında insan ögesi barındırması nedeni ile sınırlıdır.

3-Özellikle reality show program çözümlemesine ilişkin literatürdeki kaynak kısıtlılığı da bu çalışmada belirtilmesi gerekli bir sınırlılık olarak kabul edilmiştir.

6. YÖNTEM

Durum saptaması niteliğinde yapılan bu çalışmada, amaç bölümünde belirtilen sorulara cevap aramak üzere şu şekilde bir yöntem izlenmiştir.

İlk aşamada kaynak taraması yapılarak çalışmanın ikinci, üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı bölümünde yer alan gerekli bilgiler toplanmış ve düzenlenmiştir.

Çalışmada ayrıca, kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden "Toplumbilimsel Çözümleme" yönteminin içerdiği kavramların olup olmadığını araştırmak üzere aşağıda açıklandığı şekilde 28.8.1996 ile 16.10.1996 tarihleri arasında yayınlanan ve seçilen reality show programları incelenmiş, bunun sonucunda da bir dizi bulgular elde edilmiştir.

6.1. Evren ve Örneklem

Türkiye'deki özel kanallarda yer alan ve program türleri içinde sıralanan reality show programları bu çalışmanın evreni olarak kabul edilmiş ve çalışma bu evren içerisinde alınan bir örneklem üzerinde yapılmıştır.

Çalışma sonunda elde edilen sonuçların tüm evrene genellenebilmesi için örneklemin bir yıl içinde ve farklı kanallarda yayınlanan reality show programlarından seçilmesi gerekmektedir. Ancak zaman kısıtlılığı, bu geniş kapsam içinde yapılacak bir araştırmayı olanaksız kılmıştır.

Bu durumda örneklem seçimi için iki yol vardır.

1-Tesadüfi olarak alınacak bir ayın, yine tesadüfi olarak belirlenecek bir haftası boyunca yayınlanan reality show programlarını (dört özel kanalda yayınlanan birer program, toplam dört tane) alarak çözümlmek.

2-Reality show program türünün tipik özelliklerini taşıyan bir tek programdan yola çıkarak, bir ay içerisinde yayılan aynı dizinin farklı programları belirlenerek, ilk gün, araştırmanın yapılacağı ay içerisinde ve rastlantısal kura ile saptanacaktır. Sonraki günler, o ilk günün rastladığı haftayı izleyen hafta içerisindeki programın yayınlandığı gün olacaktır.

Bu iki teknikten birincisinde konu ve içerik açısından benzeşen programlar olsa da ,bir diziden kaydedilen tek bir programın dizinin geneline ilişkin bilgi vermeyeceği çekincesi gözönünde tutulmuştur. İkinci tekniğin böyle bir sakınca taşımadığı söylenebilir. Bu nedenle örneklem seçiminde ikinci yol izlenmiştir. Öncelikle reality show türüne giren programlar arasında yapılan rastlantısal kura çekiminde Show TV'de yayınlanan "Sıcağı Sıcağına" programı çıkmıştır. Çalışmanın yapılacağı Ağustos ayı içerisinde örnekleme girecek ilk günün belirlenmesinde rastlantısal eşit olasılıklı örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır. Bunun için yayının yapıldığı 7, 14, 21, 28 Ağustos günlerinin numaraları yazılarak aralarında çekim yapılmış, 28.Ağustos.1996

Çarşamba günü çıkmıştır. Örnekleme girecek sonraki günler benimsenen tekniğin gereği her sonraki haftanın aynı günüdür. Buna göre 28.Ağustos.1996, 4.Eylül.1996, 11.Eylül.1996, 18.Eylül.1996, 25.Eylül.1996, 2.Ekim.1996, 9.Ekim.1996, 16.Ekim.1996 tarihleri saptanmıştır. Böylece incelemenin 8 program (yaklaşık iki aylık bir süre) üzerinden yapılmasına karar verilmiştir.

6.2. Verilerin Toplanması ve Çözümlemesi

Çalışmanın ilk aşamasında konu ile bağlantılı kabul edilen ve araştırma içerisinde yer alan konuların literatür incelemesi yapılmış ve bunlar kuramsal kısımda yer almıştır.

Çalışmanın amaçlarını gerçekleştirebilmek için, Show TV’de yer alan “Sıcağı Sıcağına” programının hangi konuları içerdiğine, programın nasıl sunulduğuna ve yapısının oluşumuna ilişkin verilere gereksinim duyulmuştur.

Çalışmayı gerçekleştirecek verileri elde etmek için örnekleme giren günlerdeki “Sıcağı Sıcağına” programı videoya kaydedilmiş ve teker teker incelenmiştir.

Özet olarak söylemek gerekirse, Show TV’de yayınlanan “Sıcağı Sıcağına” programlarının çözümü video kayıtlardan yararlanılarak yapılmıştır ve bu yolla elde edilen veriler kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden biri olan toplumbilimsel çözümleme yöntemine bağlı olarak yorumlanmıştır.

BÖLÜM II

TOPLUMSAL YAŞAM VE KÜLTÜR

Bu bölümde kültür olgusu üzerinde durularak tanımlarına, kültürel norm ve değerlere, kültürel gelişim sürecinde alt kültürlerin oluşumuna, kültürel yaşam ve iletişim ilişkisine yer verilecektir.

1. KÜLTÜR TANIMLARI

Kültür, insanla ve insanın doğaya hükmetme çabasıyla varolan sürekli gelişen bir kavramdır. Bu kavram, bütünüyle insanı ve insanoglunun beynini ve zekasını kullanarak yarattığı yeteneklerini içerir. Konusunu insan ve insan yaşamından alır.

Kültür; insanın belli bir amaç doğrultusunda meydana getirdiği üretimin tümü şeklinde tanımlanmaktadır. Bu açıklamaya göre, insan doğayı üretirken kendi kendisini de üretir. Kültür, bütün bu üretimin toplamı olarak ilkel doğanın karşısına yepyeni bir doğa koyar; insan doğayı üreterek kendi kültürünü de meydana getirir.¹ İnsanların yaşadıkları toplum içinde öğrendikleri ve paylaştıkları herşey kültür kapsamına girer. İnsanların toplumsal varlık haline gelebilmeleri için bazı değer, inanç, norm

¹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. Orhan HANÇERLİOĞLU. *Felsefe Sözlüğü*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1993, s.231.

ve bunların yanında sosyal ilişkileri de öğrenmeleri gerekir ki bunların hepsi kültürü oluşturan öğeler olarak tanımlanmaktadır.²

İnsanın kendisinin oluşturduğu bir çevrede yaşaması temel özelliği olarak belirtilmekte bu yapay ortamın onda bıraktığı izler ise “Kültür” olarak tanımlanmaktadır.³

İnsanın elde ettiği bilgi, sanat, ahlak, gelenek, değer ve diğer becerileri de kültür olarak tanımlanmaktadır.⁴

Bir başka tanım da şöyle yapılmıştır:

Kültür, doğanın insanlaştırılma biçimi, bu insanlaştırmaya özgü süreç ve verimdir. Kültür, insanın kendini kendi evinde duymasını sağlayacak bir dünya ortaya koymasıdır. Buna göre kültür, böylesi bir dünyanın anlam-varlığına ilişkin tüm düşünülebilirlikleri içerir: insan varoluşunun nasıl ve ne olduğudur kültür. İnsanın nasıl düşündüğü, duyduğu, yaptığı, istediği; insanın kendisine nasıl baktığı, özünü nasıl gördüğü; değerlerini, ülkelerini, isteklerini nasıl düzenlediği, -bütün bunlar hep kültürün öğeleridir⁵.

Bir başka deyişle kültür, kuşaklar boyunca toplumun edindiği yaşam bilgisinin birikmesiyle ortaya çıkan ve aynı zamanda yaşantının devam etmesine olanak sağlayan üründür.

Kültür, çeşitli normların, kurumların ve bireysel davranış biçimlerinin

² Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. Enver ÖZKALP. *Sosyolojiye Giriş*, Anadolu Ün. Eğitim Sağlık ve Bil.Araş.Çalışmaları Vakfı Yay.No: 87, Eskişehir, 1994, s.71-72.

³ Abraham A.MOLES. *Kültürün Toplumsal Dinamiği*, Çev. Nuri Bilgin, Ege Üniversitesi, İzmir, 1983, s.7.

⁴ Bozkurt GÜVENÇ. *Kültür Konusu ve Sorunlarımız*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1985, s.22.

⁵ Nermi UYGUR. *Kültür Kuramı*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1984, s.17.

biraraya gelmesiyle oluşmaktadır. Sözkonusu normlar, kurumlar ve bireysel davranış biçimleri, aynı zamanda, insanın çevresiyle kurduğu uyumun ortaya çıkardığı ürünlerdir de denilebilir.⁶

Kültür kelimesi, ekin kelimesiyle özdeşleştiren bir başka tanım da şu şekilde yapılmıştır:

Toplumsallaşma, bir ekinel (kültürel) çevreye hazırlanma demektir. Toplum bilimindeki anlamıyla ekin, insanların edindiği ve türlü yollarla (gelenek, görenek, eğitim, öğretim, hukuk, siyasal kurumlar...) birbirlerine ve sonraki kuşaklara ilettikleri özdeksel nesnelere ve bilgi, sanat, hüner ve alışkanlıkları, inanç ve değerleri... anlatır. Ekin, insanların toplumsal ve tarihsel gelişim içinde yarattıkları bütün özdeksel ve tinsel öğelerin toplamıdır⁷.

Kültürü bazı kavramlar karşısında kullanılan soyut bir sözcük olarak değerlendiren tanım ise şu şekilde yapılmıştır:

Kültür, bir toplumun ya da bütün toplumların birikimli uygarlığıdır.

Kültür, bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesidir.

Kültür, belli bir toplumun kendisidir.

Kültür, bir insan ve toplum kuramıdır.⁸

Kültürün belli bir eğitim ve öğrenme süreci gerektirdiği söylenebilir. Kültür, inanın doğuştan sahip olabileceği ve bunu kuşaktan kuşağa aktarabileceği bir yapıda değildir. Topluma katılan her yeni üye bunu öğrenerek geliştirilebilir.⁹

Kültürün maddi ve manevi öğelerden oluştuğunu söylemek

⁶ Önder ŞENYAPILI. *Toplum ve İletişim*, Turhan Kitabevi, Ankara, 1981, s.36.

⁷ Özer OZANKAYA. *Toplumbilime Giriş*, Ankara Üniversitesi, Ankara, 1979, s.105.

⁸ Bozkurt GÜVENÇ. *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1984, s.95.

⁹ ÖZKALP, a.g.k., s.74.

mümkündür. Maddi öğeler, toplumun ya da grubun herhangi bir gelişim aşamasındaki teknolojik ilerlemesi, üretim, teknik, hüner ve becerilerini manevi öğeler ise toplumun yaşamını düzenleyen değer, inanç, gelenek-görenek ve ahlak kurallarını kapsamaktadır.¹⁰

Uygarlık terimi, bazı kuramcılar için kültürle içiçedir. Bazı kuramcılara göre ise sadece maddi kültürün öğelerinin birleşimidir. Bu kuramcılardan Weber'e göre uygarlık tanımı, bilimsel ve teknik olarak, doğanın ve yaşamın örgütlenmesidir. Gökalp'den yapılan alıntıda ise, değer yargılarını temel alan din, hukuk, gelenek, ahlak gibi birtakım sistemlerin kültürü meydana getirdiği ve bunun ulusal bir nitelik taşıdığı, uygarlığın ise somut yargılara dayalı, bilim ve teknikten oluşan uluslararası bir yapıya sahip olduğudur.¹¹

Bütün bu tanımlardan çıkan ortak nokta, kültürün insanın ve insan topluluklarının gelişiminin yansıması olarak ortaya çıkmasıdır. İnsanlar yaşam koşullarına uyum sağlamak için akıllarını kullanarak doğaya hükmetme çabası ile bir takım yenilikler üretmişler ve gelişme evresine girmişlerdir. Toplu olarak yaşamının da içine girdiği bu süreçte yenilikler de gündeme kültür kavramını getirmiştir.

İnsanlar önce içinde yaşadıkları toplumun kültürünü öğrenerek işe başlar. Toplum içinde yaşamının gerekliliği olan bazı kurallar ve davranışlar vardır. Bu ortak davranışların yerleşmesi ile o toplumun kültürü oluşmaya başlar. Bu davranışların kişiler tarafından uygulanabilmesi için bunların bilinmesi gerekir. Bu da bir eğitim sürecini gerektirir.

Kültür ve uygarlık farklı iki kavram olarak düşünülemez. Bu iki

¹⁰ ÖZKALP, a.g.k., s.74.

¹¹ A.Haluk YÜKSEL. Atatürkçü Düşünce Sisteminde Kültürel İletişimin Modele Dayalı Boyutları, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1987, s.28.

kavram, toplumların ve o toplumları oluşturan insanların bilgi ve becerilerinin gelişimiyle var olmaktadır. Grup halinde yaşamak, toplum olabilmek için ise birtakım kurallara ve yaptırımlara ihtiyaç duyulur. Uyulması gereken bu kurallara ve yaptırımlara kültürel norm adı verilmektedir.

2. KÜLTÜREL NORM VE DEĞERLER

İnsan için kültür vazgeçilmez bir gerekliliktir. Toplum içinde yaşamak için insanın birşeyler üretmesi gerekir. İnsanların birlikte düzen içinde yaşayabilmesi için uyulması gereken kurallara bireyin uyum sağlaması gerekmektedir. Böylece insanlar toplumda belli bir sistem içinde yaşamlarını sürdürebilirler. Bu ortak yaşam ve paylaşım ortak davranışları ve alışkanlıkları gündeme getirir ki toplumsal kültürün oluşması da bu ortak davranışların ve alışkanlıkların sonucudur.¹² Farklı topluluklar ve onların birbirine benzeyen ya da ayrılan kural ve davranışları sözkonusu olduğunda bu toplulukların kültürel farklılıkları gündeme gelebilir. Çünkü her toplumun birbirine benzer olduğu gibi birbirinden ayrılan yaşayış biçimleri de vardır. Kültürün maddi ya da manevi öğeleri toplumdan topluma farklılık gösterebilir. Bu da toplumlar arasındaki kültürel farklılıkların oluşmasına neden olmaktadır. Toplumların normları ve değerleri yaşam biçimlerine göre değişiklik gösterebilmektedir.

Kültürel norm konusunda yapılan bir tanım şöyledir:

Her kültürde toplumsal düzeni sağlayan, bireylere yol gösteren, doğru ve yanlış olumlu ve olumsuz belirleyen kurallar, standartlar ve fikirler bulunur. Bütün bunlara norm adı verilir. Norm yaptırımı olan kurallar sistemidir.¹³

¹² Metin AND-Ergun ŞENLİK-Erkan CANAK. **Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları No: 299, Ankara, 1981, s.92.

Toplumsal değerlerin bir tanımı da Şu Şekilde yapılmıştır:

Değerler hangi toplumsal davranışların iyi, doğru ve arzulanan olduğunu belirten paylaşılan ölçüt veya fikirlerdir. Norm ve değer arasındaki en temel farklılık değerlerin soyut ve genel kavramlardan meydana gelmesi, normların ise belirgin ve yol gösterici oluŐlarıdır. Bir toplumun değerleri normları etkilemesi aÇısından önem taŐır¹⁴.

Bütün bu norm, değer ve gelenekler çeşitli yaptırım gücüne sahiptirler. Düzene dayalı yaşamın esas parçaları sayılabilirler. Bunların bazıları zamanla, gelişim ve ilerleme ile (maddi ve manevi anlamda) değişebilir, yenilebilirler. Her toplumun toplumsal yapısı da, bu kurallara göre belirlenir ve farklılık gösterir. Bunun yansıması kültürel farklılıkların oluşumunu sağlar. Bunun tersini de söyleyebiliriz. Benzer toplumsal yaptırımlar, değerler, normlar vb. gibi kurallar ortak özellikler taŐıyorsa kültürler arası benzeŐme de söz konusu olabilir. Bu değişimin iki yönlü olduğunu belirtmek mümkündür. Çünkü toplumsal yapı deęiŐmelerinin kültür deęiŐmelerine yol aŐtıęı gibi toplumsal yapı içinde kurumsallaşmış tavırların da o toplumun kültürünün ayırıcı özelliği olduğu söylenebilir.¹⁵ Kültür bazı özelliklere sahiptir.

İnsanın iyi bir yaşam içinde yaşamayı kısacası, zaman içinde toplumsallaşmayı öğrenmesi gerekmektedir. Kişiliğin kazanılmasında da toplumsallaŐmanın büyük öneme sahip olduğu söylenebilir.

◊ Bir tanım toplumsallaşmayı Şöyle aŐıklıyor:

¹³ ÖZKALP, a.g.k., s.75.

¹⁴ A.g.k., s.76.

¹⁵ A.g.k.

Toplumsallaşma bireyin, içine doğduğu toplum ve kümenin ekinini özdeksel (maddi) ve tinsel (manevi) öğeleriyle birlikte öğrenmesi, benimsemesidir¹⁶.

İnsanlar birlikte yaşamayı, toplum olabilmeyi ve toplumsallaşmayı uyum sayesinde başarırlar. Ama gelişim sürekli var olduğu için yaşamda zamanla değişiklik ve yenilenmeler olabilir. Bu durumun bağlantısı olarak meydana gelen değişimler bazı değerleri, normları ve davranışları da değiştirebilir. Bu nedenle toplumun var olan kültür yapısı da zaman içerisinde değişebilir. Böylece toplumların kültürleri arasında benzeşmeler ya da farklılıklar olduğu gibi toplumun var olan kültürel yapısında da değişimler söz konusu olabilir.

Sonuç olarak her toplumun kendi yaşam biçimine özgü genel kültür varlığının yanında, aynı toplumda yaşayan farklı grupların kendine özgü (gruplar arasında değişiklikler ve farklılıklar gösteren) kültürlerinde olduğu kabul edilmekte ve bundan dolayı toplumun sahip olduğu kültürler genel ve alt kültürler olmak üzere iki farklı ayırmama ile ele alınabilirler.

3. GENEL VE ALT KÜLTÜR

Genel kültürü toplumun ortak kültürü oluşturmaktadır. Alt kültür ise bir toplumda yaşayan farklı grupların kendisine has yaşam biçimlerini kapsamaktadır. Alt kültürler, genel kültürle benzerlik gösterebileceği gibi farklılıklarda gösterebilir.

Genel kültürün bir tanımı şu şekilde yapılmıştır:

Bir ülkenin veya ulusun kültüründen sözedildiği zaman aslında

¹⁶ OZANKAYA, a.g.k., s.101.

genel kültür düşünülür. Herhangi bir ülkenin ve toplumun hakim inançları, değerleri, hareket tarzları ve yaptırımlarının türleri temelde o ülkenin genel kültürünü oluşturan parçalardır. Bu anlamda, toplumun genel özellikleri hakkında bilgi edinmek istendiğinde, genel kültürün incelenmesi gerekir¹⁷.

Alt kültür, genel kültürü paylaşan bunun dışında kendilerini diğer gruplardan ayıran farklı değer, norm, yaşam biçimleri olan insan gruplarının kültürüdür. Ayrıca karşıt kültür de alt kültür içinde yer almaktadır.¹⁸

Bir tanımda karşıt kültür tanımı şu şekilde yapılmıştır:

Karşıt kültür (counter culture) ise bir alt kültür olup değer, norm ve yaşam biçimleri açısından içinde yaşanılan kültüre ters düşen tutum ve davranışları içerir. Bu gruplar toplumun sahip olduğu, hatta gurur duyduğu norm ve değerleri red ederek, karşıt tutum ve davranışlara sahiptirler.¹⁹

Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar adlı kitapta kültür karşıtlıkları şema halinde toplanmıştır:

17 YÜKSEL, a.g.k., s.51.

18 ÖZKALP, a.g.k., s.79.

19 A.g.k.

Egemen Kültür	↔	Karşı Çıkan Kültür (Egemenlik altında olanlar, sömürülen kesim)
Tutucu Kültür	↔	Devrimci Kültür
Süs Kültürü	↔	Siyasallaşmış Kültür
Geleneksel Kültür (Klasik, insancı, geçmişçi)	↔	Öncü Kültür
Resmi Kültür	↔	Yeraltı ya da Yaban Kültürü
Seçkinler Kültürü	↔	Yığın (Kitle) Kültürü
Burjuva Kültürü	↔	Emekçi Sınıfın Kültürü ²⁰ .

Toplumda farklı ekonomik grupların ve farklı sınıfların oluşumu yaşam biçimlerini de farklı hale getirmiştir. Bireyin ortamının ve toplumsal statüsünün belirginleşmesi, sınıf ayrımlarının ortaya çıkışı ve ekonomik farklılaşma kültürel bir farklılık yaratmaktadır. Bu kültürlerde insanların toplum içindeki statüsüne ve ekonomik düzeyine göre isimlendirilmektedir.

Alt kesimde yaşayan, düşük statüdeki bir kişi özel yaşamında kendi kültürünün gerektirdiği biçimde yaşayabilir ama toplumla bağlantılı ilişkilerinde hakim olan kültürü benimsemiş olabilir.²¹

Bu konu ile ilgili yapılan bir tanım şöyledir:

Kültürel sürecin farklı işlevlere bölünmesiyle ortaya çıkan yeni kültürel yapı, bütünlükteki bu parçalanmaya koşturucu olarak yeni kültürel türler ortaya çıkardı. Bunun ilk biçimlerinden birisi,

²⁰ AND, ŞENLİK, CANAK, a.g.k., s.11.

²¹ Ünsal OSKAY. "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları", EİTİA, TÖEF Dergisi, Sayı:3, Ekim, 1980, s.56.

seçkinler kültürü ile geniş kitlelerin kültürü olan popüler kültürün ortaya çıkmasıdır²².

Kültürel ayırmamayı yüksek kültür ve yaygın kültür olarak yapan bir tanım ise şu şekilde yapılmıştır:

Toplum içinde özel bir yaşam biçimi, zevkleri, alışkanlıkları olan küçük bir elit grubunun sahip olduğu kültüre “Yüksek Kültür” denir. Bunun karşısında ise büyük halk kitlelerinin benimsediği yaşam biçimi, zevkler, farklı değerler yer alır ki buna da “Yaygın Kültür (Popular Culture)” denilmektedir²³.

Kültürel farklılıkların toplumun gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan üretim tarzına bağlayan bir görüşü ise şöyledir:

İnsanoğlu toplumun gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan her üretim tarzı belli bir tarihsel kültür biçimine karşılık verir ve her üretim tarzının ortadan kalkıp yerine yenisinin gelmesiyle bağıntısı içinde bu kültür biçimleri de ortadan kalkarak yerini yenilerine bırakır. Böylece kültür, insanoğlunun tarihsel gelişmesi içinde, başkacalıkla, ilkel toplum kültürü, köleci toplum kültürü, feodal toplum kültürü ve burjuva toplum kültürü olarak aşamalı bir gelişme göstermiştir²⁴.

Aydınlanma çağını yaratan üretim ilişkilerinin karmaşık işleyişi, Avrupa toplumlarında okumuşlar kültürünün ikiye ayrılmasını zorunlu kılmış, bunun devamında ise sanat ve sanat benzeri ürünler kitlesel olarak

²² Ertuğrul ÖZKÖK. İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü, Tan Yay., Ankara, 1985, s.109.

²³ ÖZKALP, a.g.k., s.79.

²⁴ Aziz ÇALIŞLAR. Ulusal Kültür ve Sanat, Cem Yayınevi, İstanbul, 1988, s.51.

farklılaşp yaygınlaşmıştır. Yaygınlık ve farkına varılabilirlik açısından popüler kültür öğelerinin ilk kez bu dönemde ortaya çıktığı söylenebilir.²⁵

Seçkincilerin dışında düşük eğitim düzeyli kişiler ve çalışan insanların oyalanacakları, vakit geçirecekleri düzenlemeler öncelikle eğlence alanında olmuştur. Popüler kültürün seçkin kültürle, folk kültürünün yapay bir bileşimi olduğunu düşünen ve popüler kültür tanımını buna bağlı olarak yapan bir görüş şöyledir:

Popüler kültür, seçkin kültürün altında, halk kültürünün (folklor) üstünde, en genel yaşama alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürünü kapsıyor²⁶.

Popüler kültürle ilgili açıklamalara ayrıntılı olarak geçmeden önce elit (seçkin) kültür ile halk (folk) kültürüne yer vermek gerekmektedir. Elit kültürü açıklayan bir görüş bu kültürün özelliklerini 10 madde içinde toplamıştır:

1. Karmaşık bir biçimi ve beğenilmesinin estetik ölçütleri vardır.
2. Tüketicileri yüksek eğitilmiş kişilerdir, bu yüzden iletilebilme araçları, yapıtın kendisidir.
3. Ürün (yapıt) çok pahalı ve değerlidir.
4. Mülkiyeti sahipten sahibe geçebilir.
5. Bilinen ve ünlü bir yaratıcısı vardır.
6. Yaratıcı yetenekli ve becerilidir. Özgün olarak yaratır.
7. İlk değerlendirilmesi, yine yüksek beğeni sahibi arkadaş grupları ya da eleştirmen topluluğunca yapılır.
8. Ürün bir düşünceyi vurgular. Kültürel ve geleneksel

²⁵ Vcysel BATMAZ. "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", *İletişim*, 1981, Sayı:1, s.166.

²⁶ A.g.k., s.164.

önyargılardan bağımsızdır. Yenilikçidir.

9. Yaratıcıları profesyoneldir. Çoğu, sanatlarıyla geçinen sanatçılardır.
10. Ürün yaratıcının yaratım süreciyle oluşturduğu bir düşünsel çaba ve yaratıcılıkla ortaya çıkmıştır ve ancak bu tür bir çabayı gösterenlere dönüktür²⁷.

Aynı şekilde halk kültürü de maddeleştirilerek açıklanmıştır:

1. Biçimi basittir.
2. Her türlü duyu ya da gelenek aracılığı ile doğrudan aktarılabilen ya da üretilebilen ya da iletilebilen bir yapıdadır.
3. Genellikle, herkes için parasızdır.
3. Kişiden çok kullanımı açısından grup mülkiyetindedir.
4. Kişiden çok kullanımı açısından grup mülkiyetindedir.
5. Anonimdir.
6. Bireysel olarak (dans dışında) sunulur.
7. İçinden çıktığı grubun diğer yargılarını içerir ve iletir.
8. Bu kültürün ürünlerini üreten ve tüketen arasında toplumsal statü farkı yoktur. (Otantik olduğu zaman).
9. Üreticiler ve sunucular armatördür.
10. Ürün tüketiciye dönüktür²⁸.

Rönesans sonrasında boş zamanı olan ve toplumsal statü edinmek için bilgi gereksinimi artan sınıfların ortaya çıkmasıyla kültürde de bazı değişimler sözkonusu olmuştur. Bu konu hakkında yapılan açıklamalardan bir tanesi şöyledir:

²⁷ BATMAZ, a.g.k., s.183.

²⁸ A.g.k., s.182.

İlk önce, kentlileşen aristokrasi ve daha sonra burjuvazi, kendine özgü bir sanat yaratımının ilk tohumlarını attılar. Böylece, hem boş zamanın artması ve hemde bilginin yeniden egemen olması seçkin bir kültür yarattı. Bu kültürün tam karşıtı olan folk kültürü, hem seçkin kültürden, hem de kendi formlarından aldığı bazı özellikleri, kentleşmekte olan çalışanların oyalanmasına, yani eğlenmesine olanak sağlayacak biçimlere soktu. Kitle halinde üretime geçilmesiyle bu kültür kitle kültürü niteliğine bürünmeye başladı²⁹.

Günlük yaşamın kültürü olarak da bilinen popüler kültür, dar ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde tanımlanmıştır:

Dar anlamıyla, emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesinin bir girdisi olan eğlenceyi içerir. Geniş anlamıyla belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin ön koşullarını sağlar. Gündelik ideolojinin yaygınlaşma ve onaylanma ortamını yaratır³⁰.

Bir başka görüş ise popüler kültürü şöyle tanımlamıştır:

Popüler kültür belli bir grubun ürünü değildir, belli bir grubun sahipliğini içermez: Popülerdir, yani herkesin olmasa bile hemen herkesindir. Kitle kültürü, folklor, işçi sınıfı kültürü ve alt grupların kültürü ile şaşırtıcı derecede çakışır. Kavram, din, edebiyat, danslar, uydurma, bilim (=kurgubilim), korku filmleri, folk türküleri/şarkıları, kırsal/köylü gazelleri ve güfteleri gibi geniş alanı kaplar³¹.

29 BATMAZ, a.g.k., s.168.

30 A.g.k., s.163.

Popüler kültürün sadece belli malları, kullanışları, etkinlikleri popüler yapmadığı, bunlarla birlikte gelen, bunlarla içiçe olan belli dünya görüşlerinin ve düşünüş biçimlerinin de popüler hale getirildiğine de değinilmiştir.³²

Bir diğer görüş ise popüler kültürün genelde çalışma hayatı dışında yer alan aktiviteleri kapsadığını ve insanları eğlendirmeye yönelik olduğunu savunur ve insanlara faydalı bilgiler verme amacı güttüğünü bu yüzden de bazen negatif anlamda kullanılarak halkın uyuşturulup, derinlemesine düşünmeye engel olduğunu belirtmektedir.³³

Popüler kültür insanların düşünceleri ve yaratıcılıkları tarafından yaratılmaktadır. Başka TV ve arkasından diğer kitle iletişim araçları popüler kültür öğelerini toplum içine ve hatta toplumlar arasına yayarak güçlenmelerini sağlamaktadır³⁴.

Ayrıca popüler kültürün medyaya sahip olan ve onu yöneten küçük bir zümre tarafından yönlendirildiğine değinilerek bu kültürün toplumsal olarak güçlü ve etkili gruplar tarafından kontrol edilen kitle iletişim araçlarının, bu öğelerin tüketicisi durumundaki insanların kültürleri ve ilgi alanlarıyla kesişmesinden oluştuğu ifade edilmiştir.³⁵

Popüler kültürün diğer kültür biçimlerinden farklılığını maddeler halinde sıralayan bir görüş ise bu farklılıkları on madde içinde toplamıştır.

31 Korkmaz ALEMDAR-İrfan ERDOĞAN. *Popüler Kültür ve İletişim*, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994, s.110.

32 A.g.k., s.10.

33 Emir TURAM. *Medyanın Siyasi Hayatta Etkileri*, İrfan Yayıncılık, İstanbul, 1994, s.69.

34 A.g.k.

35 TURAM, a.g.k., s.70.

Bu sıralamada popüler kültür ve kitle kültürü sözcükleri eş anlamda kullanılmıştır:

1. Biçim olarak orta karmaşıklıktadır.
2. Aktarımı ya da iletimi, ortam ve teknoloji olarak dolaylıdır.
3. Oldukça ucuz fakat parayla elde edilir.
4. Copyright, patent ya da sahiplik yoluyla tüketime açıktır.
5. Bilinen bir kaynağı ya da üreticisi vardır.
6. Standartlaştırılmış, yeniden biçimlendirilmiş ya da çoklaştırılmış olarak gösterime sunulur.
7. Kültürel değerleri ve gelenekleri, yeni formüller biçiminde yansıtır.
8. Üreten ile tüketen arasında toplumsal statü farkı vardır.
9. Üreticileri ve sunucuları profesyoneldir.
10. Ürün tüketiciye dönüktür³⁶.

Bir başka görüş ise, kitle kültürünü bütün gerçek kültürel değerlerden soyutlanıp kitlelerin tüketimine sunulmuş “tüketim kültürü” olarak tanımlanmaktadır. Kitle kültürünün, sanatsal ürünlerin ticari meta ve eğlence ürünleri haline gelmesiyle aslında “kültürsüzleşme”nin bir aracı olduğu ve kitlelerin gerçek kültürden yoksun bırakılarak, gerçek kültürel değerler üretmelerinin engellendiği görüşü ileri sürülmektedir.³⁷ Aynı zamanda kitlelerin kendilerini manevi olarak geliştirebilme isteklerinin ve kitlelerin demokratik kültür öğelerinden yararlanabilme yollarının önüne geçilmeye çalışıldığını vurgulayarak, buradaki belirleyici amacın, kitleleri siyasallık dışı bırakmak, dolayısıyla, kitleleri “zihniyetsizleştirme”ye çalışılması olduğunun üzerinde durulur. Böylece kitlelerin “gündelik bilinç” içinde hareket etmeleri, dünyayı ve gerçekliği bilinçsizce değerlendirerek

³⁶ BATMAZ, a.g.m., s.182.

³⁷ ÇALIŞLAR, a.g.k., s.56.

yaşamalarının sağlanmış olduğunu sonuçta da kitlelerin “bilinçsiz yığınlar”a dönüşmek durumunda kaldığını belirtir.³⁸

Kitle kültürünün teknolojik gelişmeler sonucunda oluştuğuna inanan bir görüş ise şöyledir:

Kitle kültürü, sanayi devrimini izleyen yıllarda ortaya çıkmış kavramlardan birisidir. Kitle kültürü kavramı ile daha çok endüstriyel tekniklerle üretilen ve çok geniş kitlelere yayılan, karşı konulması güç davranış, mitos ya da temsili olguların tümü anlatılmak istenir³⁹.

Bu üretim tekniklerinin ortaya çıkması sanatsal üretimi iki yönde etkilemiştir. Birinci olarak önce geleneksel yollarla üretilen sanat yapıtlarının, şimdi kitlesel boyutta çoğaltılıp, dağıtılması ve şimdiye kadar bilinmeyen yeni sanat türlerinin ortaya çıkmasıdır.⁴⁰

Kitle kültürüne yöneltilen eleştiriler sanayi devriminin önemli sözcüklerinden birisi olarak kabul edilen “standartlaşma” sözcüğü ile de açıklanmıştır:

Kitlesel üretim ve dağıtım belli bir standartlaşmayı gerektirir. Kültürde kitlesel boyutta üretilip dağıtıldığından burada da temel ilke standartlaşma olmaktadır. Başka deyişle bu kültür, çağımız üretim gereklerine uygun bir sanayi kültürüdür. Oysa böyle bir sanayi kurulları kültürün özü ile çelişkilidir⁴¹.

Kitle kültürü, popüler kültürden farklı olarak, endüstrileşmenin bütün eğlence ve sanat türlerine getirdiği dönüşümü, kitle halinde üretilen kültürle ilgili olguların yaygınlaşmasını ve bunun sonucu olarak bayağılaştırılmasını

38 ÇALIŞLAR, a.g.k., s.83.

39 Ertuğrul ÖZKÖK. *Sanat, İletişim ve İktidar*, Tan Yayınları, Ankara, 1982, s.189.

40 A.g.k., s.190.

41 A.g.k., s.122.

vurgulamaktadır. Popüler kültür ise, kentin varolduğu her türlü üretim biçiminde gözlenen halklaştırılmış kültürü ifade etmektedir.⁴² Kitle kültürü sanatı anlayıp, anlatamadığı ve sanattan yalnızca bir tüketim malı yaratmaya ve üretmeye çalıştığı yaygın bir düşüncedir. Kitle kültürünün olumsuzluğunu savunanların ortak düşüncesi, kitle kültürünün niteliksiz, standart, ticari malzeme aracı ve halkı bilgilendirmekten uzak, onların kültürsüzleşmesini sağlayan uyuşturucu bir araç olduğudur diyebiliriz.⁴³

Kitle kültürünü popüler kültürden ayıran bir farklılık da kitle kültürü kavramının özellikle kitle iletişim araçlarına yönelik kültürel araştırmaya yönelerek, kültürel çalışmaları kavramsal ve pratik olarak sınırlamasıdır. Kitle iletişim araçlarına yönelik kitle kültürü araştırmaları yalnızca kitle iletişim araçları ile yaygınlaşan ürünlerdeki anlam ve değerlerin açıklanması ve bunların etkilerinin ölçülmesi ile kültürel araştırmalara kavramsal olarak sınırlılıklar getirmektedir. Oysa popüler kültür hem günlük hayattaki kültürel faaliyetlerde hem de dil ve diğer kültürel ürünlerden törenlere dek kültürel biçimlerin ve bunlarda gizli olan anlam ve değerlerin ortaya çıkarılması için uğraş vermektedir.⁴⁴

Sanayileşme ile yığın toplumunun ortaya çıkması ve bu toplumun temel özelliğinin tüketmek olması yığın kültürünün (kitle kültürü) oluşmasına neden olmuştur.⁴⁵

⁴² BATMAZ, a.g.k., s.176.

⁴³ Atilla DOĞAN. "Kitle Kültürü Karşısında Seçkin Kültür ve Türkiye'deki Durumu", *Kurgu Dergisi*, Sayı: 7, Anadolu Üniversitesi, 1990, s.109.

⁴⁴ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. Meral ÖZBEK. *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991, s.95-96.

⁴⁵ ŞENYAPILI, a.g.k., s.36.

Bu kültür türünün genişlemesi ve yayılması ve dolayısıyla toplumun yığın toplumuna dönüşmesi bu kültürün daha çabuk tüketilebilmesi için geniş kitlelere ulaşabilen kitle iletişim araçlarının olmasını gerektirmektedir. Bu iççelik ve bağımlılık bizi iletişim ve kitle iletişimi kavramlarına getirir. Çünkü kitle iletişim araçları sayesinde insanlar bu kültürü çabuk kavrar, hayatlarının bir parçası haline getirir ve kitle kültürü hızla toplum kültüründe yer edinebilir.

4. KÜLTÜREL YAŞAM VE İLETİŞİM

İnsan iletişimini hayvanların iletişiminden ayırt eden fark, insanların doğuştan sahip oldukları bazı özellikler değil, bu özelliklerin insanın toplum yaşamı içinde gerçekleştirdiği etkinlikler ve etkileşimle kazandığı toplumsal ve simgesel boyuttur diyebiliriz. Bu nedenle, insan yalnızca iletişim kurabilen bir canlı değil -iletişimin tüm türleri ve biçimleriyle- “konuşabilen” bir canlıdır.⁴⁶ En genel anlamda insan, toplu yaşam ve etkileşim anlamında “toplumsal bir varlık” olarak değil, “kültürel bir varlık” olarak tanımlandığı zaman diğer canlılardan ayrıcalıklı olabilmektedir.⁴⁷

Kültür, insanlığın fiziksel, doğal ve toplumsal çevresi ile etkileşim içinde yarattığı bir olgudur çünkü, kültür tarihi farklı kültürlerin hem birbirini izlediğini hem de aynı zaman içinde yanyana bulunduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle, toplumların çevreleriyle ve birbirleriyle etkileşimi sonucunda kültürlerin çeşitlendiğini ve değiştiğini söyleyebiliriz.⁴⁸

İletişim (dil) ile kültürel yaşam arasında karşılıklı bir ilişki

⁴⁶ Merih ZILLIOĞLU. *İletişim Nedir?*, Cem Yayınevi, İstanbul, 1993, s.45.

⁴⁷ A.g.k., s.46.

⁴⁸ ZILLIOĞLU, a.g.k., s.46.

sözkonusudur. Bu ilişkiyi anlamak için kültürün iki boyutu üzerinde durmak gerekmektedir:

1-Yaratma,

2-Örgütlenme ve aktarma.

Genelde ihtiyaçlardan kaynaklanan yaratma, düşünerek ve tasarlayarak gerçekleştirme eyleminin sonucudur denebilir. İnsan ürünü olan herşey düşünme ve tasarlanma sürecinin sonucunda gerçekleşmektedir. Düşüncenin içeriğini tasarımlar, tasarımların temelini ise bilgi oluşturmaktadır.⁴⁹ İnsan ile çevresi arasında etkileşimin ürünü bilgidir ve bilginin öncelikli kaynağı duygusal algılardır. Algıladığımız gerçekler düşünme sürecinde biçimlenerek bilgilerimizi oluşturur. Ancak insanın sahip olduğu bilgiler yalnızca duyu verileri ile sınırlı olsaydı bu bilgiler insana yetmezdi. Ayrıca insan kendi deneylerinden ve yaşantısından olduğu kadar başkalarının yaşantı ve deneylerinden de genelleme ve çıkarsama yaparak yeni bilgiler edinebilme olanağı sağlayan iletişimden yoksun olsaydı bilgi dağarcığı sınırlı kalırdı. Böylece insanlığı bugün ulaştığı teknolojiye ulaşamazdı.⁵⁰

İnsan yaşamının örgütlenme biçimi kültürün diğer boyutunu oluşturur. İnsan beslenme, barınma, neslini devam ettirme gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirdiği teknoloji ile yalnızca doğayı değiştirmekle kalmamış, kendisini de bazı davranış kuralları, gelenekler ve değerlerle oluşturduğu bir düzen içinde üretmeye başlamıştır.⁵¹ Böylece kültürel yaşamın her alanında insan ilişkilerini belirleyen davranış kuralları, değerler ve bunlarla ilgili maddi öğelerden oluşan toplumsal ve kültürel kurumlar oluşmuştur.⁵²

49 A.g.k.

50 A.g.k., s.47.

51 ZILLIOĞLU, a.g.k., s.47.

52 A.g.k., s.48.

Bu kurumların oluşabilmesi kadar devam ettirilmesi de insanın iletişim sistemlerini/dili geliştirebilmiş olmasına bağlıdır. Kısacası, insanın toplumsal ve doğal çevresi ile ilgili sahip olduğu bilgiler kuşaklardan kuşaklara aktarılmasaydı kültür oluşamazdı.⁵³

BÖLÜM III

İLETİŞİM VE KİTLE İLETİŞİMİ

“İletişim ve kitle iletişimi” başlığı altında ele alacağımız bu bölümde ilk olarak, iletişim olgusuna değinilerek tanımları yapılacak, kültür ile iletişim arasındaki ilişki üzerinde durulacak ve süreç kavramından yola çıkılarak iletişimin temel öğelerine, amaç ve işlevlerine değinilerek, iletişimin sınıflandırılması konusuna yer verilecektir. Daha sonraki aşamda iletişimin kullanım biçimleri içinde en yaygın kullanımı olan kitle iletişiminin ne olduğu, temel özellikleri, amaç ve işlevleri ile sınıflandırılması hakkında bilgiler verilecektir.

1. İLETİŞİM OLGUSU, İLETİŞİM SÜRECİ VE TEMEL ÖĞELERİ, İŞLEVLERİ İLE SINIFLANDIRILMASI

Bu bölümde, iletişimin ne olduğu sorusundan yola çıkılarak, iletişimin insan hayatındaki yeri, tanımı, süreç olarak işleyişi ve bu süreç içerisinde yer alan temel öğeleri, işlevlerinin ve amaçlarının neler olduğu ve son olarak sınıflandırılması konusu ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

1.1. İletişim Olgusu

Bütün canlılar doğada bir yaşam savaşı sürmekte ve varlığını devam ettirebilmek için doğa ile etkileşimde bulunmaktadırlar. Canlı türleri içinde farklı özellikleri ile en seçkin yeri olan insan doğa ile etkileşimini kültürü aracılığı ile sağlar. Ufak gruplar halinde başlayan insan ilişkileri zamanla genişleyerek toplumsal ilişkilere kadar uzanmıştır. İnsan etkinliklerinin ve ilişkilerinin tümü iletişim olgusu içinde gerçekleşmektedir. Bu konuda yapılan bir tanımlamada iletişim ve insan ilişkilerinin bağı şu şekilde verilmiştir:

Doğal çevresi araç-gereçleri, üretim süreçlerindeki insan ile insan arasındaki ilişkiler, bu ilişkilerde farklılaşmaları tarafların gözünde haklılaştıran değerler sistemi ise, insanın toplumsal hayat tarzını oluşturur. Bunun mayası iletişimdir⁵⁴.

İletişim, toplumsal yaşamın oluşumunu olanaklı kılar; bu nedenle de toplumsal yaşamın temeli ve en önemli gereksinimidir demek doğru olur. İletişim olmadan toplum olgusunun var olamayacağı; iletişim olmadan yalnızca bireylerin bir toplamından bahsedebileceği, çoğu araştırmalarda yer almıştır⁵⁵. Yaşamak ve paylaşmak iletişim etkinliklerini içeren bir olaydır. Doğduğu andan itibaren evresiyle iletişim içerisine giren insanoğlu; bilinçli ya da bilinçsiz çevresini etkilemeye ya da etkilenmeye, çevresine uymaya ya da çevresini kendi kurallarına uydurmaya başlar. Aralarında bir etkileşimin olabilmesi, bir ilişki kurulabilmesi için, bilgi, görüş ve davranış biçimlerinin değiş-tokuş edilmesi gerekmektedir. Bilginin genişlemesi, öğrenme ve deneyim kazanmayı amaçlayan bu çabalardan hepsi "iletişim" olarak kavramlaştırılmıştır⁵⁶. Gündelik yaşamda birey, iletişim sayesinde nesnelere ve

⁵⁴ Ünsal OSKAY. **İletişimin ABC'si**. Simavi Yayınları, ABC Dizisi:9, İstanbul, 1994, s.7.

⁵⁵ Önder ŞENYAPILI. **Toplum ve İletişim**. Turhan Kitabevi Yayınları, Bilimsel Eserler Dizisi No: 8, Ankara, 1981, s.73.

⁵⁶ ŞENYAPILI, a.g.k., s.73.

insanları tanımlar; toplum içinde üstlendiği rolü yerine getirirken iletişim yardımı ile bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarihi dönemdeki hayat tarzını öğrenir ve bu yolla toplumsal sistemin sürmesi ve kendini yeniden üretmesi sağlanır⁵⁷.

Bu düşünceden hareketle, birey ve iletişimin içiçe geçtiğini, her ikisinin de birbirlerinin tamamlayıcısı bir durumda olduğu söylenebilir⁵⁸.

“İletişim” sözcüğü Latincedeki “communis” kelimesinden türetilmiş olan “communication” kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır⁵⁹. Bizim dilimizdeki “iletişim” sözcüğü, yalın bir ileti alışveriş sürecini kapsadığı halde “communication” sözcüğünün esas temeli olan toplumsallaşma anlamını ifade edemediği için önemli bir eksikliğe sahiptir⁶⁰.

Bizim dilimizdeki iletişim sözcüğü; birey ile birey (ya da bireyler) arasında yapılan bir anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenimi, yeniden gönderimi ve tekrar alınıp işlenimi gibi süreçleri kapsadığı halde “communication” sözcüğünün esas ögesi olan, temelde yer alan toplumsallaşma anlamını ifade edemediğini söyleyebiliriz⁶¹. Özünde, yalın bir ileti alışverişinden çok toplumsal nitelikli bir etkileşimi, değiş tokuşu ve paylaşımı kapsayan “iletişim” sözcüğünü; bir çok kişiye ya da nesneye ait olan ve ortaklaşa yapılan anlamına gelen “communis” kavramı ile ele almak gerekir⁶². “Communication” ya da “iletişim”in, “benzeşenlerin oluşturduğu ortaklık ya da topluluk” anlamına gelen bir sözcükten kaynaklandığı yapılan araştırmalarla birlikte gündeme gelmiştir. Bu açıdan ele alındığında iletişim;

57 OSKAY, a.g.k., 1994, s.8.

58 Uğur DEMİRAY. **İletişimötesi İletişim**. Turkuaz Yayınları, Bilimsel Araştırma Dizisi No: 943, Eskişehir, 1994, s.9.

59 Ünsal OSKAY. **XIX.Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**. Der Yayınları, İstanbul, 1993, s.309.

60 OSKAY, a.g.k., 1993, s.310.

61 A.g.k.

62 Merih ZILLIOĞLU. **İletişime Giriş**. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Yüksekokulu Yayın No: 6, Eskişehir, 1992, s.2.

belirli bir coğrafya parçasında aynı doğa şartları içinde yaşamlarını sürdürebilmek için araç ve gereç bulan, bu araçları iş bölümü yaparak kullanan, işbölümünün sonucu olarak ortaya çıkan aralarındaki farklılaşmaları haklı hale getirebilmek için inançlar ve değerler üreterek, toplumun farklı kesimlerini ortak üst kimlikler içinde kaynaştırmayı amaçlayan insanların etkinliği, olarak ele alınmıştır⁶³.

Tanımlardan da anlaşılacağı gibi insan ve iletişim ve kültür çok içiçe kavramlar olarak ele alınabilirler. Doğumdan ölüme kadar insanoğlu bir iletişim ağı içinde bulunur ve uzmanların da belirttiği gibi “iletişimsizlik insan yaşamında söz konusu edilemez, iletişimin gerçekleşmediği bir yaşam süreci olamaz” diyebiliriz⁶⁴.

İnsan yaşamında zorunlu ve önemli bir yere sahip olan “iletişim” sözcüğünün yapılan araştırmalar sonucunda temelde kullanılan onbeş anlamı belirlenmiştir. Anlamaların maddeler halinde yazımı şu şekilde verilmiştir:

1. Düşüncenin sözel olarak yani konuşma ile karşılıklı değiş tokuşu,
2. İki kişinin birbirini anlaması, birbirine kendini anlatabilmesi,
3. Biyolojik anlamda bile olsa ortak davranışa olanak veren karşılıklı etkileşim,
4. Egoyu savunmak etkin eylemde bulunmak için belirsizliğin azaltılması,
5. Duyguların, becerilerin (hünerlerin) ve düşüncelerin simgelerin kullanımı yardımıyla aktarımı,
6. Birşey ya da bir kişinin, başka birşey ya da bir kişiye dönüşme süreci ve dönüşümü, diğer bir söyleyişle hem değişimin hem de değişim sürecinin kendisi,
7. Yaşayan bir evrenin parçalarının bağlantılarının kurulması süreci,
8. Bir kişinin tekelinde olanın diğer kişi ya da kişilere de aktarımı ve paylaşılması süreci,

⁶³ OSKAY, a.g.k., 1994, s.15.

⁶⁴ DEMİRAY, a.g.k., s.37.

9. Askeri terminolojide mesajın (komutun) gönderimi açısından usul ve teknikler
10. Mesajı alacak olan alıcının belleğinin, gönderenin beklentisine uygun yanıtla dönüştürülmesi işlemi
11. Organizmanın ortamdaki uyarıya verdiği onu farketirici yanıt, ortamdaki değişime uyarlamacı yanıt, bu yanıtla diğerinin davranışını etkilemek
12. Kaynaktan çıktıktan sonra alıcı için bir uyarıcı olan davranış
13. Göndericinin karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranışı
14. Bir yapılanmış konumdan tümüyle bir diğerine geçiş süreci
15. Güç kaynağı olarak kullanılan mekanizma. Diğer bir söyleyişle, gücün uygulandığı mekanizma⁶⁵.

Bireyler arasında, bir göstergeler dizgesi aracılığı ile sağlanan (simge, mitos, jest, mimik gibi) her türlü duygu, düşünce, bilgi ve anlam iletimi olarak da iletişim tanımlanabilir⁶⁶. İletişim bir çok davranış biçimini kapsamaması nedeniyle kimi tanımlara göre “sevgi” sözcüğüne de benzetilmektedir. Sevgi sözcüğünde olduğu gibi her ortamda, her canlıda her kişide farklı anlam ve mana içerebilir⁶⁷.

İletişimin en önemli özelliklerinden ilki; her yerde her zaman ve her koşulda iletişimin var olabilmesidir.

Antropolojik açıdan yapılan incelemeler, bütün toplumların kendi yaşamları için gerekli simge (iletişim) sistemleri bulup, geliştirdiklerini ortaya çıkarmıştır⁶⁸.

Toplum yaşamı içinde kurulan insan ilişkilerinde paylaşılan ve geliştirilen anlamların aktarılabilmesi ve korunması da iletişim ile olanaklı hale gelir. İnsan

⁶⁵ OSKAY, a.g.k., 1993, s.309.

⁶⁶ Ertuğrul ÖZKÖK. a.g.k., 1982, s.13.

⁶⁷ A.Haluk, YÜKSEL. “İletişim Süreci ve Sistem Yaklaşımı Açısından İletişim Sürecinin İncelenmesi”, **Anadolu Üniversitesi AÖF İletişim Bilimleri Kurgu Dergisi**, Sayı:6, 1989, s.20.

⁶⁸ ZILLIOĞLU, a.g.k., 1992, s.6.

değişik iletişim sistemleri sayesinde belli bir toplum yaşamına sahip, kültürel yaşamı gerçekleştirmiştir. Bu hayvanların iletişiminde yer almayan bir özelliktir. İnsan “simgeleştirilebilen” bir canlı olma özelliği ile varolmayan bir simge sistemini geliştirmiş ve öğretme yoluyla kendisinden sonraki kuşaklara bunu aktarabilmiştir. Bunun da ötesine geçebilen insan simgesel düşgücünden yararlanarak yaşam koşullarında gereksinim duyduğu araçları tasarlayarak yaratabilmiş ve bu becerisini simgesel bir anlatımla diğer insanlarla paylaşabilmiştir. Geliştirdiği dil ve anlatım sayesinde düşünceler aktarmış, paylaşmış ve yenilerini bilgilenip kazanmıştır. İşte tüm bu ve bunun gibi yetilerin insan iletişiminin temel özelliklerini oluşturduğunu söyleyebiliriz⁶⁹.

İnsanın simgeleştirebilme özelliği ile geliştirdiği iletişim ile kültürel yaşam arasında karşılıklı bir ilişki olduğu belirtilmektedir. İletişim kültürün hem önkoşulu, hem de sonucudur görünüşü bu ilişkiyi kavramak için kültürün iki temel boyutu üzerinde durmuştur:

1. Yaratma
2. Örgütlenme ve aktarma⁷⁰

İnsan yaşamının ihtiyaçlarından kaynaklanan yaratma; düşünme ve bunun bağlamında tasarlayarak yapma eyleminin sonucudur. Bu eylem, insanın kendi yaşam deneylerinin sonucu olarak ortaya çıkabildiği gibi diğer kişilerin deneyimlerinden ve yaşantılarından da genelleme ve çıkarsama yaparak yeni bilgiler üretebilme sonucunda da gerçekleşebilir. Temel gereksinimleri karşılayabilmek için gruplar, örgütler halinde yaşamayı tercih eden insanlar tüm etkinliklerine yön veren inançlar, değerler ve davranış kuralları gibi kalıplar üretmeye başlamışlar, bu kurallar ve kalıplar iletişim simgeleri aracılığı ile kuşaktan kuşağa aktarılabilmiş ve korunmuştur⁷¹. Bunu,

⁶⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: ZILLIOĞLU, a.g.k., 1992, s.18-27 ve 28.

⁷⁰ A.g.k., s.34.

⁷¹ A.g.k., s.32-36.

toplumsal ve kültürel sistemin üretiminde ve değişiminde iletişimin rolü olarak alabiliriz. Aynı zamanda, iletişim sistemlerinin ve üyelerinin iletişimlerinin de toplumsal/kültürel sistemler aracılığı ile belirlendiğini söylemek de doğru olacaktır.

1.2. İletişim Sürecinin Temel Öğeleri

Bir olayın düzenli olarak ve birbirini izleyen değişimlerle gelişmesi ve başka bir olaya dönüşmesi, “süreç” olarak tanımlanır. Kültürel yaşamla sıkı bir bağ içinde bulunan iletişim geçmişi, günümüzü ve geleceği kapsayan bir süreç içinde yer alır. Her iletişim durumu, diğerlerinden ayrı ve değişik ele alınıp, algılansa da, öteki iletişim durumları ile ilgili bir süreklilik içindedir⁷². İletişimin, bireyin bilgi edinmesini ve buna göre tutum ve davranışıyla tepki geliştirmesini sağlayan bir süreç olduğunu söylemek mümkündür.

İlk yapılan araştırmaların sonucunda iletişim sürecinin öğeleri; **Kaynak, İleti (Mesaj), Kanal, Alıcı (Hedef)** olarak belirlenmiştir. Doğrusal olmayan iletişim sürecinin ortaya çıkması ile bu dört temel öğenin içine geribildirim, geri iletim ya da feedback adı verilen öğe de eklenmiştir. Feedback’in gündeme gelmesi ile, iletişim sürecinde iletilerin değiş-tokuşu önem kazanmıştır. Mesajın kaynak tarafından alıcıya yollanması; alıcının mesajı yorumlayarak geri yollaması, iletişim sürecini daha kapsamlı hale getirmiş ve bu süreç içerisine, mesajın alımı ve geri gönderimi sırasında oluşan iletişimin kötü işlemesine ya da engellenmesine yol açan **gürültü** öğesini de eklemiştir⁷³.

⁷² ZILLIOĞLU, a.g.k., 1994, s.29.

⁷³ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: Merih ZILLIOĞLU ve A.Haluk YÜKSEL. **İletişim Bilgisi**. Anadolu Üniversitesi, AÖF Yayınları No: 369, Eskişehir, 1994, s.16-18.

1.2.1. Kaynak (ya da Gönderen)

En basit anlamıyla iletişim sürecini başlatan, iletiyi gönderen kişi ya da kişilere süreç içinde verilen isimdir⁷⁴. Daha kuramsal yapılan bir tanımlama da kaynak, algılama, seçme, düşünme süreçleri içerisinde ürettiği anlam içeren mesajları (iletileri) simgeler kullanarak alıcıya gönderen kişi ya da kişiler olarak açıklanmaktadır⁷⁵. Kaynak tek bir kişi, bir grup, bir ekip ya da kurum olabilir; alıcı kişi ya da kişiler üzerinde mesajın bir etki yaratmasını isteyebilir, bir amaç doğrultusunda mesajını yollayabilir ya da amaç gütmeksizin ileti gönderebilir⁷⁶.

İletinin istenilen yönde alıcıya ulaşabilmesi ve amacın gerçekleştirilebilmesi için kaynağın sahip olması gereken özellikler; iletişim becerisi, tutumlar, deneyim ve bilgi, çevresel/toplumsal ve kültürel öğeler olarak sıralanmıştır⁷⁷. Kaynağın içinde bulunduğu çevre, toplum ve sahip olduğu kültür, kaynağın mesajı oluşturmada, iletişim sürecinin tasarlanıp, uygulanmasında belirleyici olmaktadır.

Kodlama: Bilgi, düşünce, duygu ya da kanıyı oluşturan mesajın süreç içerisinde iletmeye hazır hale getirilmesidir⁷⁸. Olayların, duygu ve düşüncelerin, nesnelere nasıl adlandırılacağını ve ifade edilebileceğini bilemezsek, onlar hakkında iletişimde bulunmak zorlaşır. Her tür kavramın ifadesini kolay hale getiren dil kodlama için bir basamaktır. Kodlama, o kodlamayı yapan kişinin (kaynağın) deneyim ve yaşantısını içeren toplumsal birikimlerinin yansımasıdır⁷⁹.

74 YÜKSEL, a.g.k., 1987, s.75.

75 ZILLIOĞLU, a.g.k., 1992, s.72.

76 Aysel USLUATA, **İletişim**. Cep Üniversitesi İletişim Yayınları, İstanbul, 1995, s.10.

77 YÜKSEL, a.g.k., 1987, s.76.

78 A.g.k., s.78.

79 YÜKSEL, a.g.k., 1989, s.33.

1.2.2. İleti (Mesaj)

Kaynağın alıcıya ulaşmasını istediği bir düşünceyi, duyguyu, isteği, bilgiyi aktarmaya ve paylaşmaya yarayan fizik bir ürün olarak tanımlanmaktadır⁸⁰. İletinin iki temel boyutu içerik ve yapı olarak belirlenmiştir. İçerik anlamla, yapı ise simge ve kodlarla ilgilidir. Anlam, insanlar tarafından yaratılan, öğrenilen, değişen birşey olarak ifade edilmiştir; simge tanımı ise bir topluluğun ortaklaşa karar verdiği ve kendisine belli bir anlam yüklenen nesne ya da işaret olarak tanımlanmıştır⁸¹.

İletinin biçimi belirli kurallara göre düzenlenen işaretler dizisi olan "kod"lar oluşturmakta; iletiler de kodlar aracılığında bir dizi işaretten bir başka işaretler dizisine dönüştürülebilmektedir. İleti üretilirken işaretlerden çağrışım ilişkisiyle seçim yapılır, tüm iletiler belirli özellikleri olan modelden seçimi ve zincirleme ilişki içinde bütünleşmeyi içerir⁸². Toplumsal yaşamın uzlaşım ve kurallara dayanan her yönlü kodlanmıştır ve bu nedenle kodlar iletişimin kültürel boyutunu oluştururlar⁸³.

1.2.3. Kanal (Araç ya da Oluk)

En basit anlamıyla, iletiyi kaynaktan alıcıya götüren araçtır. Kaynağın vermek (göndermek) istediği mesajın alıcıya ulaşabilmesi için kanal (araç, oluk) şarttır⁸⁴. Aynı şekilde alıcının geribildiriminin kaynak tarafından alınabilmesi için de kanal şarttır. Genel olarak bu kanallara iletişim aracı adı verilmektedir. İletişim araçları, iletileri kanal boyunca aktarabilir işaretlere dönüştüren fizik ya da teknik araçlar olarak tanımlanmaktadır⁸⁵. İletişim araçları, doğal ve yapay

80 ZILLIOĞLU-YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.30.

81 TDK, 1983: C.2, 1060'dan aktaran, ZILLIOĞLU-YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.32.

82 USLUATA, a.g.k., s.15.

83 ZILLIOĞLU, a.g.k., 1992, s.82.

84 YÜKSEL, a.g.k., 1989, s.35.

85 Kezban TAMER. "İletişim", *Davranış Bilimleri* (2), Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları No:59, Eskişehir, 1986, s.73.

olarak sınıflandırılmıştır. İnsan sesi, yüz ve vücut hareketleri doğal araçlara; radyo, yazı, resim, telefon, televizyon ve sayılar ise yapay araçlara veriler örnekler arasında yer almaktadır.⁸⁶ Alıcı olan kişi ya da kişilerin sayısı, eğitim durumu (okuma-yazma), aynı mekanı ve zamanın paylaşım paylaşımama durumları hangi aracın seçilmesi gerektiğini tayin eder⁸⁷. Bazı iletişim uzmanları tarafından kanal iletişiminin biçimi; araç ise kitle iletişim araçları ya da medya anlamında kullanılmaktadır⁸⁸.

Kodaçma: Alıcıya gönderilen ve ulaşan iletinin alıcı tarafından yorumlanarak anlamlı bir hale dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır⁸⁹. Bunun gerçekleşebilmesi için alıcının ve kaynağın deneyim ve yaşantılarının kesişmesi yani uyuması gerekir. İletişim süreci içinde iletiler ancak kodaçma yoluyla, kağıt üzerindeki anlamsız işaretler ya da bir takım ses ve görüntü sinyalleri olmaktan çıkıp anlam kazanırlar ve iletişimin başarılı olabilmesi bu kodaçımının yapılmasına bağlıdır⁹⁰.

1.2.4. Alıcı (Hedef)

Mesajın kaynak tarafından yollandığı kişi ya da kişiler olarak tanımlanabilir⁹¹. Alıcı, iletiden, kaynaktan bağımsız olarak, kendi anlamını çıkaracak kişi ya da kitle olarak da tanımlanabilir⁹². İletişim sürecinde alıcı, kaynağın gönderdiği iletiye hedef olan kişi ya da gruptur. Mesajın, alıcı tarafından yorumlanıp, kodaçımının yapılabilmesi için alıcının toplumdaki yeri, düşünceleri, inançları, ekonomik düzeyi vb. gibi bilgilerin öğrenilmesi ve belirlenmesi gerekir⁹³.

⁸⁶ ZILLIOĞLU, a.g.k., 1992, s.86.

⁸⁷ ZILLIOĞLU-YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.33.

⁸⁸ USLUATA, a.g.k., s.20.

⁸⁹ YÜKSEL, a.g.k., s.20.

⁹⁰ YÜKSEL, a.g.k., 1987, s.79.

⁹¹ GÖKÇE, a.g.k., s.53.

⁹² USLUATA, a.g.k., s.19.

⁹³ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: YÜKSEL, a.g.k., 1987, s.82-85.

Alıcı durumunda bulunan hedef kişi ya da kitle, gelen ileti tek ise kodu açımsar, yorumlar ve kodladığı iletiyi geribildirim (feedback) olarak kaynağa gönderir. İleti birden fazla ise alıcı kendince önemine göre seçim yapar, yorumlar, saklar ya da kendisi de iletiler göndermek üzere geribildirimde bulunur⁹⁴.

1.2.5. Geribildirim (feedback, geribesleme, yansıma)

Genel olarak geribildirim, iletişim sürecinde iletiyi gönderenin alıcıda oluşturmak istediği amacın ne düzeyde gerçekleştiğini anlamak için gerçekleştirilen bilgi alma süreci olarak tanımlanır. Öğrenilen bu bilgi kaynağı iletişim sürecinin sürekliliği ve daha sonra da devam edebilecek iletişim davranışı konusunda yönlendirir⁹⁵. Kaynak, alıcının verdiği yanıtı (geribildirimi, yansımayı) kullanarak bu yanıt doğrultusunda mesajını değiştirebilir ve bu yansıma sayesinde kaynakla alıcı arasındaki iletişimin yeterince etkin olup olmadığı konusunda bilgi sahibi olunabilir⁹⁶.

Yansıma, sözlü-yazılı anlatım ya da bu anlatım türleri dışında (alıcının beden ve yüz anlatımıyla yanıt vermesi gibi) ortaya çıkar⁹⁷.

1.3. İletişim Sürecinin Diğer Öğeleri

Yapılan araştırmalar sonucunda iletişim sürecinin temel öğeleri yanında bu süreç içerisinde aktif olarak bulunmayan başka öğelerin varlığında gündeme gelmiştir.

⁹⁴ USLUATA, a.g.k., s.19.

⁹⁵ YÜKSEL, a.g.k., 1987, s.83.

⁹⁶ A.g.k., s.85.

⁹⁷ GÖKÇE, a.g.k., s.41.

1.3.1. Toplayıcı Yankı (Feed Forward)

Kaynağın iletişim sürecini başlatmadan ve alıcıya ileti göndermeden önce, alıcı hakkında araştırma yapması ve gerekli bilgileri toplaması olarak tanımlanabilir⁹⁸.

1.3.2. Gürültü (Noise)

İletişim sürecinde, iletilerin alınıp verilmesi sırasında kaynak ve alıcı tarafından hesaplanmamış, istenmeyen ve iletişimin amacına ulaşmasını engelleyici şeyler olarak tanımlanır⁹⁹. Gürültü her iletişim süreci içerisinde yer alabilir; önemli olan boyutlarının iletişimi engelleyecek ölçüde olmamasıdır¹⁰⁰. Gönderilmek istenilen iletinin gücünü azaltan her türlü etki “gürültü” adı altında toplanabilir. Bir başka deyişle gürültü, iletişim sürecindeki gönderilen ileti ile algılanan ileti arasında, farklılığa yol açan, iletişim sembollerine olan eklenti ya da bu sembollerin kodlanma hatası olarak tanımlanabilir¹⁰¹.

1.3.3. Seçici Algı

Algılama; dünyanın anlamlı bir görüntüsünü yakalayabilmeyi sağlayan uyaran ve duyuşsal uyaranın seçilmesi, organize edilmesi ve yorumlanmasını da içeren karmaşık bir süreçtir. Algılamanın işlevsel bakımdan seçici bir olgu olduğuda vurgulanmıştır. Bu seçici yapının varlığının dışında bütün algıların da bir etkileşim sonucu olarak ortaya çıktığıda açıklanmıştır. İnsanoğlu nesnelere olduğu gibi değil yorumladığı gibi algılar. Algının oluşumunda ilk etken olan algısal seçim; çevre uyaranlarından bazılarının ihmal edilmesi ve seçilen bazılarının üzerinde odaklanılması anlamını taşır.

⁹⁸ YÜKSEL, a.g.k., 1989, s.43.

⁹⁹ ZILLIOĞLU-YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.39.

¹⁰⁰ YÜKSEL, a.g.k., 1989, s.43.

¹⁰¹ A.g.k., s.44.

1.4. İletişimin İşlevleri

Genel olarak bakıldığında iletişimin işlevleri; etkileme, etkilenme, bilgilendirme, yönlendirme, denetleme, bilgi ve becerileri iletme, eğitme, öğretme, ikna etme, önerme, duyguları dile getirme, duygular uyandırma, toplumsal ilişki kurma, karar verme, toplumun birlikteliğini ve devamını sağlamak, sorun çözüp kaygı azaltma, eğlendirme, gerekli rolleri üstlenme, toplum yapısını düzenleme, kültürlenme ve kültürlenme gibi olguları kapsamaktadır¹⁰².

İletişimin en ilkel işlevinin; ötekini tanıma ve kendi varoluşunu gerçekleştirme olduğu belirtilmiştir¹⁰³. Bir başka araştırma, iletişimin toplumsal işlevlerini, siyasal, ekonomik ve genel toplumsal düzen olarak üç ayrı kategoride ele almıştır.

Siyasal düzendeki işlevleri, bilginin toparlanması, toparlanan bu bilgilerin yorumu ve yayılması ve aktarma (ya da yasa ve geleneklerin kuşaklara geçirilmesi) olarak tanımlanmaktadır.

Ekonomik düzendeki işlevleri; kaynaklar (alım-satım işlerine ilişkin bilgi) bu bilgilerin yorumu (piyasanın işleyişi, denetimi) ve ekonomik davranışı sağlama olarak belirtilmektedir.

Genel toplum düzenindeki işlevleri ise; toplumsal kuralların onayı ya da reddi, kamu uyumu ile toplumsal denetimin çalıştırılması, normların ve rol beklentilerinin yeni kuşaklara aktarılması, eğlenmeyi sağlama, boş zamanı değerlendirme ile değişik öğrenmeler ve toplumsallaşmayı sağlama gibi unsurların oluşturduğu açıklanmaktadır¹⁰⁴.

İletişimin işlevlerine kültürel boyutta bakıldığı zaman, kültürlerin iletişim sayesinde kişiden kişiye, topluma, kurumlara ve diğer toplumlara

¹⁰² Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: USLUATA, a.g.k., s.24-26.

¹⁰³ ÖZKÖK, a.g.k., 1985, s.10.

¹⁰⁴ AŞKUN, a.g.k., 1989, s.10.

aktarılabildiği görülmektedir. Kişiler ve toplumlar bir yandan birbirleri ile kültür alış-verişi içerisinde bulunurken diğer yandan kendi kültürlerini ve buna bağlı kişilik yapılarını başkalarının üzerine egemen kılmayı isterler. Bu anlamda kültürel iletişim düzenekleri, toplumlarda hem kültürü yayıcı hem de yabancı kültürlerin yayılmasını da önleyici işlevler üstlenebilmektedir¹⁰⁵.

İletişimin işlevlerini bireysel açıdan ele alan görüş ise bu işlevleri şu şekilde sıralamıştır:

1. Kaynak olarak iletişim, gereksinimleri karşılamak, çıkarları korumak, amaçlara ulaşmak için bir araç olarak kullanılabilir.
2. İletişim anlık bir gereksinimi de karşılayabilir, uzun sürede ulaşılabilecek bir amacın gerçekleşmesini de sağlayabilir.
3. Değişiklik yaratmak için, koşulların değiştirilmesi için iletişim bir araç olabilir.
4. Kişinin kendisini estetik yönden açıklaması, yaratıcılığını simgeleştirilmesi için iletişimden yararlanır.
5. İletişim kişinin kendisini tanımasına, kendisini bulmasına da yardımcı olabilir; iletişim kurarken kişi kendi inançlarını, duygularını da daha iyi çözümleyebilir¹⁰⁶.

Hedef kitle ya da kaynak olarak ele alındığında ise iletişimin işlevleri dört madde halinde toplanmıştır:

1. Anlamak-Bilgilendirmek
2. Öğrenmek-Öğretmek
3. Eğlenmek-Eğlendirmek
4. Karar vermek-Önermek ya da ikna etmek¹⁰⁷.

Çevrenin denetiminin yapılması ile birlikte toplumda değerlerinin denetlenebilmesi; toplumun bireyleri arasındaki etkileşimi sağlama; toplumsal

¹⁰⁵ AŞKUN, "Kültürel İletişim Politikası", *Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları Kurgu Dergisi*, Sayı:7, Eskişehir, 1990, s.2.

¹⁰⁶ USLUATA, *a.g.k.*, s.24.

¹⁰⁷ *A.g.k.*, s.25.

normların ve geleneklerin sürdürülmesine yardımcı olma iletişimin toplumsal işlevlerine açıklık getiren bir başka tanımlamadır¹⁰⁸. İletişimin insan için önemi şu şekilde belirtilmiştir:

İnsan için iletişim önce bir organizma olarak varoluşun, sonra da psikolojik ve kültürel bir varlık olarak toplumsal ve kültürel çevreyi anlamlandırmanın temelidir. İletişim insanın “dünya” ile ilişkisini sağlar¹⁰⁹.

Özetlemek gerekirse, iletişimin temel işlevleri, bilgilendirme, denetleme, yönlendirme, bilgi ve becerileri iletme, eğitime ve eğlendirme, duyguları dile getirme, toplumsal ilişki kurma, sorun çözüp kaygı azaltma ve uyarma olarak sıralanmaktadır¹¹⁰.

1.5. İletişimin Tür ve Sınıflandırılması (Kullanım Biçimleri)

Kişinin içsel iletişimi, insanın kendini bilmesini, tanımasını, ihtiyaçlarını, belirlemesini, düşünmesini, duygulanmasını, iç gözlem yapmasını ve kendine sorular sorarak bunlara cevap üretmesini kapsar¹¹¹. İlk insan içinde yaşadığı dünyayı anlayabilmek için duyularını ve duygularını kullanarak çevresini tanımaya başlamış, kararlar alıp buna göre harekete geçmiştir. Bunlara karar vermesini sağlayan düşünce süreçleri, bireyin içinde yeralan içsel iletişimin sonucu olarak tanımlanmıştır¹¹². Bir diğer tanımlamada kişinin içsel iletişimi, kişiyi motive eden, güdüleyen, gereksinmeleriyle kişiyi düşünmeye iten ve kafasındaki kendisini kavramasını sağlayan bir olgu olarak açıklanmaktadır¹¹³.

¹⁰⁸ USLUATA, a.g.k., s.25.

¹⁰⁹ ZILLIOĞLU, a.g.k., 1992, s.46.

¹¹⁰ USLUATA, a.g.k., s.23.

¹¹¹ Üstün DÖKMEN. *İletişim Çatışmaları ve Empati*. Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.20.

¹¹² Seyide PARSA. *Televizyon Haberciliği ve Kuramları*. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:3, İzmir, 1993, s.6.

¹¹³ USLUATA, a.g.k., s.44.

İnsanın çevre ile iletişim kurabilmesi için öncelikle iç iletişimini sağlaması gerekir. Hem bilgi üretmeye hem de gelen bilgileri yorumlamaya çalışan bir kişi, her iki durumda da kendi içsel iletişimini gerçekleştirmek zorundadır¹¹⁴.

Kişilerarası iletişim, kişinin başka kişilerle anlam alış-verişi yapması olarak tanımlanmaktadır¹¹⁵. Karşılıklı iletişimde bulunan kişiler, bilgi/sembol üreterek bunları birbirine ileterek ya da aktararak ve sonra yorumlayarak iletişimi sürdürürler¹¹⁶. Bir başka tanımlamada kişilerarası iletişim, iki ya da daha fazla kişi arasındaki, sözel ya da sözsüz, simgesel etkileşim olarak yapılmaktadır¹¹⁷. Toplum içinde yaşayan herkes bir başka kişi ya da kişilerle duyulara (görme, dokunma, tatma, ses, koku alma) yönelik ileti alış-verişi içerisine girerler. Bu kişilerarası iletişimin uygulanımı olarak tanımlanır¹¹⁸.

Grup iletişimi, grup içinde yer alan kişilerin yapıcı ve engelleyici iletişimlerini, üstlendikleri rolleri, etkileri kapsamaktadır¹¹⁹. Kişilerarası iletişim çalışmalarının konuları aslında grup iletişimini de içine alacak biçimde genişletilmektedir. Çünkü bireyler gruplar halinde yaşamlarını sürdürmekte, kendilerini bu gruplar içinde ifade etmektedirler. Bu yüzden bireylerarası iletişim de grup içinde gerçekleşir.¹²⁰

Kişidışı iletişim, bir başka kişinin dışında herhangi bir şeyled doğrudan iletişim olarak tanımlanmaktadır. Bu gruba başka canlılarla (hayvanlar gibi) iletişim ve makinalarla iletişim girmektedir¹²¹.

İletişimin, dolaylı (bir araç aracılığı ile) ya da dolaysız (yüzyüze) olarak gerçekleşir.

¹¹⁴ DÖKMEN, a.g.k., s.21.

¹¹⁵ USLUATA, a.g.k., s.44.

¹¹⁶ DÖKMEN, a.g.k., s.23.

¹¹⁷ USLUATA, a.g.k., s.44.

¹¹⁸ A.g.k.

¹¹⁹ A.g.k., s.43.

¹²⁰ A.Haluk YÜKSEL. **Bireylerarası İletişime Giriş**. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları No: 96, Eskişehir, 1994, s.9.

¹²¹ USLUATA, a.g.k., s.43.

Yüzyüze iletişimde, bireyler karşılıklı olarak iletişim içerisindedirler. Arada iletici araç yer almamaktadır. İnsan zihninde anlam yumağı içeren bir mesaj oluşturur, bu düşünceyi bir başka kişiye aktarır. Ancak ön koşul, her iki insanın da ortak kodlara ya da dil bilgisine sahip olmasıdır¹²².

Kitle iletişimi ise, mesajın göndericiden alıcıya bir iletişim aracı ile ulaşması sürecini kapsar. İleti (mesaj), bir ya da daha çok kitle iletişim aracı ile (medya adı verilen gazete, televizyon, sinema gibi araçlar) geniş ve bilinmeyen bir kitleye (dinleyici, izleyici ya da okuyucu gibi) ulaştırılması, kitle iletişimi kapsamındadır¹²³. Bilgilerin kaynak tarafından üretilmesi, geniş insan topluluklarına medya araçları kullanılarak iletilmesi ve alıcı kişilerin bu bilgileri yorumlaması süreci de “kitle iletişimi” tanımlamaları arasında yer alabilir¹²⁴.

2. KİTLE İLETİŞİM OLGUSU, TEMEL ÖZELLİKLERİ, SÜRECİ VE İŞLEVLERİ

İletişim ve kitle iletişimi konularını kapsayan bu bölümün ikinci kısmında, iletişim türlerinden biri olan kitle iletişiminin ne olduğuna, temel özelliklerine, süreç olarak kitle iletişim olgusuna ve işlevlerine yer verilecektir.

2.1. Kitle İletişim Olgusu

İletişim önceleri yüzyüze gerçekleşen bir olgu iken, kültürün öğelerindeki gelişmeleri de kullanmaya başlamış, önce kağıt kalemle başlayan iletişimin kullanım biçimindeki farklılık baskı teknolojisi, radyo ve televizyon derken uydu haberleşmesine kadar pek çok alana yayılmıştır. İletilerin kitlelere ulaştırılmasını sağlayan teknolojilerin bulunuşu ile kitlesel kullanım alanlarına

¹²² PARSA, a.g.k., s.7.

¹²³ USLUATA, a.g.k., s.43.

¹²⁴ DÖKMEN, a.g.k., s.39.

kavuşan iletişimin bu biçimine, kaynağın kitleler halindeki hedefine ulaşma amacı nedeniyle “kitle iletişim araçları” (mass media) adı verilmiştir. Kitle iletişimi, içinde iletilerin üretildiği, seçildiği, alınıp gönderildiği ve karşılık verildiği bir sistem, bir dizge olarak da tanımlanabilir.¹²⁵ Kitle iletişim araçları (radyo, televizyon, gazete, dergi, sinema gibi) kullanılarak yapılan iletişimde; iletişim, kişiler arasında karşılıklı yapılan (yüzyüze) bir işlev olmaktan çıkmış, bir topluluk içerisinde türdeş (aynı) olmayan ve tek tek özellikleri bilinmeyen bir kitleye yönelik bir iletişim süreci başlamış ve bu süreci uygulamak için basın, radyo, televizyon gibi kuruluşlar görev almıştır.¹²⁶ Bu kuruluşlar ve araçlar kitle iletişiminde önemli roller üstlenmiştir. Bu yüzden kitle iletişimi ile özdeşleştirilmişler ve kitle iletişimi dendiğinde ilk akla gelen unsurlar olmuşlardır. Kitle iletişim araçlarına daha geniş bir çevrede bakıldığında gazete, dergi, kitap gibi basılı yayınlar, radyo ve televizyon gibi elektromanyetik olarak çalışan araçlar ile sinema, video, plak, disk ve bilgisayar anlaşılmaktadır; bu araçlar medya olarak da adlandırılıp, tanımlanmaktadır.¹²⁷ McLuhan, iletişim aracını, insanın teknolojik uzantılarının tümü olarak tanımlar. Bir başka deyişle, teknoloji aracılığı ile insanın gücünü arttıran herşeyin kitle iletişim araçları (media) kapsamına girdiğini belirtir.¹²⁸

İletişim çift yönlü bir süreç olarak ele alınırken, kitle iletişimi kitle iletişim araçlarından (medya) topluma doğru tek yönlü bir süreç olarak görülmektedir.¹²⁹

Kaynağı oluşturan kişinin, grubun (kesimin) ilişki kurma ve paylaşma amacı ile bilgi, düşünce, duygu, tutum ve kanıları, alıcı kesim durumundaki kalabalık ve geniş bir kitleye medya aracılığı ile iletmesi “kitle iletişimi” olarak tanımlanır ve profesyonel nitelik taşıyan kaynağın (iletişimcilerin), toplumun

¹²⁵ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. USLUATA, a.g.k., s.73-74.

¹²⁶ KAYA, a.g.k., s.10.

¹²⁷ ZILLIOĞLU-YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.79.

¹²⁸ ÖZKÖK, a.g.k., 1985, s.157.

¹²⁹ Ana Britannica Ansiklopedisi'nden Aktaran: USLUATA, a.g.k., s.74.

farklı kesimlerine bazı amaçlar doğrultusunda mesaj yollama sürecini oluşturur.¹³⁰

Modern kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte artık insanlar, düşüncelerini, duygularını, yönelimlerini, yüzyüze gelme gerekliliği ve doğrudan karşılıklı etkileşime geçme zorunluluğu olmadan paylaşabilir hale gelmişlerdir. Bununla birlikte kültürel ortaklık için toplumsal etkileşimin daha az gerekli olduğu görüşü de savunulmaya başlamıştır.¹³¹ Bu konu ile ilgili araştırma yapanlar, bu topluma “kitle toplumu”, bu toplumda yaşanan iletişime de “kitle iletişimi” adını vermeyi uygun bulmuşlardır.¹³² Westley McLean’e göre, izleyici kitlenin istekleri, gönderenin (iletişimcinin) hedefi durumundadır ve kitle iletişimci, alıcının gereksinimlerini ve ilgilerini duyuran bir aracı durumundadır.¹³³ Kitle iletişimi, temelde, toplumsal ilişkilerde aracı rolü olan bir kurum durumunda bulunduğundan; bizim ve doğrudan ilişki içerisinde olmadığımız bir dış dünyanın ve diğer toplumsal kurumların arasındaki iletişimi sağladığı söylenebilir.¹³⁴

2.2. Kitle İletişimi-Temel Özellikleri

Kitle iletişiminde amaçlara yönelik özelliklerin başında, gönderilen mesajın uzak mesafelerdeki büyük kitlelere ulaşması gelmektedir.¹³⁵ Kitle

¹³⁰ ZILLIOĞLU-YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.78.

¹³¹ Alvin W.GOULDNER. *The Dialectic of Ideology and Technology*. MacMillan Press, 1976, s.95’den Aktaran: KAYA, a.g.k., s.8.

¹³² Edward SHILS, *Center and Periphery. Essay in Macrosociology*, Chicago Press, 1975, s.103’den Aktaran KAYA, a.g.k., s.8.

¹³³ Denis, McQUAIL-Sven, WINDAHL. *Communication Models for the Study of Mass communiatio*s, United States Of America, by Longman Inc., New York, 1981’den Çev.: Uğur DEMİRAY-Banu Dağtaş. *Kitle İletişim Çözümlemeleri İçin Model Önerileri*, Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Çalışmaları Vakfı Yay No: 92, Eskişehir, 1994, s.11.

¹³⁴ KAYA, a.g.k., s.63.

¹³⁵ Wilbur SCHRAMM ve Donald F.ROBERTS, *The Process and Effects of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1977, s.8’den Aktaran Güneş N.BERBEROĞLU, *Basın İşletmeciliği*, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No:34, İstanbul, 1991, s.20.

iletişimi bu araçlar sayesinde, kaynaktan farklı uzaklıklarda bulunan birden fazla bir insana (büyük bir kitleye) ulaşabilmektedir.¹³⁶ Farklı kitlelere, mekansal bağ olmaksızın seslenebilen kitle iletişim araçları; istenilen her yerde, aynı zamanda bulunabilme ve olayı anında aktarabilme özelliğine de sahiptirler.¹³⁷ Kitle iletişim araçları; ulusal ve uluslararası boyutta toplumsal yaşamda var olan sorunların sergilendiği ve tartışıldığı ortamları hazırlar.¹³⁸ Toplumda yaşayan insanların sanat ve kültür ile ilgili, boş zaman değerlendirimini sağlayacak aktivitelere evlerinden ve daha ucuza katılımı bu araçlar ile sağlanabilir. Ayrıca kitle iletişim araçları, haber ve eğlence ile ayrılması mümkün olmayan bir şekilde karışmış olarak değerler ve yargıları dile getirebilir.¹³⁹

Kitle iletişiminde kaynak, genelde bir kurum ya da bir organizasyon olabilir ve iletişim birlikte çalışan küçük ya da büyük gruplarca yapılabilir.¹⁴⁰

Kitle iletişiminde mesaj, kitlesel olarak üretilmekte, çoğaltılabilir olmakta ve alıcılar tarafında seçici bir dikkat ve algılamaya tabi tutulması mümkün olabilmektedir. Alıcıya ulaşan mesaj, alıcı tarafından yeniden üretilebilecek bir özelliğe sahip durumdadır.¹⁴¹ Kitle iletişim araçları önce tüketim isteğini uyarıp, harekete geçirerek, kazanç artırma ve satın alma gibi hedef kitleyi yönlendirerek, dikkati çekici, güdüleyici etki sağlayarak yaşam biçimlerinin değişimine yol açabildiklerinden “güç” niteliği de taşırlar.¹⁴²

¹³⁶ Erol MUTLU. **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınevi, Ankara, 1993, s.130.

¹³⁷ SCHRAMM-ROBERTS, a.g.k., Aktaran BERBEROĞLU, a.g.k., s.20.

¹³⁸ Denis McQUAIL. **Kitle İletişim Kuramı**, Çeviren: A.Haluk YÜKSEL, Kibele Sanat Merkezi, 1994, s.2.

¹³⁹ A.g.k.

¹⁴⁰ Werner J.SEVERIN-James W. TANKARD, **Wr.Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media**, 3.edition, Longman Publishing Group, New York, 1992, Çeviren: Ali Atif BİR-Serdar SEVER. **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları**. Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir, 1994, s.9.

¹⁴¹ SEVERIN-TANKARD, a.g.k., Çeviren BİR-SEVER, a.g.k., s.9.

¹⁴² Korkmaz ALEMDAR-Raşit KAYA. **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar**. Savaş Yayınları, Ankara, 1983, s.72.

Kitle iletişimde alıcı durumunda olan hedef kitle, çeşitli toplumsal ve sosyal sınıflara mensup, çeşitli ve farklı niteliklere sahip insanlardan oluşur. Bu alıcı kitlenin istekleri, kaynak durumundaki gönderenin hedefidir. Kaynak, alıcının gereksinimlerini ve ilgilerini doyuran bir aracı rolü üstlenmiştir.¹⁴³ Bunun yanısıra kaynak, kendi düşünce ve mesajlarını da iletebilir; kamuoyu oluşturma ve etkileme gibi görevlerde üstlenebilir. Kitle iletişimde iletişimin genelde kaynaktan alıcıya tek yönlü bir şekilde gerçekleşmesi geribildirim mekanizmasının geç işlemeden kaynaklanmaktadır; alıcının aynı anda mesaja cevap verme olanağı yoktur.¹⁴⁴

2.3. Kitle İletişim Süreci

Kitle iletişim sürecinde kaynak ve alıcı arasına iletinin gönderimini sağlayan öge olan araçlar eklenmiştir. İletişimi başlatan kaynak profesyonel iletişimci ya da iletişimcilerdir. Kendi amaçları ve alıcının istekleri doğrultusunda ileti (mesaj) hazırlarlar ve bu iletileri mekanik araçlar (medya) aracılığı ile çok sayıda ve farklı gruplara dahil insan topluluklarına (başka bir deyişle kitle durumundaki izleyicilere, dinleyicilere vb. gibi) ulaşır. Kitle içinde yer alan kişiler(bireyler) gelen mesajı (iletiyi) kendi deneyimlerindeki anlamlara göre yorumlarlar. Sonuçta bireyler şu ya da bu şekilde etkilenir. Geribildirim, alıcının düşüncesi (mesajı) yapılan anket ya da araştırmalar sonucu ortaya çıkabilir. Bu doğrultuda kitle iletişim süreç ve kavramından, iletileri gönderen kurum ile alan hedef kitle arasında süregiden bir süreç ya da daha doğrusu, içinde hedef kitlece algılanan anlamların yaratıldığı olaylar dizisinin akışı anlaşılmaktadır. İletiler kitle iletişim aracının (medyanın) türüne göre kodlanmakta; neyi nasıl söylediklerine göre tanımlanmakta; nasıl açılacağı da iletinin algılanışı yönünde olmaktadır.¹⁴⁵

¹⁴³ McQUAIL-WINDAHL, a.g.k., Çeviren DEMİRAY-DAĞTAŞ, a.g.k., s.11.

¹⁴⁴ A.g.k.

¹⁴⁵ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. USLUATA, a.g.k., s.77-78.

Kitle iletişim sürecinde yer alan ögelerle iletişimin ögeleri temelde aynı olmakla birlikte, kitle iletişimine medya ögesinin eklenmesi ile bazı farklılıklar gündeme gelir. Kaynak artık aracı kullanmayı (iletiyi en etkili şekilde hangi araçla yollayacağını) bilen uzman kişi ya da kişilerce oluşturulan bir kurum durumundadır. İleti; çevreden alınan olaylardan, gerek hedef kitlenin isteğine gerekse kaynağın amacına göre hazırlanan duygu ve düşüncelerden oluşur ve araçla iletmeye uygun bir durumdadır. Alıcı çok kapsamlı ve çok farklı grup, topluluk ve izleyicilerden oluşur. İzleyicinin yapı ve içerik farklılığı iletinin nasıl olması, nasıl yollanması gerektiğini belirler. İletin nasıl biçimleneceği, kurumun yapısı ve üretim düzenlemelerine göre de değişir. Hangi araç aracılığında ne söylendiği (hangi mesajın verildiği önem taşır; araçların farklı yapısı mesajın biçimini ve verilmesini de etkiler. Araçlarla ileti (mesaj), olay anında izleyici kitleye ulaşır. Hedef kitle içinde yaşadığı toplumsal çevre ile dolaysız ilişkidir. Ancak bu toplumsal çevreye ilişkin iletileri dolaylı bir biçimde, çoğu kez etkili kitle iletişim araçları sayesinde alır.

2.4. Kitle İletişimin İşlevleri

Kitle iletişim araçlarından yararlanma toplumdan topluma bazı farklılıklar gösterse de temelde işlevleri aynı olmaktadır. Temelde var olan işlevleri; haber verme, eğlendirme, eğitime ve öğretme; dış olayların gözlenmesine yardım etme, toplumsal oluşumda ortak görüşe ulaşma; kültürün ve alt kültürlerin oluşumunu ve sonraki kuşaklara aktarımını sağlama; eşya ve hizmetlerin tanıtımını yaparak alımını sağlama ve bu alımı çoğaltma olarak sıralayabiliriz.¹⁴⁶

Haber ve bilgi sağlama işlevi ile izleyici kitle yaşadığı toplumun ve diğer toplumların koşullarını ve içinde buldukları durumu daha iyi algılayıp, anlayabilir ve böylece tepki göstermesi daha kolaylaşır. Bu işlev, haberin, verilerin, düşüncenin, görüş ve yorumların toplanmasını ve işlem görmesini

¹⁴⁶ ZILLIOĞLU-YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.79.

içerir.¹⁴⁷Bilgi ve fikir için bir platform ya da taşıyıcı rolü üstlenir.¹⁴⁸ Güç ilişkilerine işaret eder ve toplumu bilinçlendirir.¹⁴⁹

Toplumsallaştırma işlevi ile bireyin içinde bulunduğu toplum hakkında genel bilgi ve değerleri öğrenebilmesi ve bu sayede toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmesi kolaylaşır. İnsanların toplum için varlığını sürdürebilmesi için toplumsallaşması şart olarak kabul edilir. Kitle iletişim araçları bu işlevi ile toplumların maddi ve manevi değerlerini, öğelerini, inançlarını toplumdaki kişilere aktarır ve öğrenip, bilinçlenmesini sağlar.¹⁵⁰ Sosyalleştirir ve paylaşımı oluşturur.¹⁵¹

Güdüleme işlevi ile toplumların var olan amaçlarını açıklayan kitle iletişim araçları yine bu işlev ile toplumda yaşayan bireylere özendirici ve harekete geçirici açıklamalar yaparak, bireyin bu amaçlar için sarfedilen çabalara katılımını sağlar.¹⁵²

Tartışma ortamı hazırlayarak bu toplumsal değer ve amaçlara açıklık kazandırabilirler, konuların ve sorunların tartışılmasına zemin hazırlayarak çözüm üretimine ve gelişmeye katkıda bulunabilirler. Tartışma ortamının ve ulaşılabilecek sonucun, bireylerin, grupların katılımı ile gerçekleşmesi ve bu kişilerin karşılıklı etkileşimde bulunabilmesi, ortak amaçlar doğrultusunda harekete geçmelerini de sağlayacaktır.¹⁵³

Bilgi aktarma ve haber verme işlevleri sırasında bireylere ve izleyici kitleye yeni şeyler öğrenme, bilgi, yetenek ve becerilerini daha üst düzeye çıkarma imkanı vererek, toplumun eğitilmesini sağlayan bir işlev üstlenmektedir.¹⁵⁴

¹⁴⁷ UNESCO Komisyonunca hazırlanan Mac Bride raporundan Aktaran KAYA, a.g.k., s.15.

¹⁴⁸ McQUAIL, a.g.k., Çeviren: YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.53.

¹⁴⁹ A.g.k., s.76.

¹⁵⁰ KAYA, a.g.k., s.15.

¹⁵¹ McQUAIL, a.g.k., Çeviren: YÜKSEL, a.g.k., s.76

¹⁵² KAYA, a.g.k., s.16.

¹⁵³ A.g.k.

¹⁵⁴ A.g.k.

Baskın kültürü, toplumdaki gruplar içinde oluşan alt kültürleri ve yeni kültürel düzenlemeleri, gelişmeleri tanıtarak kültürün geliştirilmesinde, korunmasında ve sonraki kuşaklara aktarılmasında aracı işlevi görür.¹⁵⁵

Eğlendirme işlevi sayesinde bireylerin günlük yaşamlarında var olan sıkıntılarından uzaklaşmalarını, boş zamanlarını dinlenerek ve stres atarak geçirmelerini sağlar. Bireylerin eğlendiren ve hoşça vakit geçirten faaliyetlere çok daha ucuza ulaşmasına imkan tanır ve bu faaliyetlerin daha çok kişi tarafından tüketilmesine yardımcı olur.¹⁵⁶ Bu işlev, insanların günlük yaşantılarından kaynaklanan sıkıntılarının ve toplumsal sorunların bir süre içinde olsa unutulmasını sağlar ve sosyal tansiyonu azaltır.¹⁵⁷

Bütün bu işlevler gerçekleştirilirken toplumdaki bireyler ve gruplar arasında var olan ilişkiler gelişir var olmayanların oluşumuna olanak sağlar; bireylerin toplumlarını ve birbirlerini anlaması ve tanınması için gereken ortam yaratılır ve böylelikle kitle iletişim araçları bütünleştirici bir işlev de yapmış olurlar.¹⁵⁸ Bütünleştirici işlev ile siyaset, savaş, ekonomik gelişme, toplumsal hedefler gibi konularda bireyler biraraya gelir ve ortak bir yol izleyebilir.¹⁵⁹

¹⁵⁵ KAYA, a.g.k., s.16.

¹⁵⁶ A.g.k.

¹⁵⁷ McQUAIL, a.g.k., Çeviren: YÜKSEL, a.g.k., s.76.

¹⁵⁸ KAYA, a.g.k., s.16.

¹⁵⁹ McQUAIL, a.g.k., Çeviren: YÜKSEL, a.g.k., s.77.

BÖLÜM IV

BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYON

Bu bölümde televizyon kavramının tanımına ve dünyada televizyonun araç olarak 19.yüzyılda gelişimine ve 20.yüzyılda ulaştığı noktaya değinilerek Türkiye'ye giriş dönemi, renkli televizyona geçiş ve çok kanallı yayın dönemi ele alınacaktır.

1. KAVRAM OLARAK TELEVİZYON VE DÜNYA'DAKİ GELİŞİMİ

Bu başlık altında televizyonun tanımı ve dünyada gelişim süreci anlatılacaktır.

1.1. Kavram Olarak Televizyon

Günümüzde en yaygın kitle iletişim aracı olarak kullanılan televizyonun ansiklopedik tanımı şöyle yapılmaktadır:

Hareketli ya da durağan görüntülerin, kablo ya da elektromanyetik dalgalar aracılığıyla aktarılmasına dayanan iletişim sistemi. Bu görüntüler algılandıkları anda bir ekranda yeniden oluşturulabileceği gibi, saklamak amacıyla kayıt da yapılabilir¹⁶⁰.

¹⁶⁰ Jülide, GÜLİZAR. *TRT Meydan Savaşı*, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1995, s.11.

Konuya televizyon yayını olarak yer veren bir diğer tanımda şöyle açıklanmaktadır:

Ses ve görüntünün elektromanyetik dalgalar aracılığı ile belirli bir yerden (vericiden) aktarılması ve bu sinyallerin, bu iş için geliştirilmiş özel alıcılarla alınması¹⁶¹.

Televizyon sözcüğü Latince kökenli bir sözcüktür ve “uzağı görmek” anlamında kullanılmaktadır. Televizyon aracının teknolojik gelişimi bu anlama “uzağı duyma”yı da eklemiştir. Bu televizyon adı verilen teknolojik araç sayesinde insanlar, zaman ve mekanla sınırlı kalmayan gündelik yaşam deneyimlerini geliştirip bunlara yenilikler ekleyen bir süreç içerisine girmişlerdir¹⁶².

İletişimdeki gelişmeler sonucunda iletişimin daha geniş kitlelere yayılması ve yayılmanın gerçekleşebilmesi için araçlara ihtiyaç duyulması, kitle iletişim araçlarından televizyonun doğmasına yol açmıştır. İletişim sürecinde yer alan mesajın daha geniş kitlelere, en etkili biçimde ulaştırılma çabası teknolojik gelişmelerin dayanağını oluşturmuştur. Teknik arayışlar ve gelişmeler sonucu insan hayatına, bir elektronik buluş ürünü olan televizyon girmiştir. Elektronik kitle iletişim araçları arasında yer alan televizyon daha teknik olarak şu şekilde tanımlanmaktadır:

Kelime anlamı uzak (tele) görüntü (vision) olup, elektromanyetik dalgalar aracılığı (Hertz dalgaları) bir olayın (söz-müzik) hem ses hem görüntü (optik) olarak aktarılmasıdır¹⁶³.

¹⁶¹ Aysel, AZİZ. **Radyo ve Televizyonla Eğitim**, Ankara Üniversitesi Eğitim Fak. Eğitim Araştırma Merkezi Yayın No: 2, Ankara, 1982, s.13.

¹⁶² Erol, MUTLU. **Televizyonu Anlamak**, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991, s.15.

¹⁶³ Aysel, AZİZ. **Radyo ve Televizyona Giriş**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayın No: 393, Ankara, 1976, s.5.

Sinemanın gelişmesine paralel olan dönemde, elektronik teknolojisinin ürünü olan radyo, kitle iletişim araçları içinde en yaygın kullanımı olan araçtır. Geniş kitlelere ses yayını olarak ulaşan radyo, daha sonraları gerçekleşen görüntü yayını nasıl yapılabilir ile ilgili araştırmalara da basamak olmuş, günümüzün en popüler iletişim teknolojisi ürünü televizyonun doğmasına olanak sağlamıştır¹⁶⁴.

Konuya alıcı kitle açısından yaklaşan bir tanım televizyonu, uzak yerlerden gelen (ulaşan) görüntülerin ve seslerin izlenmesi olarak açıklamaktadır. Görme ve işitmeyi insanların en önemli duyuları olarak kabul edersek, televizyonun insan hayatındaki yeri ve önemini daha rahat anlayabiliriz.

Televizyonun bu tanımlar doğrultusunda işlev görebilmesi için belli organlara ihtiyacı vardır. Bunlar, kamera, mikrofon, her ikisini denetleyen cihazlar, verici ve alıcı sistem olarak tanımlanır¹⁶⁵.

1.2. 19.yy.'da Televizyonun Gelişimi

Televizyonla ilgili çalışmalar açısından birden fazla tarih verilebilir. Çünkü teknolojik gelişmenin ürünü olan televizyonun bulunuşu öncesinde bu buluşa yardımcı olacak bir takım icatlar daha önce yapılmış ve televizyonun icat edilmesinin temelini oluşturmuşlardır. Televizyonla ilgili çalışmaların başlangıcını 1800'lere kadar götürmek mümkündür. Çünkü o yıllarda elektronik tarama sistemi ile ilgili, Hertz ve Hallavachs adlı iki araştırmacının bir çok deney yaptığı anlaşılmıştır. Bunların devamında 1817'de Berzeliuc adlı bilim adamı, Sellenium'un direncinin, bir ışının etkisi altında değişim gösterdiğini saptar. 1860'da Caselli, adlı bilim adamı pantelegraf adı verilen aracı keşfediyor. Bu araç, çizgiler halinde ayrılan mesajları elektrik akımı

¹⁶⁴ Ahmet, DURMAZ. **Televizyon Tekniği 1**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 778, AÖF Yayınları No: 393, Eskişehir, 1994, s.1.

¹⁶⁵ Mahmut Tali, ÖNGÖREN. **Televizyon Kılavuzu**, Milliyet Yayınları, Eylül 1972, s.57.

yoluyla iletebiliyordu ve bu araç baskı yoluyla çoğaltma yapabilen bir aygıtı ve dünyada ilkti¹⁶⁶.

Bu teknolojik gelişmelerin ışığında, televizyon ile ilgili olarak ilk teknik buluş İrlandalı bir telgrafçı olan Andrew May tarafından 1873 yılında yapılmıştır.

May selenyum adlı maddenin ışığa karşı tepki gösterdiğini ve elektrik akımlarının bu maddeden karanlığa göre güneş ışınından kolay geçtiğini keşfetmiştir¹⁶⁷.

Bir başka kaynakta ise bu buluşun 1873 yılında iki telgraf mühendisi olan Willoughby Smith ve Louis May tarafından yapıldığı belirtilmektedir¹⁶⁸. Bu iki mühendis, metalik selenyumun elektriksel direncinin, üstüne düşen ışığın miktarına göre değiştiğini buldular ve bu buluş, ışık değerlerini doğrudan doğruya sinyallere çevirebilen aletler olan fotosel hücrelerinin gelişimine yol açtı. Beş yıl aradan sonra William Crookes kendi adıyla anılan Crookes tübünde katod ışınlarını oluşturdu. Bu ilk örnek günümüz katod-ışını tüplerine öncülük etmiştir. 1880 yılında Ayrton ve Perry adlı iki İngiliz bilim adamı, ilk televizyon sistemini gündeme getirmişlerdir. Bu sisteme “elektrik görüntü” adını veren bilim adamları bu buluları ile bir fotoelektrik hücreleri grubuyla resmi elektriğe çevirebiliyordu. Daha sonraki aşama ise, 1884 yılında Paul Nipkow adlı bir alman bilimadamının kendi adını verdiği mekanik bir tarama diskini icat etmesidir¹⁶⁹. Üzerinde çok sayıda delik bulunan bu disk, sarmal biçimdeydi ve inanılmaz bir hızla dönüyordu¹⁷⁰.

Nipkow'un sisteminde büyük bir disk üzerine spiral biçimde açılan delikler diskin bir dönüşüyle belirli bir çerçevenin en üst noktasından en

¹⁶⁶ GÜLİZAR, a.g.k., s.12.

¹⁶⁷ AZİZ, a.g.k., 1976, s.10.

¹⁶⁸ Keit, WICKS. **Televizyon**, Bilim ve Teknik, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1977, s.6.

¹⁶⁹ A.g.k.

¹⁷⁰ GÜLİZAR, a.g.k., s.12.

alt noktasına kadar taramaktadır. Diskin bir tam dönüşünde mercekler ile oluşturulan çerçevenin tüm yüzeyi tarandığından, bu çerçevenin içine düşen obje, düşey (V) mozaik taşları ile oluşturulmuş gibi görünebilir. Dönen diskteki delikten geçen ışıklar bir mercek ile ışığa duyarlı foto elemanın üzerine düşürülür. Fotoeleman, üzerine düşen ışığı elektrik akımına çevirir¹⁷¹.

Nipkow diski ya da Nipkow çarkı diye anılan aracın bir diğer işleyiş açıklaması ise şöyle yapılmaktadır:

Nipkow herhangi bir nesneyi ışıkla aydınlatarak ve önünde diskini hızla çevirerek, nesnenin aydınlık ve karanlık kısımlarından kaynaklanan farklı yoğunluktaki ışık hüzmelerini elektrik akımına dönüştürmeyi ve elde ettiği elektrik akımını, bir kablo vasıtasıyla farklı bir mekandaki aynı hızla dönen bir başka diske ileterek tekrar görüntüye çevirmeyi başarmıştır¹⁷².

Bu buluş, görüntüyü bir başka yere aktaran ilk araç olmasından dolayı önemlidir ve televizyonun bulunuşunda da önemli bir adım olmuştur. Bu çalışmaya benzer bir başka çalışma, Lazarre Weiller tarafından 1895 yılında denenmiştir. Nipkow'un bu çalışması 1920'lerden sonra bilim adamlarınca uygulama alanına konulmuştur¹⁷³.

1897'de J.J. Thomson adlı bilim adamı elektronu keşfetmiştir. Bu buluş katod ışınlarının yapısına açıklık getirmiş olan bu buluş, elektronik tüp ve katod ışını tüpleri gibi elektronik aletlerin gelişimine olanak sağlamıştır¹⁷⁴.

171 DURMAZ, a.g.k., s.2.

172 TURAM, a.g.k., s.85.

173 AZİZ, a.g.k., 1976, s.10.

174 WICKS, a.g.k., s.6.

1.3. 20.yy.'da Televizyonun Gelişimi ve Günümüzde Ulaştığı Nokta

20.yüzyılın başında televizyonun gelişimi ile ilgili pek çok önemli ilerlemeler gerçekleşmiştir. Nipkow'un çalışmalarını yetersiz bulan Weiller "aynalı bir çark" kullanılması gerektiğini düşündü. Ama Weiller'in 1889 yılındaki bu çalışması yetersiz kaldı. Bu düşüncesinin gerçekleşebilmesi için bir yükseltici triyot tüpü, bir katod tüpü ve bir de görüntü çözümüleme tüpü gerekiyordu¹⁷⁵. 1903 yılında Alman bilim adamı Arthur Korn resmin telgraf kabloları ile gönderildiği bir yöntem buldu. Bir yıl sonra John Flemming adlı bilim adamı, radyo işaretlerini almakta kullanılabilen "diod tüpü"nü icat etti¹⁷⁶. Televizyonun gerçekleştirilmesinde bir diğer önemli adım 1900'lerin başında Guglielmo Marconi adlı bilim adamının radyo dalgalarını bulması ile atılmıştır. Bu araştırma ile radyo dalgaları sayesinde sesleri iletmenin mümkün olduğu ortaya çıkmıştır. Bilim adamlarının bundan sonraki hedefi sesle birlikte görüntünün de elde edilebilmesini sağlamaktı. Bu çalışmalara "Görüntülü Radyo" ve "Elektrikvizyon" gibi adlar verildi. İlk televizyon kelimesi ise Haziran 1907'de Scientific American dergisi tarafından kullanılmıştır¹⁷⁷. Aynı yıl içinde Lee De Forest, dedektör güçlendirici ve titreşici (amplifikatör-osilatör) olarak kullanılabilen triod lambasını (tüpünü) icat etti. Bağımsız olarak çalışan iki İngiliz bilim adamı Cambell-Swinton ve Rus Boris Rosing katod ışınlarının televizyon görüntüsü oluşturmada kullanılabileceği fikrini ortaya attılar¹⁷⁸. Bu çalışmaların devamında Alman fizikçi Karl Braun'da katod tüpünü geliştirdi. Görüntü çözümüleme tüpü ile ilgili ilk gelişme 1923'de Amerika'da çalışan Rus, Vladimir Kosmo Zworykin tarafından gerçekleştirildi. Zworykin, ikonoskop denen bir kamera tüpü ile kineskop denen resim

¹⁷⁵ GÜLİZAR, a.g.k., s.12.

¹⁷⁶ WICKS, a.g.k., s.6.

¹⁷⁷ TURAM, a.g.k., s.85.

¹⁷⁸ WICKS, a.g.k., s.6.

tüpünü icad etti. Bu sistem elektronik tarama yönteminden yararlanıyordu. Bunun benzeri ise Amerika'da bir başka bilim adamı Philo Farnsworth tarafından geliştirildi¹⁷⁹. İskoç asıllı bir mühendis olan John Logie Baird, fotoelektrik hücreleri tarafından üretilen zayıf işaretleri güçlendirmek amacı ile elektronik lamba kullandı. Bu güçlendirilen işaret, önünde ikinci bir tarama diski dönen küçük bir neon ampulu yakmaktaydı. Bair bu çalışması ile 1926 yılında, Nipkow Çarkı ve bazı ses çarklarından yararlanarak, televizyonda sinema filmlerinin gösterilmesini sağladı¹⁸⁰. İkinci Dünya Savaşı öncesinde Baird İngiltere'de BBC ile ortak çalışmalara başladı ve Nipkow sisteminin 30 satırlı olarak gelişmişini yayına başlattı. İzleyicilerden şikayet gelmesi üzerine daha hassas, ışığa duyarlı elemanlar kullanarak disk üzerindeki nokta sayısını (sıra sayısı) 180'e kadar çıkardılar. Buna rağmen bu sistem yetersiz kaldı¹⁸¹. Siyah-beyaz görüntülerin silik bir aktarım biçiminde olan bu çalışma iki sene sonra Baird tarafından renkli olarak yapıldı.

1928 yılında ilk düzenli deneysel televizyon yayını New York'da WGY adlı istasyon tarafından, mekanik bir tarama sistemi kullanılarak yapıldı. Bunu 1931'de Radio Corporation of Amerika (R.C.A.) izledi. Zworykin, Vestinghouse firmasıyla çalışarak ilk kamera resim tüpünü gerçekleştirmiş ve R.C.A.'da bundan yararlanarak 1934 yılında Emitron tüpünde kaliteli bir resim üretebilmişlerdir¹⁸².

Dünyada ilk düzenli televizyon program yayını 1936 yılında Londra'da BBC tarafından başlatılmıştır. Bu çalışmada hem mekanik hem elektronik tarama sistemi kullanılmış, kısa bir süre sonra ise mekanik tarama sisteminden vazgeçilmiştir¹⁸³. İkinci yayın 1939 yılında New York'da kurulan bir televizyon istasyonu tarafından elektronik tarama ile yapılarak

¹⁷⁹ WICKS, a.g.k., s.6.

¹⁸⁰ GÜLİZAR, a.g.k., s.13.

¹⁸¹ DURMAZ, a.g.k., s.3.

¹⁸² A.g.k.

¹⁸³ WICKS, a.g.k., s.7.

gerçekleştirilmiştir. Bu yayında ilk kez o yıl New York'da yapılan Dünya Fuarından izlenimler yer almıştır¹⁸⁴. 1940 yılında Amerikan Federal İletişim Komisyonu ticari televizyon yayınlarını içeren bir plan hazırladı. 1941 yılında NBC ve CBS televizyon şebekeleri kuruldu. Bir sene içerisinde sekiz adet istasyon daha yayına başladı ve bunlardan altısı II.Dünya Savaşı süresince yayına devam etti¹⁸⁵. Aynı yıl televizyonda reklamlara da yer verilmeye başlandı. Televizyon deneme yayınları Almanya'da ve Fransa'da 1938'de başlamıştır¹⁸⁶. Ancak ticari amaçlı yayına geçiş, Almanya'da 1939 yılında yapılmıştır. II.Dünya Savaşı süresince genelde televizyon yayınlarına ara verilmiştir. Fransa'da televizyon yayınlarına 1944'te Paris'in kurtarılmasından sonra kısıtlı şekilde de olsa yeniden başlandı¹⁸⁷. Sovyetler Birliği 1939 yılında Amerika'dan aldığı aletlerle ilk televizyon yayını gerçekleştirdi. Yavaş hareketle gerçekleşen ve 30 dakika süren bu ilk yayın çok az sayıda alıcıdan izlenebilmiştir. II.Dünya Savaşının ardından 1946'da yine çok sınırlı bir şekilde yayınlarına devam ettiler. Japonya ise II.Dünya Savaşında aldığı ağır darbeden dolayı yayınlarına ancak 1953 yılında geçebilmiştir¹⁸⁸. 1948 yılının televizyon açısından önemi ise, Bardeen, Brattain ve Shockely adlı Amerikalı bilim adamlarının "transistör"ü geliştirmeleridir. O günden itibaren televizyonlardaki ve elektronik aletlerdeki lambanın yerini bu araç almıştır¹⁸⁹. 1950 yılından itibaren televizyon yayınları diğer ülkelerde de başlamış ve yayılmıştır. Bu gelişim ve yayılmanın en büyük nedeni ise, diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak televizyonun, hem göze hem kulağa hitab edebilmesi gösterilmektedir. Bu olay kitlelerin ilgisini çekmiş ve izleyici kitle sayısını gün geçtikçe arttırmıştır.

¹⁸⁴ AZİZ, a.g.k., 1982, s.15.

¹⁸⁵ TURAM, a.g.k., s.88

¹⁸⁶ AZİZ, a.g.k., 1976, s.12.

¹⁸⁷ TURAM, a.g.k., s.89.

¹⁸⁸ AZİZ, a.g.k., 1976, s.12.

¹⁸⁹ WICKS, a.g.k., s.7.

Televizyon olayında yaşanan bu gelişmeler teknoloji açısından da yeni ufuklar açmıştır. Yapılan çeşitli deneyler sonucunda televizyon teknolojisinde önemi olan tarama sistemlerinin gelişimi de sağlanmıştır¹⁹⁰.

Tarama deyiminin teknik anlamı; bir resmi, görüntüyü elektronik olarak enine bir açıdan diğer uca sık satırlarla-çizgilerle gidip gelmedir. Bu çok hızlı gidiş-geliş sırasında görüntüdeki açık ve koyu renkler farklılığı ile farklı yansıma olmakta ve elektronik olarak alıcıda bu farklı ışınlar tekrar görüntü durumuna gelmektedir. Normal bir göz ile izlenebilmesi için saniyede 50 resimin yukarıda sözü edilen biçimde taranması gerekmektedir¹⁹¹.

Bu tarama sistemine “elektronik tarama” denilmektedir ve televizyondaki elektronik tarama ile üretilen kare sayısı 25’dir¹⁹². Avrupa’da 625’li satırlı-çizgili tarama, Amerika’da ise 525 çizgili tarama sistemi uygulanmıştır¹⁹³.

Televizyon yayınlarına olanak sağlayacak gelişmeler her geçen gün hızlı bir şekilde ilerlemiş ve günümüz televizyon sisteminde yer alan diğer araçlarında (elektronik kameralar, yönetim masalarındaki gelişmeler ve video gibi) gelişimine olanak sağlamıştır.

Başlarda da belirtildiği gibi ilk renkli televizyon yayını (deneyi) Londra’da, John Baird tarafından gerçekleştirildi. Ancak sistemlerin bulunup, uygulamaya konulduğu tarih 1950 yılıdır. Dünyada renkli yayın başlangıç tarihi ise 1967 yılı olarak kabul edilmektedir. Renkli televizyon sistemleri üç ayrı isim altında toplanır. Bunlar, NTSC (Amerikan Sistemi), PAL (Alman Sistemi), SECAM (Fransız Sistemi) olarak bilinmektedir¹⁹⁴.

¹⁹⁰ AZİZ, a.g.k., 1976, s.12.

¹⁹¹ A.g.k.,1976, s.13.

¹⁹² DURMAZ, a.g.k., s.5.

¹⁹³ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. AZİZ, a.g.k., 1976, s.13-14.

¹⁹⁴ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. Erman, ŞENER. **Televizyon Video**, İmge Yayıncılık, İstanbul, 1984, s.176-177.

Teknolojide yaşanan gelişmeler, televizyon yayın sistemlerinde de yeniliklere olanak sağlamıştır. Kablolu televizyon yayınları, uydu yayınları, yüksek tanımlı televizyon bu gelişmelerin birer parçasıdır. Artık insanlar kablolu televizyon yayınları ile evlerinden, haftalık alışverişleri ile ilgili siparişleri yapabilmekte, fatura ödeme, borç alma gibi banka işlemlerini yapabilmektedir. Daha önceleri sadece karadan karaya yapılan televizyon yayınları uydu yayıncılığı ile genişlemiş ve ülkelerarası yayın imkanını yaratmıştır. Aynı şekilde, Yüksek Tanımlı Televizyon (HDTV) sayesinde görüntüler daha net hale gelmiştir. Görüntünün birden fazla dilden iletilmesi, gelecekte HDTV teknolojisi ile gerçekleştirilebilir¹⁹⁵.

2. TÜRKİYE'DE TELEVİZYONUN GELİŞİMİ

2.1. Televizyonun Türkiye'ye Giriş Yılları

İkinci Dünya Savaşı nedeniyle diğer ülkelerde, televizyon yayınlarına ara verildiği tarihlerde, Türkiye için televizyon, tam bir hayaldi. Savaş bittikten sonra diğer ülkelerde televizyon alanında çalışmalar yeniden başlatılıp geliştirilirken, Türkiye ancak çok sonra televizyon ile ilgili çalışmalara başlayabilmiştir¹⁹⁶.

Türkiye'de televizyon çalışmaları ile ilgili ilk adım, 1948'de yarı resmi bir şekilde, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) bünyesinde başlar. Amaç olarak, Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı öğrencilerine uygulamalı eğitim vermek ve öğrencilerin eğitim yapabileceği elektronik bir laboratuvar oluşturarak, sadece sistemin kurulması hedeflenmiştir¹⁹⁷. 1951 yılında Yüksek Frekans Tekniği Kürsüsü Profesörü Mustafa Santur, Elektrik Fakültesi Dekanlığına bir yazı ile

¹⁹⁵ Ayrıntılı Bilgi İçin Bzkz. Hülya, YENGİN. *Ekranın Büyüsü*, Der Yayınları, İstanbul, 1994, s.21-22-24.

¹⁹⁶ TURAM, a.g.k., s.87.

¹⁹⁷ YENGİN, a.g.k., s.67.

başvurur ve bu çalışma resmi bir görünüm kazanır¹⁹⁸. Santur dış ülkelerde aygıtlar almak için çalışmalar yapar, ilk olarak Philips Şirketi ile anlaşır ve Profesör Adnan Ataman'ı bu iş için görevlendirir. İlk televizyon aygıtları, 1952 tarihinde İstanbul'a gelir. Iconoscope kamera, televizyonda film gösterme aygıtı, ses ve reji için iki vericiden oluşan bu araçlar, ekip çalışmasıyla kurulur ve 9 Temmuz 1952'de ilk televizyon yayını ile Türkiye yayın hayatına başlar. İlk televizyon deneme yayınları üniversitenin Taşkışla binasının belirli yerlerine konan üç televizyon alıcısından izlenebilmiştir. Türkiye'nin ilk verici anteni de Taşkışla binasının çatısına dikilmiştir¹⁹⁹.

Türkiye'de bu gelişmeler olurken bazı ülkelerde hedef değişmiş; sadece yayın anteni kurmak yerine, televizyon yayınlarından halkın da yararlanabilmesi için televizyon alıcılarının yapımına da önem verilmeye başlanmıştır²⁰⁰. İTÜ cumartesi günleri yayını sürdürmeye devam etmiş, yayınlar perşembe günleri de filmler ve gönüllü konuşmacıların katılımıyla sürdürülmüş ancak seyretmek isteyenler Taşkışla binasına gitmek durumunda kalmışlardır. Bununla birlikte bu çalışmaların kapsamında öğrencilere verilen tez çalışmaları da, televizyonun teknik gelişimine katkı sağlamıştır²⁰¹. Yayınlar daha sonra cuma günleri de belli saatler arasında devam etmiştir. Bu yayınlar sayesinde halkta da yavaş yavaş televizyona karşı bir ilgi uyanmaya başladı. Bu ilgi halkı yabancı ülkelerden televizyon alıcısı almaya kadar götürdü. Aynı yıllarda İstanbul'daki televizyon alıcılarının sayısı da arttı. İTÜ televizyonunun izlenceli yayınları gelişti, seyirci televizyonda gördüğü kişileri "televizyon şöhreti" olarak tanımaya başladı. Bunlar arasında Fecri Ebcioğlu ve Ali Esin'de yer almaktaydı. Böylece İTÜ, belirli kişileri televizyona çıkararak halkın ilgisini arttırdı ve gücü 100 watt olan vericinin güçlendirilmesine karar

¹⁹⁸ ŞENER, a.g.k., s.20.

¹⁹⁹ YENGİN, a.g.k., s.68.

²⁰⁰ Mahmut T.ÖNGÖREN. *İletişim*, A.İ.T.İ.A., Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yayın No:8, Ankara, 1982, s.268.

²⁰¹ YENGİN, a.g.k., s.68.

verdi. Bu gelişme öğrencilere diploma çalışması adı altında proje olarak verildi. Çalışmalar 1966'da tamamlandı. İki öğrencinin çalışmaları sonucu yeni ve gelişmiş bir televizyon vericisi yapıldı. 6 Mart 1970 tarihinde ise, öğrenci olayları dolayısıyla İTÜ yayınları kesildi²⁰². İTÜ sadece Türkiye'de televizyon yayınlarını başlatmakla kalmadı. 1952'de televizyon çalışmaları sırasında bir çok elemanın yetişmesine öncülük yaparak bazı araç ve gereçlerin yurtiçinde yapılabileceğini de kanıtladı²⁰³.

31 Ocak 1968 yılında TRT Ankara Televizyonu deneme yayınlarına başladı. 1971 tarihinde İTÜ, TRT'ye bir öneri götürerek, Ankara televizyonunun yayınlarının, PTT radyolinkleri üzerinden İstanbul'a verilerek İTÜ televizyon vericisinden naklen yayınlanmasını istedi. TRT ile İTÜ arasında İstanbul'da televizyon yayınlarını gerçekleştirme şeklinde bir anlaşma yapıldı. İTÜ'nün 1971 yılına kadar yapmış olduğu bütün hizmetler TRT'ye devredilmiş oldu²⁰⁴.

TRT, 1968 yılında başlattığı yayınlarını, devlet yatırımlarının da desteği ile hem teknik güç, hem de yayın gün ve saatleri yönünden çoğaltmıştır. PTT'nin radyolink istasyonlarını tamamlaması sonucu Ankara'dan büyük kentlere bağlantılı yayınlar yapma olanağı sağlanmıştır. Ülkemizde televizyon yayınları Federal Almanya'nın teknik desteği ile başlamıştır. İlk paket yayın 30 Ağustos 1971 tarihinde İstanbul'da gerçekleşmiş ve bu daha sonra haftada üç güne çıkarılmıştır. 1972 yılı teknik açıdan güçlü bir yıl olmuş ve program yayın sürelerinde de belirgin bir artış izlenmiştir. 1974 yılında televizyon yayınları izleyici ve ulaştığı uzaklık açısından daha çok gelişmiş ve önem kazanmıştır. Haftada beş gün olan yayınlar yıl sonunda yedi güne çıkmıştır²⁰⁵. Televizyon ile ilgili yatırımlara Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yoğun olarak başlanmış; plan gereği önce kıyı ve sınır bölgelerinde yatırımlar yapılarak

²⁰² ÖNGÖREN, a.g.k., 1982, s.276.

²⁰³ ŞENER, a.g.k., s.23.

²⁰⁴ YENGİN, a.g.k., s.69.

²⁰⁵ A.g.k., s.71.

televizyon yayınları gerçekleştirilmiştir. 1976 yılına kadar üç ayrı verici ihalesi ile toplam 34 televizyon verici ihalesi yapılmıştır. Böylece ülkenin %85'i televizyon yayınlarını izleme olanağına kavuşmuştur²⁰⁶.

1977 yılı TRT'nin yayın politikasında değişikliklerin yaşandığı bir yıl olmuştur. Kurumsallaşmanın tam olamayışından dolayı, televizyon siyasal etkilere ve üst düzey yöneticilerinin yayın anlayışına göre değişen yayın politikalarının egemenliğinde bir yayın kurumu olmayı sürdürmüştür²⁰⁷.

1980 yılında Türkiye'de enerji sıkıntısı çekilmeye başlanmış ve bu yüzden bir çok programın yayın dışı kalması söz konusu olmuştur. Aynı yıl, televizyon cihazlarının yıpranmış olması, siyah-beyaz yayınların diğer ülkelerde sona ermesi ve fabrikaların yedek parça imalatını bitirmeleri, Türkiye'de sorunlar yaşanmıştır. Bu yaşanan olaylar gündeme, renkli yayın yapılmasını ya da stüdyoların renkli cihazlarla donatılması gerekliliğini getirmiştir²⁰⁸.

2.2. Tek Kanal Dönemi ve Renkli Televizyona Geçiş

Türkiye'de televizyonla ilgili çalışmaların yeni başladığı 1952 yılında, televizyon yayınlarının gelişip yaygınlaştığı ülkelerde renkli televizyon çalışmalarına başlanmıştır. İlk renkli televizyon 1953'de Amerika'da ortaya çıktı. 1980 yılından sonra hükümet programlarında, renkli televizyon konusu yer yer gündeme gelmiş ve TRT'nin bu konu ile ilgili çalışmaları zaman zaman yayınlanmıştır. 1980 sonrası gündeme gelen renkli televizyon aslında bundan önce Türkiye'de bu konu ile ilgili adımlar atılmıştır. 1977 yılında, TRT'nin iki renkli televizyon stüdyosu bulunmaktaydı. Eskişehir'de de İ.T.İ.A.'da renkli bir televizyon stüdyosu kurulmuş ve faaliyete geçmişti²⁰⁹.

²⁰⁶ AZİZ, a.g.k., 1976, s.109.

²⁰⁷ Ertuğrul, ÖZKÖK. *Yazko Edebiyat*, Sayı: 30, Nisan 1983, s.100-112.

²⁰⁸ Erdoğan, GÖNÜLLÜ. *Milliyet Gazetesi*, 21 Temmuz 1980, s.10.

²⁰⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. ŞENER, a.g.k., s.177-178.

1976 yılında, Manchester United-Southampton arasında oynanan kupa finali televizyondan renkli olarak naklen yayınlanmıştır. Aynı hafta içinde oynanan bir başka maçta televizyon ve naklen gösterilmiştir. Ama Türkiye’de renkli yayına esas geçiş 1983 yılı içinde başlatılmış, haftada iki saat olan bu yayınlar, 1 Temmuz 1984’den itibaren bu yayınlar, saat süreli arttırılarak, tümüyle başlatılmıştır. 1985 yılında da bu konu ile ilgili teknik düzenlemeler ve eğitim kursları arttırılmıştır. Bu bağlamda, kullanılan cihazlar yenilenmiş ve yeni teknoloji ürünü aletler stüdyolarda devreye girmiştir²¹⁰.

Renkli yayına geçildikten sonra hedef, kanalları çoğaltmaya yönelmiştir. TRT’nin Birinci Kanal Yayın Merkezi Ankara Televizyonu’dur. Birinci kanal en geniş seyirci kitlesini kapsadığı için amaç olarak; eğitim ve kültür konusunda toplumun geneline bilgi vermek, milli kültür bütünleşmesinc, eğitime ve kalkınmaya yardımcı olmak, eğlendirmek ve seyircilerin müzik ihtiyaçlarını karşılamayı hedef almıştır²¹¹.

TRT’nin ilk ikinci kanal denemesi 1980’de TV 1’in yayın yapmadığı gündüz saatlerinde, Doğu Anadolu’ya yönelik programlarla yapılmıştır. Esas yayınlar ise, 6 Ekim 1986 tarihinde başlamıştır. Yayın merkezi İstanbul Televizyonu olan TV 2’nin program yayın ağırlığı eğitim, drama, spor, haberler ve reklamlardan oluşmaktadır.

Televizyonun üçüncü yayın kanalı TV 3 ve GAP televizyonu, PTT’nin de yardımıyla 2 Ekim 1989 tarihinde yayınlarına başlamıştır. TRT, TV 3 yayınlarının PTT aracılığı ile tüm ülkeyi kapsamassından sonra yeni kanalda gündüzleri eğitim programı yayınlamayı hedeflemiştir. Güneydoğu Anadolu Projesi GAP’tan adını alan GAP TV’nin amacı, bu projenin sağlam bir temele oturtulabilmesi için gerekli olan sosyal, kültürel ve psikolojik ortamın oluşturulmasına ve eğitim seviyesinin yükseltilmesine yardımcı olmaktır.

²¹⁰ ŞENER, a.g.k., s.179.

²¹¹ YENGİN, a.g.k., s.73.

30 Temmuz 1990 tarihinde hizmete giren TV 4'ün yayınlarında amaç, TRT'nin 1992 Genel Yayın Planı'nda orta ve yüksek öğrenimin örgün ve yaygın eğitimlerine yardımcı olmaktır.

19 Aralık 1990 tarihinde yayına başlayan Beşinci Kanal ve TRT-INT, Almanya ve Avrupa ülkelerinde yaşayan Türk vatandaşlarının Türk kültürü ile bağlarının devamını sağlamak amacıyla yayına başlamıştır. 1992 Nisanında, TRT Avrasya yayınları da Türkiye Cumhuriyetleri'ne yayını amaçlamıştır²¹².

Teknolojik gelişmelerin devamında, PTT'nin kablolu yayınları ve uydu yayınları da Türkiye'nin yayın hayatında yer almaya başlamıştır. Uydu teknolojisinin göstergesi olan çanak antenler sayesinde, Türkiye'de televizyon alanında hızlı gelişmeler yaşanmış ve bu gelişmelerin bağlamında, Türkiye'de özel kanalların çıkması ve diğer ülke televizyonlarının izlenebilmesi olanağı gündeme gelmiştir.

2.3. 1990 Sonrası Çok Kanallı Günümüz Televizyon Dönemi

Yirmibirinci yüzyıla girerken dünyada ve özellikle Batı ülkelerinde teknolojik yeniliklerin uzantısı olarak televizyon yayıncılığında devlet tekeli ortadan kalktı ve çok kanaldan oluşan ticari amaçlı televizyon yayıncılığı gündemde yerini aldı²¹³.

Türkiye'de uydu yayıncılığının başlaması ile gündeme gelen teknolojik üstünlük, televizyon yayıncılığındaki devlet tekeli deldi ve özel televizyon kanalları açılmaya başladı.

TRT'nin devlet baskısında kalması, TRT yasasında uydu yayınlarının statüsünü belirleyen hiçbir hükümün bulunmaması ve reklam gelirleri ile birlikte televizyonun ticari amacı da kapsamı, özel televizyon kanallarına ilgi duyulması ve bunların açılmasında temel oluşturur.

²¹² Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. YENGİN, a.g.k., s.74-78 ve 107.

²¹³ A.g.k., s.17.

İlk özel kanal olarak televizyon yayıncılığında yerini alan Magic Box Star 1, 7 Mayıs 1990 tarihinde günde beş saatlik süreyi kapsayan yayınlarına başladı²¹⁴. Ahmet Özal, Cem Uzan ortaklığı ile yayın hayatına başlayan bu kanalın, politik olarak tamamen iktidardaki ANAP yanlısı bir tavır aldığını görüldü. Bu kanal halkın ilgisini çok çabuk topladı. Yıllardır yayınlardaki devlet denetimine ve kısıtlamalara alışmış Türk toplumunun rahatlık içinde yayın yapan bu kuruluşa yönelen ilgisini çok iyi kullanan bu kanal, reklam tarifelerinde de gerekli indirimi yaparak TRT elinde olan pastadan büyük parçalar kopardı²¹⁵.

Video klipleri içeren yayın programı ile televizyon hayatına 8 Ocak 1992 tarihinde test yayınları ile başladı. Cem Uzan ve Ahmet Özal arasındaki ortaklığın bitmesi ve Cem Uzan'ın, Özal'ı ortak etmemesiyle devam eden bu tartışma ortamında başlıya Teleon yayınları, Özal'ın şikayeti üzerine yapılan incelemelerle 18 Ocak 1992 tarihinde durduruldu. Tekrar 27 Ocak'ta yayına başlayan Teleon bir süre sonra yayını tamamiyle bitirdi.

1 Mart 1992 tarihinde Türkiye'de Show TV adı altında yeni bir özel kanal yayın hayatına başladı. Erol Aksoy'un başkanlığında, Hürriyet ve Sabah gazetelerinin işbirliğinde kurulan Show TV televizyon programcılığına da yeni anlayışlar getirdi. (Para ve ödül veren yarışma programları ve stüdyo dışından yapılan haber programları gibi)²¹⁶.

Show TV'nun bünyesinde kurulan ve Türkiye'nin ilk paralı televizyonu olan CINE 5'de, 1993 yılının Mart ayında deneme yayınlarına başladı.

12 Temmuz 1993 tarihinde, SATEL şirketler grubu bünyesinde ATV televizyonu özel televizyonlar arasında yerini aldı.

Milliyet Gazetesi sahibi Aydın Doğan, 19 Aralık 1993 tarihinde KANAL D adlı özel televizyon kanalını kurdu²¹⁷.

²¹⁴ YENGİN, a.g.k., s.117.

²¹⁵ TURAN, a.g.k., s.483.

²¹⁶ YENGİN, a.g.k., s.145.

²¹⁷ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. YENGİN, a.g.k., s.146-147.

Cem Uzan ile anlaşmazlığa düşen Ahmet Özal, KANAL 6 özel televizyon şirketini kurdu. 8 Ağustos 1992 tarihinde test yayınlarına başlayan KANAL 6, 4 Ekim 1992'de resmen yayın hayatına başladı²¹⁸.

Özel kanalların hızla artması, bu aracın halkın üzerindeki etkisinin giderek çoğalmasına, halkın ilgisini çekmesine ve bu bağlamda Flash TV (1.Kasım.1992), HBB TV (9.Ekim.1992), Kral TV gibi daha bir çok özel televizyonun Türk televizyon hayatında yer almasında önemli rol oynamıştır. Bu sayı giderek artmış, belediyelerin ve şhirlerin kendi televizyon yayınlarını başlatmasına kadar uzatmıştır²¹⁹.

²¹⁸ YENGİN, a.g.k., s.149.

²¹⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. YENGİN, a.g.k., s.150-151.

BÖLÜM V

TELEVİZYONUN İŞLEVLERİ VE TELEVİZYON PROGRAM TÜRLERİ

Bu bölümde en yaygın kitle iletişim aracı olan televizyonun işlevleri ve yayın sürecinde yer alan program türleri anlatılacaktır.

1. TELEVİZYONUN İŞLEVLERİ

“İşlev” sözcüğüne medya bağlamında bakıldığında; medyanın ne yapması gerektiği, gerçekte ne yaptığı ve amaçlarının neler olduğu konuları bu sözcük içinde yer alır²²⁰. Daha kapsamlı bakıldığında “işlev” terimi, amaç, sonuç, gereklilik, beklenti, sosyal kazanım ve görev gibi anlamları içerir²²¹. Kitle iletişim araçlarından en etkin kullanımı olan televizyonun varlık nedeni bu işlev tanımı içinde yer alan olguların yerine getirilmesi olarak söylenebilir. Bu açıdan televizyonun çıkış noktası, bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmek olarak belirlenmiştir. Daha sonra, değişen koşullar ve ihtiyaçların artması ile bu işlevler artmıştır²²². Televizyonun işlevlerini belli başlıklar altında toplamak mümkündür.

220 Graeme, BURTON. **Görünenden Fazlası**. Çev: Nefin DİNÇ, Alan Yayıncılık, İstanbul, 1995, s.82.

221 McQUAIL, a.g.k., Çev: A.Haluk YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.75.

222 AZİZ, a.g.k., 1976, s.40.

1.1. Haber Verme, Bilgilendirme İşlevi (Enformasyon İşlevi)

Medya, izleyiciye dünya hakkındaki gerekli bilgileri sağlar. Toplumun her üyesinin, her tür kişinin, her yönden bilgilendirilmesi televizyonun başlıca işlevlerinden biridir. Televizyonun kitlesel iletişim aracı olarak varlığını dayandıracığı en önemli husus budur, denilebilir. Ayrıca, televizyonun en yaygın olarak bilinen ve teknik özellikleri nedeniyle en başarılı olduğu işlevi, haber verme işlevidir. Televizyon, dünyanın herhangi bir yerindeki gelişmeyi, bir haberi veya bir bölgeyi saniyeler içinde görüntüleyebilir ve insanları yaşanan gelişmeler hakkında ilgilendirir²²³. Böylece toplumun uzak bölge ve yerlerden haber alması sağlanır ve ufku genişletilip, gözetilir. Televizyon aracılığı ile çevrede ve dünyada olup bitenler ses ve görüntü olarak çok kısa bir sürede toplumun diğer kesimlerine ulaştırılabilir. Bu işlev dünyaya ilişkin belirli bir bakış açısı oluşturur ve izleyiciyi edilgin kılar. Televizyonun haber verme işlevi sayesinde, dünyadaki siyasi, ekonomik, askeri gelişmelerin kaderini belirleyen olaylar ve gelişmeler anında izleyicilere ulaşmaktadır²²⁴.

Televizyon ilk başlarda sadece bir eğlence aracı olarak işlev görmekte ve bu bağlamda ele alınmaktaydı. Daha sonraları en göze çarpan değişiklik ise, televizyonun büyük bir “bilgi veren araca” dönüşmesidir²²⁵. Televizyon yayınlarında bilgilendirme işlevinin gerçekleşmesini sağlayıcı hizmetler ise haber yayınları, eğitim ve kültür yayınları, propaganda ve reklam yayınları olarak özetlenebilir. Ülkelerin, toplumların yaşam koşullarına ve biçimine göre bunların içeriği ve sıklığı değişebilir. İletişim kanalları içerisinde en hızlı haber iletimi radyo ve televizyon aracılığı ile yapılır. Televizyon görüntü açısından da haber verme ve bilgilendirmeyi sağladığı için radyodan daha etkili sayılır²²⁶. Ancak, habercilik açısından büyük olanaklara sahip olmasına karşın, radyodan

²²³ Sedat CERECİ. *Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum*. Şule Yayınları, İstanbul, 1992, s.38.

²²⁴ A.g.k., s.39.

²²⁵ ŞENER, a.g.k., s.36.

²²⁶ AZİZ, a.g.k., 1982, s.27.

daha az güvenilir bir haber kaynağı olduğu söylenmekte ve buna neden olarak da, onun kitleler üzerinde genel olarak fazla bir saygınlık ve güvenilirlik sağlayamaması gösterilmektedir. Televizyon haberinin niteliği ve biçimi, televizyon örgütünün siyasal yapısına göre değişebilir. Demokratik toplumlarda, televizyonun özgür bir haber kaynağı olduğu, tarafsız bir yapı taşıdığı ileri sürülse de, haber, televizyon rejiminin, siyasal iktidarın ve kişisel yorumların izlerini taşıyabilir²²⁷. Televizyonun haber verme ve bilgilendirme işlevinin kalkınmakta olan ve gelişmiş ülkelerde önemi diğer kitle iletişim araçlarına göre daha fazladır. Çünkü bu ülkelerde okuma-yazma oranının ve buna bağlı olarak eğitim seviyesinin düşük olması bu aracın bilgi vermedeki önemini arttırmaktadır. Bu işlevlerini yaparken yansız olmaları, olayları olduğu gibi vermeleri ve yorum katmamaları diğer bir deyişle objektif yaklaşımları, işlevin tam ve sağlıklı olarak yerine getirilmesini sağlar²²⁸. Bilgilendirme ve haber verme işlevi, dünyanın coğrafi, toplumsal ve politik yapısını çıkarmamıza yardım eder; bu işlev sayesinde dünyaya ilişkin belirli bir bakış açısı oluşturulur ve izleyici daha aktif ve ilgili bir hale getirilir²²⁹. Haber bültenleri, izleyiciye bilgi vermek için yapılan kısa açıklamalar, özel olayların naklen yayını, eğitim ve öğretim için yapılan yayınlar, piyasa durumu ve ticaret ile ilgili bilgi veren yayınlar, televizyonun bu işlevini yerine getirmesinde önemli rol oynayan unsurlardır²³⁰. Günümüzde eğlendirme işlevinin ön plana geçmesi haberlerinde çoğu zaman dramatik oluşumlar içinde sunulmasına yol açmıştır.

1.2. Eğitim İşlevi

Televizyonun diğer önemli bir işlevi de eğitmedir. Bu işlev, eğitsel nitelikli yayınlar ile yerine getirilmeye çalışılmaktadır. Televizyon, izleyenleri

²²⁷ CERECİ, a.g.k., s.39.

²²⁸ AZİZ, a.g.k., 1976, s.41.

²²⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: BURTON, a.g.k., s.83-84.

²³⁰ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: ÖNGÖREN, a.g.k., s.33-34.

doğrudan doğruya eğitime yönelik programlarla, haber programlarıyla ve bunların dışındaki diğer program türleriyle eğitebilir²³¹. Televizyon insanları düşünce farklılıkları konusunda da eğitmeyi üstlenir. Bilgilerimizi diğer kişilerin bilgileriyle karşılaştırma olanağı bulduğumuzda mukayese edebilir ve diğer düşüncelere yakınlaşabiliriz²³².

Eğitim işlevi bazı toplumlarda televizyonun birinci işlevi olarak belirlenmiş ve televizyon yayınları buna göre düzenlenmiştir. Televizyonun önemi; az gelişmiş ülkelerde kitlelerin eğitilmesi konusunda daha belirgin bir hal almıştır. Örneğin, Afrika ülkelerinde televizyonun kuruluş amaçlarının başında, eğitim faaliyetlerine hizmet etmesi gelmektedir²³³. Televizyonun eğitim işlevi, kalkınmış ülkeler içinde geçerlidir. Tek fark bu ülkelerdeki eğitim işlevinin, temel eğitim yerine tamamlayıcı eğitim olarak yer almasıdır. Kalkınmamış ülkelerde televizyon eğitim işlevini, daha çok eğitim yayınları ile yaparken, gelişmiş ülkelerde bu işlev daha kapsamlı ele alınmakta ve aydınlatıcı, kültürel yönden zenginleştirici eğitim yayınları ile gerçekleştirilmektedir²³⁴. Televizyon farklı eğitim düzeylerinde, farklı sosyo-kültürel yapıda izleyici kitlesine yönelik bir eğitim işlevi vermektedir. Televizyon eğitim işlevini farklı şekillerde yerine getirebilir. Bunlardan biri sınıf içinde öğretmene yardımcı bir unsur olarak televizyonun kullanımınıdır. Televizyonun yardımıyla araç, gereç eksikliği giderilebilir, konuların uzmanları tarafından açıklanması sağlanabilir ve konuların öğrenciler tarafından daha iyi anlaşılması olanaklı hale gelebilir²³⁵. Eğitimde televizyonun bir başka kullanımı ise Açık Üniversitelere ilişkindir. Bunlara “televizyon okulları” da denilmektedir. Eğitim doğrudan doğruya televizyon aracılığı ile gerçekleştirilir.

²³¹ ŞENER, a.g.k., s.45.

²³² Brian GROOMBRIDGE, *Televizyon ve İnsanlar*. Çev.: İbrahim ŞENER, Der Yayınları No:120, İstanbul, s.72.

²³³ CERECİ, a.g.k., s.39.

²³⁴ AZİZ, a.g.k., 1982, s.27.

²³⁵ A.g.k., 1982, s.28.

Burada öğretmen televizyona yardımcı bir eleman niteliği taşır²³⁶. Televizyonla eğitim, büyük kitleleri hedef alır. Farklı program türleri de eğitime katkıda bulunabilir; bu programlar salt eğitim amaçlı olmayabilir.

Televizyonun eğitim işlevi, sadece eğitim amaçlı, eğitime yönelik programlar için geçerli değildir. Eğitsel öğeler her tür programda yer alabilir. Programın konu içeriğinde yer alan bilgilerle ve yapılan açıklamalarla da eğitim işlevi gerçekleşebilir. İzleyici kitlenin çeşitli konularda bilgilendirilmesi ve çeşitli tanıtımların yapılması da eğitsel çalışmalardır. Televizyonla eğitim, eğlendirirken eğitmek şeklinde de gerçekleşebilir ve farklı program türlerinden eğitsel amaçlı yararlanılabilir²³⁷.

1.3. Eğlendirme İşlevi

Televizyonun eğlendirme işlevi; dinlendirme, hoşça zaman geçirme ve boş zamanların değerlendirilmesine yardımcı olma biçiminde açıklanabilir. Bu işlev, eğlendirici nitelikteki programlarla gerçekleşebilir ve diğer işlevlerin yerine getirilmesinde yardımcı bir unsur olarak yer alır. Televizyon bu işlevi gerçekleştirirken, eğlendirme hizmetini izleyicinin ayağına getirir ve diğer işlevlerin gerçekleştirilmesi için yapılan yayınların izlenme şansını artırır²³⁸. Müzik programları, show programları, sinema filmleri, diziler televizyonda eğlenme ve dinlenme işlevini sağlayan programlar arasında yer almaktadır²³⁹. Eğlence programlarına izleyicinin ağırlık vermesi bu program türlerinin artışına yol açmıştır. Ticari amaçlara ağırlık veren yayın örgütlerinde bu işlev diğerlerinden daha ön plana çıkmaktadır. Bu işlevi sağlayan eğlendirici yayınlar sayesinde, haber, reklam, aydınlatma, malın tanıtımı ve satımı daha kolay hale gelmektedir. Bu programlar izleyici beğenisini, ilgisini devamlı

²³⁶ ŞENER, a.g.k., s.49.

²³⁷ A.g.k.

²³⁸ AZİZ, a.g.k., 1976, s.43.

²³⁹ AZİZ, a.g.k., 1982, s.28.

gözönünde bulundurmalı ve program içerikleri bunlara göre düzenlenmelidir²⁴⁰.

Televizyonun eğlenme işlevi ile izleyicilerin toplumsal sorunlardan ve konulardan bir süre içinde olsa uzaklaşmaları olanaklı hale gelir; böylece sıkıntılarından uzaklaşabilir ve stres atma imkanı bulabilir. Televizyon insanların eğlenmek için çok fazla para harcamalarına gerek olmadığını göstermiştir. İnsanların bütçelerine uygun olmadığı için gidemediği eğlence yerlerine televizyon girmiş ve bu eğlence ortamlarını izleyicinin evine kadar taşımıştır. Bu işlevin izleyici tarafından artan talebinden dolayı son yıllarda birçok ülkede, yalnız eğlendirme amacına yönelik olarak yayına başlayan televizyon istasyonlarının sayısında hızlı bir artış görülmüştür. “Eğlendirirken eğitmek ve eğitirken eğlendirmek” ilkesi de başarısız olmuş; boş zaman doldurmaktan öteye geçemez hale gelmiştir²⁴¹. Televizyon yayınları içinde eğlenceye fazlaca yer verilmesi izleyiciyi aktif durumdan pasif bir duruma geçtiği için öteki programlar sayesinde bilgilenip öğrendiği sorular ve konular üzerinde çözümlene yapmak ve çaba göstermek gibi eylemleri gerçekleştiremez hale gelebilir²⁴². Kâr amacı güden, ticari amaçlarla kurulan özel televizyonlar bu işlevi artan talebi gözönüne alarak ön plana çıkarmışlardır. Yapılan programlara alınan reklamlar sayesinde, büyük harcamalar gerçekleşebilmekte ve bu yolla ünlü oyuncuların ve sanatçıların yer aldığı eğlence ve show programlarının sayısı bu kanallarda her geçen gün artmaktadır²⁴³.

Televizyon, öğretici, benimsetici ve birleştirici özellikleri ile de nitelikli eğlenmeyi kitlelere tanıtabilir. Eğlenme işlevini yerine getirirken kültürün bozulmasını önleyici var olan değerlerin aşığılanmamasına destek veren bir

²⁴⁰ AZİZ, a.g.k., 1982, s.29.

²⁴¹ CERECİ, a.g.k., s.41.

²⁴² ÖNGÖREN, a.g.k., 1972, s.38.

²⁴³ AZİZ, a.g.k., 1976, s.43.

yayın politikası izlemek bütün televizyon örgütlerinin hedefi olmalıdır; Bu şekilde topluma yarar sağlanabilir²⁴⁴.

İzleyici kitlesinin de bu yanılgılara düşülmesinde payı büyüktür. İnsanların çoğu televizyonun eğlence aracı olduğunu düşünür ve bu işlevi daha ön plana çıkarır. Yorgun bir günün ardından televizyon karşısına geçip eğlenmek ve dinlenmek, eğitilmekten daha fazla ihtiyaç hissedilmeye başlanmıştır. “Eğitilmek istemiyorum, eğlenmek ve dinlenmek istiyorum” ilkesi izleyici kitlesinin hedefi durumuna gelmiştir. Bunlar izleyicinin mekanikleştirilmesine ve içerikten yoksun salt keyif veren yayınların artmasına neden olmaktadır²⁴⁵.

Televizyonun eğlenme işlevi; ödül, rahatlamak, zaman doldurmak, insanların gerçek yaşam sorunlarına uyumunu sağlamak ve toplumların parçalanmaktan kaçınmasına yardımcı olmak için gündeme geldiği halde bu olay pasifize olmaya kadar uzanmış ve diğer işlevlerin önüne geçmiştir²⁴⁶.

1.4. Mal ve Hizmetlerin Tanıtılması İşlevi

Televizyonun ticari amaç doğrultusunda politikasını değiştirmesi ve bu amaca dayanan özel televizyonların kurulması ile bu işlev televizyon yayıncılığında yaygınlaşmaya başlamıştır. Reklamcılığın geniş bir bölümünü oluşturduğu bu işlev, televizyon örgütünün özel girişimcilerin elinde olduğu ülkelerde daha önemli bir hal almıştır. Amaç ve yayıncılık ilkesi mal ve hizmetlerin satışını arttırmak ve kazanç sağlamak olarak değişmiştir. Yayınlarında reklama yer vermeyen yayın örgütlerinde de bu işlev göze çarpar²⁴⁷. Tanınmış bir kimsenin yaptığı yeni ürünlerin (şarkı, açılış, defile, sergi gibi) ya da işlerin haber olarak verilmesi de bu işlevi yerine getirebilir. Özel

²⁴⁴ CERECİ, a.g.k., s.41.

²⁴⁵ GROOMBRIDGE, a.g.k., s.23.

²⁴⁶ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: McQUAIL, a.g.k., Çev: YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.77-79.

²⁴⁷ AZİZ, a.g.k., 1976, s.43.

yayın kuruluşlarında bu reklam adı altında daha yaygındır. Bu işlevin diğer işlevler verilirken gündeme gelip araya girip, izleyiciye sunulması dahi yapılmaktadır.

Reklam piyasasındaki rekabet televizyon örgütlerinin bunu kullanımına olanak sağlamıştır. Daha fazla insana ulaşmak, mallarını tanıtmak ve alıcı sayısını arttırmak isteyen kişiler televizyonda mallarını tanıtip bu araç sayesinde daha geniş kitlelere ulaşabilmek için yayın örgütlerine büyük miktarlarda para vermekte ve yayın istasyonlarının her türlü harcamaları ve kârları yayınlarda yer alan bu reklamlar yolu ile karşılanmaktadır. Bu da mal sahibini ve televizyon örgütünü birbirine bağımlı ve içiçe hale getirmektedir. Televizyon şirketi daha fazla reklam alabilmek ve kazanç sağlayabilmek için bu işlevi sık sık ön plana çıkarma gereği hissetmekte, diğer işlevlerin gerçekleştiği yayın programlarına bile reklamını sokabilmektedir. Yayın örgütleri, halkın ilgisini çeken, izleyenlerin talebinin fazla olduğu programlara reklamları sık sık sokarak, izleyicinin tanıtılan malla fazlaca karşı karşıya gelmesini sağlamaktadırlar. Bu yolla örgüt ve mal sahibi ortak kazanç sağlamakta ve bu işlev daha fazla önem kazanmaktadır.

1.5. İnandırma ve Harekete Geçirme İşlevi

Bu işlev, diğer bütün işlevleri kapsayan ve onlarda bulunan bir niteliktir. Televizyon ve radyo yapılarındaki özelliklerden dolayı, toplumun güvenmesi ve inanması açısından diğer kitle iletişim araçlarından daha önde gelir. Televizyonda verilen bir haber doğruluğu tartışılmadan insanları ikna edebilir ve harekete geçirebilir²⁴⁸. Haber ve eğitim verme işlevini gerçekleştirirken ya da mal ve hizmetlerin topluma sunulmasını ve ilginin artmasını sağlarken, izleyen kişide bir inanma ve harekete geçme söz konusudur. Amacı bu olan yayınlarda alınan sonuç, inanma, ikna olma ve bunun devamında harekete

²⁴⁸ AZİZ, a.g.k., 1982, s.29.

geçmede ise yayın etkili olabilir. Özellikle ticari amaç güden televizyon kurumlarında bu işlev daha da önemli bir rol oynar. Burada amaç, reklamlarla tanıtılan mal ya da hizmetin satılmasıdır. Bunun gerçekleşmesi ise, inandırma ve harekete geçirme işlevi ile olabilecektir. İşlevin uygulanması ve gerçekleşmesi halinde izleyici kitlede inanma ve ikna olma olayı gerçekleşecek daha sonra harekete geçme ile izleyici malı alıp kullanacak ve firma satışı artacaktır. Aynı şekilde verilen bir haber ya da olay da izleyiciyi ikna ederek harekete geçirebilir. Örneğin, yeni kalkınmakta olan ve üretimi arttırmayı amaçlayan ülkelerde, ulusal politikanın gerçekleşebilmesi için eski, geleneksel üretim yöntemleri yerine bilimsel yöntemlere geçilmesi televizyon aracılığı ile halka aktarılır ve bunun sonucunda da toplumda inanma ve ikna olup harekete geçme gerçekleşmişse televizyonun bu işlevi yerine getirilmiş olur²⁴⁹.

Bu işlev, politik amaçlar, sağlık ve başka amaçlar içinde kullanılabilir. Yayın örgütlerinin uyguladığı politikalara göre bu işlev çeşitlenebilir ve değişebilir. Örgüt politikasının ve işleyişinin öngördüğü şekilde bilgi ve haber verilir, tanıtım ve açıklama yapılır, izleyici bunlardan yola çıkarak öğrenir, bilgilenir, ikna olduğu zaman ise harekete geçebilir.

1.6. Kültürel İşlevler

Televizyon bu işlevi ile, baskın kültürü (ulusal kültürü) korur, muhafaza eder ve yeni kültürel gelişmeler ile alt kültürleri açıklar ve sunar. Değerlerin yaygınlaşmasına, ilerlemesine ve sürdürülmesine olanak sağlar²⁵⁰. Bu işlev hemen hemen bütün programlarda yer alabilir ve kimi zaman bilinçsizce bu işlev uygulanabilir. Bütün kitle iletişim araçlarında varolabilen bu işlev radyo ve özellikle televizyonda daha önemli bir hal almaktadır. Televizyonun söz ve

²⁴⁹ AZİZ, a.g.k., 1976, s.44.

²⁵⁰ McQUAIL, a.g.k.,Çev: YÜKSEL, a.g.k., 1994, s.76.

görüntüyü içermesi, kültürel olguların daha etkili aktarılmasına olanak sağlar. Yapılan programlar saklanabilir ve sonraki kuşaklara yayınlanarak, aktarılabilir. Toplumdaki kişilerin var olan yerleşik kültüre adapte olmalarını sağlar, yapılması istenen değişim taleplerinin ortaya çıkarılmasına yardımcı olur²⁵¹.

Televizyon gerçekleştirdiği bu işlev ile, kültürlerin sürdürülmesine, tanınmasına, aktarılmasına ve sürekliliğin sağlanmasına aracı olabilir²⁵². Dünün var olan kültürü, televizyon aracılığı ile bugüne aktarılabilir ve korunabilir. Böylece bireyler içinde yer aldıkları ve diğer toplumların kültürel norm ve değerleri öğrenip kavrayabilir; toplumsallaşmaları (sosyalleşmelere) daha kolay ve çabuk hale gelebilir²⁵³. Diğer ülkelerin, ulusların kültürel normları da bu işlev sayesinde öğrenilebilir, tanınabilir ve farklı kültür kalıpları, farklı toplumlara aktarılabilir. Teknolojinin kalkınmış ülkelerde daha gelişmiş olması sebebiyle bu ülkelerde gerçekleşen olanaklı program yapımları, az gelişmiş ülkeler tarafından alınıp tüketilmekte ve gelişmiş ülke kültürlerinin benimsenip egemen olduğu evrensel bir kültür oluşabilmektedir²⁵⁴. Bu işlev aracılığı ile, alt kültürlerin çeşitliliğinin yaygınlaşması ve kültürünün gelişmesi de söz konusudur. Bunun yanısıra kültürel anlamda var olanı korur, değişim ve büyümeyi engelleyebilir²⁵⁵. Kültürel işlevde, toplumların siyasal, ekonomik ve toplumsal düzenleri, uygulamada belirleyici rol oynayabilir. Başta eğitmeyi ve haber verip bilgilendirmeyi amaç edinmiş bir televizyon kurumu, yayın politikasını değiştirebilir, izleyici kitlesini arttırmak için eğlence ya da mal ve hizmetlerin tanıtılması işlevleri daha ön plana çıkabilir. Kendi kültürünü korumayı amaç edinmiş bir televizyon kurumu daha sonra gelişmiş ülkelerin kültürlerine ağırlık vererek kitlesel kültürün yerleşmesine neden olabilir²⁵⁶.

251 TURAM, a.g.k., s.104.

252 BURTON, a.g.k., s.84.

253 AZİZ, a.g.k., 1982, s.30.

254 A.g.k., 1982, s.31.

255 BURTON, a.g.k., s.84.

256 AZİZ, a.g.k., 1982, s.30.

Televizyon örgütlerinin bu ayarlamayı iyi yapabilmesi, dengeyi uygun olacak şekilde sağlaması ve yayın programlarını bu doğrultuda hazırlamaları gerekmektedir.

1.7.Politik İşlevler

Televizyonun yaygınlaşması ile siyasal olaylara daha önceleri pasif kalan insanlar, aktif izleyici kitlelerini oluşturmuştur. Bunda en önemli etmen, televizyonun politik işlevi yardımı ile halkı aydınlatıcı ve bilgilendirici rol oynaması olarak gündeme getirilmiştir. Çünkü, televizyon politik olaylara ve çalışmalara tanıklık eder ve sonra bu bilgileri geniş halk kitlelerine ulaştırıp, aktarabilir. Aynı zamanda kamuoyunu etkileyip, yönlendirebilir. Toplumun gözönünde bulundurmadığı bir konuyu gündeme getirip, bu konulara bir bakış açısı önerebilir ve düşüncelerini şekillendirebilir²⁵⁷. Siyasetle uğraşan kişilerin, politikacıların televizyon yolu ile bir gecede bütün ülkeye ulaşmaları çok kolaydır. Böylece yapılan siyasal tartışmalar ve verilen haberlerle izleyici olayları, adayları daha geniş bir çerçevede inceleyebilir ve değerlendirebilir²⁵⁸. Göze ve kulağa hitap etme özelliği de bu işlev doğrultusunda uygulanan programları daha cazip ve daha zevkli bir hale getirebilir. Bu imkanı tanıyan tek ve en güçlü araç televizyondur. Program yapılarına izleyici kitleyi de eklemeleri bu işlevin gerçekleşmesini güçlendirici bir unsur olarak gösterilebilir.

2. TELEVİZYON PROGRAM TÜRLERİ

Televizyonda yayınlanan programlar, çeşitli nitelikler (özellikler) gözönünde bulundurularak hazırlanmakta ve sınıflandırılmaktadır. Bu özellikler program yapımının hedefini de belirlemekte ve programlar bu doğrultuda sunulmaktadır. Yapım malzemesi ve teknik özellikleri; amacı ve

²⁵⁷ BURTON, a.g.k., s.85.

²⁵⁸ TURAM, a.g.k., s.79.

işlevleri; izleyici kitlesinin durumu ve özellikleri; yapı ve içerik biçimleri program türlerinin oluşumunda gözönünde bulundurulmuş unsurlardır. Genel bir bakış yaklaşımı ile televizyon program türlerinin, amaç, işlevler ve izleyici kitle gözönüne alınarak yapıldığı ve bu doğrultuda türlere ayrıldığı görülmektedir.

Bu çalışmada; amaç, işlevler ve izleyici kitle özellikleri bir bütün olarak değerlendirilerek yapılan program türleri üzerinde durulacaktır. Televizyonda yayınlanan program türleri bu özelliklerin birlikte ele alınması ile; haber programları, müzik-eğlence programları, eğitim-kültür programları, magazin programları, spor programları, drama programları, belgesel programlar ve reality show programları adı altında sınıflandırılmaktadır.

2.1. Haber Bültenleri ve Haber Programları

Haberin ne olduğu sorusuna bu konuyla ilgilenen bilim adamları farklı tanımlar getirmişlerdir.

Haber; çok sayıda insanı ilgilendiren güncel olayların doğru, tarafsız ve çabuk bir şekilde aktarılması olarak tanımlanmıştır. Kesin olan ise haberin olaylarla ilgisi olduğudur. Ancak haberi yalnızca bir olay olarak tanımlamak yanlış olur. Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın kendi içinde bir gerçekliği vardır fakat bu olayın bir muhabirin bakış açısından herhangi bir kitle iletişim aracı kullanılarak kitlelere aktarılması ayrı bir gerçeklik taşır. Shramm, haberin insanların kafasında oluştuğunu söyler ve haberin bir olayın kendisi değil, olayın yeniden düzenlenmesi olduğunu belirtir²⁵⁹.

Televizyoncu için haber, büyük ön hazırlıklar gerektirmeyen hergün olan bir malzemedir. Yayın hayatına yeni başlayan küçük televizyon kuruluşları bile az bir bütçe ile iyi-kötü haber programları yapabilirler²⁶⁰.

²⁵⁹ PARSA, a.g.k., s.31.

²⁶⁰ Güner, SARIOĞLU. *Televizyon Program Yapımı ve Yönetimi*. Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1976, s.215.

Haberin bilgi olduğu görüşü oldukça yaygındır. Haber bilgi olarak kabul edildiğinde, haberin insanlık tarihi kadar eski olduğunu söyleyebiliriz. Breed'in²⁶¹ haber tanımı şöyle aktarılmıştır:

Warren Breed (1956) haberi; "satılabilir", "yüzeysel", "basit", "nesnel", "faaliyet merkezli", "ilginç (önemli olmaktan farklı olarak)", "yapay" ve "açıkgöz" kelimeleriyle tanımlamıştır²⁶².

Bir tanımında televizyon haberleri şöyle yapılmaktadır:

Elektronik haber, haberin havadan elektronik olarak iletilmesidir²⁶³.

Geniş halk kitlelerinin ilgisini çeken görüşler, gerçekler olaylar medyanın zaman sınırlamasına uyum sağlayacak biçimde yazılır, konuşma biçimindeki enformasyona dönüştürülür ve izleyiciye sunulur. Televizyondaki bu zaman sınırlılığı habere bazı kısıtlamalar getirmektedir. Bunlardan ilki haberin daha seçici olması zorunluluğu, diğeri ise haberin daha kısa ve özet olması gerekliliğidir. Televizyon haberlerinin konusunu oluşturan olaylar çoğunlukla kargaşalar, çatışmalar ve bozukluklardan oluşmaktadır. Çalışan insanlar olay konusu teşkil etmez ama bu insanların grevde olması olayın oluşumuna etmelidir. Televizyon haberlerinde toplum bozukluklarına yer verilmesine neden olarak, bu bozuklukların düzeltilebilmesine yardım etmek amacı gösterilmektedir²⁶⁴.

Televizyon haberlerini iki bölümde incelemek mümkün: Bunlar haber bültenleri ve haber programlarıdır. Bu programların hazırlanmasındaki amaç toplumsal gerçekleri yansıtmaktır. Bu nedenle olabildiğince yalın bir dille ve tarafsız bir şekilde izleyenlere ulaşmaları gerekmektedir²⁶⁵.

²⁶¹ PARSA, a.g.k., s.32.

²⁶² McQUAIL, a.g.k., Çev: YÜKSEL, a.g.k., s.214.

²⁶³ PARSA, a.g.k., s.36.

²⁶⁴ A.g.k.

²⁶⁵ TURAM, a.g.k., s.127.

İlk zamanlarda televizyon bültenleri sessiz film makinesiyle çekilir daha sonra seslendirilirdi. Bugün ise televizyon bültenleri kısa geçmişi içinde teknolojinin gelişmesi ile kendine özgü teknikler geliştirmiştir.

Televizyonda yer alan haber bültenlerinin ve haber programlarının içindeki olaylarının sunumunda beş yol Norman tarafından şöyle açıklanmıştır:

1. Doğrudan stüdyo kamerasının karşısında görülen spikerin konuşmasıyla
2. Olayın geçtiği yerde çekilmiş ya da film arşivinden alınmış filmle
3. Kayıt yapılmış "video" bantla
4. Olayın geçtiği yerden canlı kameralarla
5. Stüdyoda "cansızların" kullanılmasıyla. Bunlar fotoğraflar, çizimler ya da haritalar olabilir²⁶⁶.

Bu sunum biçimleri günümüz televizyonunda yer alan haber bültenlerinde birlikte kullanılmakta ve anlatımı destekleyici unsur olmaktadır.

Haber bültenlerinin ve haber programlarının ortak bir özelliği de ülke ve dünyadaki gelişen olayları kısa sürede izleyiciye aktarması, izleyiciyi bilgilendirici, aydınlatıcı ve bu noktadada siyasal gelişmeleri etkileyici bir işlev üstlenmeleridir. Bu programlar her geçen gün daha fazla ilgi çekmektedir. Siyasal, ekonomik, askeri gelişmelerin olduğu dönemlerde bu programların izlenme oranlarının arttığı belirtilmektedir²⁶⁷.

Televizyon bültenlerinin temel özelliği konuşma biçiminde haberlerin sunulmasıdır. Haber sunucuları izleyicilere arkadaşça yaklaşmakta, güvenilen bir dost konumuna gelmektedirler²⁶⁸.

²⁶⁶ Norman, SWALLOW. *Televizyonun Gerçek Gücü*. Reklam Yayınları, No:32, İstanbul, 1973, s.12.

²⁶⁷ CERECİ, a.g.k., s.47.

²⁶⁸ PARSA, a.g.k., s.24.

Gelişen iletişim teknolojisi sayesinde canlı yayın yapabilme yeteneği TV haberciliğinin en önemli unsurlarından biridir. Canlı yayın sayesinde bültende yer alacak haber-olayın tamamı ya da bir bölümü naklen yayınlandığı için izleyicilerin haberlere güven duymasına neden olmaktadır²⁶⁹.

Televizyon, haberleri pek çok insan için önemli bir bilgi kaynağı durumuna gelmiştir. Dünyada ilk defa 1991 yılında televizyon tarafından canlı yayınlanan Körfez Savaşı televizyonun hayatımızda ne kadar önemli olduğunu göstermiştir. Günlük gazetelerin de önemli bir haber kaynağı olduğu bu dönemde, televizyon öncelikli haber kaynağı olmuştur. TRT kanalları ve Star 1 özel kanalı CNN televizyonuna bağlanarak işgal ve ilgili görüntüleri canlı yayınla Türk halkına yansıttılar²⁷⁰.

Televizyon bültenleri bir savaşı, bir cinayet olayını, bir terör olayını gazetelerden daha ilgi çekici ve canlı bir şekilde verebilme özelliğine sahiptir fakat bu, televizyonun olayların ardında yatan gereklere daha az yer vermesi anlamına da gelebilir. Çünkü görüntülenemeyecek haber-olaylarda televizyonun yetersiz kalması söz konusu olabilir²⁷¹.

Dünyanın hemen hemen bütün ülkelerinde yapılan araştırmalar sonucunda televizyonun en güvenilir kaynak olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Canlı yayınlar sonucunda olayların olduğu yerden anında gösterilmesi televizyona bu avantajı kazandırmıştır. Ancak çoğu zaman yalnızca görüntüsü olan olayların bülten alınması sonucunda görüntüsü olmayan önemli olaylar bülten dışı kalabilmektedir²⁷².

Televizyon haberciliği basından daha hızlı bir şekilde haberleri ulaştırabilir. Zamana karşı yapılan yarışta televizyon haberciliği önder konumundadır. Önemli bir haber olduğunda yayın akışı kesilerek en son gelişmelerin aktarılması sık sık karşılaştığımız bir durumdur²⁷³.

²⁶⁹ PARSA, a.g.k., s.24

²⁷⁰ TURAM, a.g.k., s.133.

²⁷¹ Brian, GROOMBRIDGE. **Televizyon ve Toplum**. İstanbul Reklam Yayınları No: 41, 1976, s.30.

²⁷² Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. PARSA, a.g.k., s.26-27.

²⁷³ A.g.k., s.25.

yüzeysel olan haberler izleyicilerin gelip geçici bir takım basit fikirler edinmelerinin ötesinde olumlu etkide bulunamamaktadır²⁷⁷.

Yayın kuruluşuna gelen haberler arasında seçim yapılırken dikkat edilen bir başka unsur da zamandır. Çünkü yayın dünyasında zamana karşı yarışılmaktadır. Windesham'ın bu konudaki görüşleri şöyledir:

Televizyon açıklamalara çok az süre ayırır. Görüntü ekrana gelir gelmez, yapımcı hemen olayın özetlenmesini istemektedir. Açıklama için zaman olsa bile izleyicinin haberin uzaması sonucunda kanal değiştirme olasılığının fazla olması nedeniyle bu tercih edilmez²⁷⁸.

TV bültenleri son zamanlarda birer cümlelik haber özetleriyle başlayıp sonra esas bülten verilmektedir. Böylece haber bültenini oluşturan konular hakkında fikir edinip tüm bülteni izlemek zorunda kalmadan seçim yapmak mümkün olabilmektedir. Bazen, bir haberin bülten süresinin önemli bölümünü kapsayan süre içinde ayrıntılı olarak ele alındığı da olmaktadır. Böyle durumlarda diğer haberler ya çok kısa olarak bültende yer almakta ya da hiç yer alamamaktadır. Olayların TV bültenlerinde yer alması bazen kamuoyunun gündemindeki önemlerine göre olmayabilir²⁷⁹.

Haftalık ve aylık olarak ekranlarda yer alan haber programları da haber bültenleri gibi önemli bilgi kaynaklarıdır. Bu programların izleyici kitlesi genel olarak olaylardan haberleri olan fakat bu olayların ayrıntılarını öğrenmek isteyen bireylerdir. Bu programları haber bültenlerinden ayıran üç önemli fark vardır. Bunlar, yapımcıların özellikleri, konulara yaklaşımları ve zamandır. Haber programları yapımcıların işleyecekleri konular hakkında ayrıntılı bilgi toplamak için yeterli zamanları vardır. Ayrıca programlarda değişik çevrelerin görüşlerine de yer verme olanağına sahiptirler. Bu programların yapısal görevi ilk önce

²⁷⁷ GROOMBRIDGE, *Televizyon ve İnsanlar*, s.97.

²⁷⁸ A.g.k., s.98.

²⁷⁹ TURAM, a.g.k., s.130.

olayları kısaca ortaya koymak daha sonra ayrıntılara giderek farklı bakış açılarından olaylara yaklaşmak son olarak da ilgili çevrelerin görüşlerine ve uluslararası tepkilere yer vermektir. Bazen bu durumun tersi de geçerli olabilir ve program yapımcıları bir olayın üzerine gidip onu haber yapabilirler²⁸⁰.

Haber programları toplumu bilgilendirici, siyasal gelişmeleri etkileyici bir işleve sahiptirler. Bu tür programlar her geçen gün izleyicilerin daha fazla ilgisini çekmektedirler. Önemli siyasal ekonomik ve askeri gelişmelerin olduğu dönemlerde izleyicilerin en çok ilgisini çeken programların bunlar olduğu söylenebilir²⁸¹.

Haber programları günlük, haftalık, aylık yayınlanabileceği gibi daha önceden bir zamanlama yapmadan da ortaya çıkabilirler. Aniden meydana gelen dramatik olaylar ve çağımızın güncel sorunlarının bu programlarda yer aldığını söyleyebiliriz. Ayrıca, izleyicilerin bu programlara telefonla ya da stüdyoya gelerek katılımı da sağlanabildiği için izleyici bile daha aktif konuma getirilebilmektedir.

Televizyonda yer alan haber programlarının açık oturumlar, TV haber magazin, haber belgeselleri, forumlar, paneller ve ayrıntılı röportajlar olduğunu söyleyebiliriz. Bunların içinde en fazla kullanılan haber programları ise açık oturum, TV haber magazin ve haber belgeselidir²⁸².

Televizyonun, bilgilendirme ve haber verme işlevini gerçekleştirdiği bu programların sunumlarında yayın politikasına dikkat etmesi gerekir. Tarafsızlık ilkesinin ön planda tutulduğu bir politika izlemek izleyici kitlesinin inanma ve ikna olma işlevlerini daha olanaklı kılacağı söylenebilir. Televizyonun çok geniş kitlelere ulaşabilen bir iletişim aracı olarak tarafsızlık politikası izlemesi ile kültür içinde alternatif kültürler, toplum içinde alternatif toplumlar yaratabilmesi mümkündür²⁸³.

280 TURAM, a.g.k., s.147.

281 CERECİ, a.g.k., s.47.

282 PARSA, a.g.k., s.50.

283 GROOMBRIDGE, *Televizyon ve İnsanlar*, s.122.

verilmesi buna örnek olarak verilebilir. Gruplar halinde yapılan danslarda da aynı şey sözkonusu olabilir. Grup halindeki kadınların cinsellik objesi olarak kullanımına ekranlarda yer vermek izleyiciler arasında da bu yöntemin artmasına neden olabilecektir²⁸⁷.

Bu tür programlar izleyiciler için çeşitli anlamlar taşıyabilmektedir. İzleciler programı izlerken farklı bölümlerinden farklı anlamlar çıkarabilirler, fakat farklı yapılara sahip izleyiciler programın bütününden birlikte zevk alabilirler. Bu nedenle, TV ile iletilen mesajların bireysel olarak yorumlanmakla birlikte aynı zamanda toplum tarafından yorumlanabilecek genişlikte anlam taşıdığını söylemek de mümkündür. TV yayınların özelliklerinden olan genel anlam kodları içerisinde özel kodların da yer alması burada söz konusu olabilmektedir. Bir bale dansı özel kodlar içerdiğinden televizyon için uygun olmayabilir. Böyle bir durumda bale dansı genel kodlar içeren bir programın içerisine yerleştirildiğinde TV için uygun hale gelebilecektir²⁸⁸.

Yarışma programları büyük izleyici kitlelerine sahip program türleri arasında sayılabilir. Bu programların temelinde eğlendiricilik unsuru yer almaktadır. Bu nedenle ciddi soruların yanında eğlendirici nitelikte olan sorulara da yer verilmesi gerekmektedir. Yarışmanın ilk birkaç sorusunun kolay düzeylerde olması, yarışmacıların kendilerine olan güvenlerinin artmasında etkili olabileceğini söylemek mümkündür. Ayrıca izleyicilerin de sorulardan bazılarını yanıtlayabilmeleri için programın izlenme ölçüsünü arttırabilmektedir. Yarışma programlarını gazete bulmacalarını çözmeye benzetmek mümkündür. Gazete okuru bulmacanın birkaç satırını çözemediğinde gazeteyi bir kenara bırakabiliyorsa, izleyici de televizyonu kapatabilir²⁸⁹.

Yarışma programlarının bir çeşit öykü içerdiklerini söylemek mümkündür. Sunucu izleyenlere yarışma ve başarı hakkında öykü anlatan bir anlatıcı,

²⁸⁷ TURAM, a.g.k., s.125.

²⁸⁸ A.g.k., s.126.

²⁸⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. SARIOĞLU, a.g.k., s.237-238.

2.3. Eğitim-Kültür Programları

Bu tür programların hazırlanmasındaki temel amaç, toplumun eğitilmesi, bilgi ve kültür düzeyinin artırılmasıdır. Bilimsel ve belgesel temellere dayanan bu tür programlarda eğlence unsuruna pek fazla yer verilmemektedir. Bununla birlikte eğlendirerek eğitime amacını taşıyan ve bu nedenle eğlence unsuruna yer veren örneklerle de rastlamak mümkündür²⁹³.

Televizyon izleyicileri doğrudan eğitime yönelik programlar, haber programları ve bunların dışında kalan tüm programlarla eğitilebilir²⁹⁴. Eğitsel öğeler her tür programda örneğin eğlence programlarında bile yer alabilir. Eğlence programlarının izleyicisi daha çok olduğundan bu tür programlarda yer alacak eğitsel çalışmalar daha yararlı olabilir²⁹⁵.

Genel anlamda bakıldığında kültürün değişik kullanımlarının dört anlam grubunda belirlendiği görülmüştür. Bunlar maddeler halinde şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Bilim alanındaki kültür: Uygarlıktır.
2. Beşeri alandaki kültür: Eğitim sürecinin ürünüdür.
3. Estetik alandaki kültür: Güzel sanatlardır.
4. Teknolojik ve biyolojik alanda kültür: Üretme, tarım, ekim, çoğaltma ve yerleştirmedir²⁹⁶.

Kültürün bu tanım ve uygulama alanlarından yola çıkarak yayınlarında kültür ile ilgili bu işlevleri içeren ve halkı bu konularda aydınlatmayı ve bilgilendirmeyi amaçlayan bütün programlar kültür programları içinde yer alabilir.

²⁹³ CERECİ, a.g.k., s.48.

²⁹⁴ ŞENER, a.g.k., s.45.

²⁹⁵ A.g.k., s.48.

²⁹⁶ Bozkurt, GÜVENÇ. **Antropoloji (İnsan Bilim)**. Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları No: 340, Eskişehir, 1993, s.33.

3. Her konunun gerçek bir uzmanı tarafından hazırlanmış programların bir çok konuda genel bir bilgiye sahip bulunan bir öğretmenin anlatımından çok daha ayrıntılı olarak sunulabilme olanağı vermesi,
4. Öğretmen açığı bulunan ülkelerde bu yöntemin kullanılarak eğitime devam edilebilmesi,
5. Audio-visual ortamı öğrencilerin öğrenme çabalarını kolaylaştırması, coğrafya gibi derslerde değişik ülkeleri başka türlü mümkün olmayacak bir biçimde görerek öğrenme imkanı verirken, kimya ve fizik gibi genelde sıkıcı bulunan derslerde araya çizgi karakterler veya animasyonlar monte edilerek ilginin devamının sağlanabilmesi³⁰⁰.

Bunun yanısıra TV’de yer alan diğer eğitsel işlevleri içeren programlar konusunda yapılan izleyici araştırmasında şu bulgular elde edilmiştir:

Genel olarak eğitsel yayınlar izlenmekle birlikte, çeşitli izleyici gruplarına göre yayınlar sıralandığında, en çok izlenen eğitsel yayın köy yayınları (yüzde 21) olup, bunu sırasıyla spor eğitimi ile ilgili yayınlar, yabancı dil, genel sağlık, çevre sağlığı, trafik vb. gibi konuları içeren genel yetişkin eğitimi ile ilgili yayınlar izlemektedir. Bu izlemede cinsiyet ayrımı, farklı eğitim-kültür ve gelir düzeyleri eğitsel yayınlara farklı ilgi olduğunu göstermektedir. Eğitsel yayınları izlemede en büyük neden ise “eğitip-öğretmesi” olarak ortaya çıkmıştır. Bir başka deyişle, televizyonda yayınlanan yetişkin eğitimi ile ilgili yayınlar “eğitilme” amacı ile izlemektedir³⁰¹.

• Göze ve kulağa yönelik televizyonun bir eğitim aracı olarak çağdaş eğitimde önemli görevler üstlendiğini söyleyebiliriz. Çocukların ve yetişkinlerin boş zamanlarında önemli bir yer tutan televizyonun eğitim aracı olarak önemi, insanların boş zamanları üzerindeki etkinliğinden değil, onların düşünce, davranış ve değer yargılarına olan etkileme gücünden kaynaklanmaktadır diyebiliriz³⁰².

³⁰⁰ TURAM, a.g.k., 1994, s.160.

³⁰¹ AZİZ, a.g.k., 1985, s.76.

³⁰² Levend, KILIÇ. **Televizyon Eğitim Programlarında Yapım-Yönetim**. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:110, Eskişehir, 1987, s.2.

2.4. Magazin Programları

Magazin programları haftanın ya da ayın belirli günlerinde yayına çıkan dergiler gibi belirli yayın zamanlarında görünen ve birkaç değişik olayı kapsayan programlardır. Genellikle sürekli görünen bir ekibe sahip oldukları için bu kişilerin görüntüleri izleyicilere programların bütünlük ve devamlılık içinde izlenmesine olanak sağlayabilmektedir³⁰³.

Televizyon magazin programlarının haberlerle toplumsal olayları içermesi gerektiğini söyleyebiliriz. Önemsiz konulardan çok ulusal ve uluslararası önemli konulara yer verilmesi gerekmektedir³⁰⁴. Ancak günümüzde magazin programları popüler kişilerin özel yaşamlarını ekranlara yansıtmaktan öteye geçememektedir.

2.5. Spor Programları

Spor programları en fazla izleyici çeken programlar arasında sayılabilir. Futbol, basketbol, voleybol karşılaşmalarında yaşanan heyecanı başka birşeyle doldurmak kolay kolay mümkün olamamaktadır. Değişik kamera açılarının kullanımı, spikerlerin açıklamaları, uzmanların yorumları izleyicilerin amaçlarını daha iyi anlamalarına yardımcı olmaktadır. Yavaş çekimle gollerin ve önemli anların tekrarlanmasında TV'nun izleyicilere sunduğu önemli avantajlardan sayabiliriz³⁰⁵.

Bu programların hazırlanması sırasında yapımcı amacının ne olduğunu, farklı kesimler arasında tarafsızlığı nasıl sağlayacağını, izleyicilerin neler öğrenmek isteyeceğini bilip buna göre davranmalıdır. İzleyicilerin öğrenmek

³⁰³ SWALLOW, a.g.k., s.17.

³⁰⁴ A.g.k., s.19.

³⁰⁵ TURAM, a.g.k., 1994, s.123.

isteyeceği noktalar ise karşılaşmada yıldızların kimler olduğu karşılaşmaların nasıl geçtiği ve sonuçlarının ne olduğudur³⁰⁶.

Televizyon kanalları için spor yayınlarının önemi oldukça fazladır. Karşılaşmaların canlı olarak yayınlanması ve bunların milyonlarca izleyici tarafından izlenmesi, TV kanallarının reklam gelirlerinde önemli artışlara neden olabilmektedir³⁰⁷. Spor ile ilgili aktivitelerin televizyonda gösteriminin başlaması ile bu programlar daha geniş bir halk kitlesi tarafından izlenebilme olanağına sahip olmuş, böylece spor toplumsal yaşam içerisinde önemli bir yere gelerek popüler kültürün önemli bir uzantısı halini almış ve televizyonun popüler kültürü yayma özelliğine yardımcı bir unsur olmuştur³⁰⁸.

Ülkemiz televizyonlarında yer alan spor yayınlarının yazılı basının bir kopyası olduğunu söylemek mümkündür. Yazılı basında çıkan spor haberleri genelde dört büyük futbol kulübü Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor ile ilgili haberler olmakta diğer spor faaliyetlerine yeterli yer ayrılmamaktadır. Aynı şekilde televizyon kanallarında da bu dört büyük futbol kulübünün günlük antrenmanları, futbolcuların özel yaşantıları haber olarak yer aldığı halde diğer spor alanları ve faaliyetleri gözardı edilebilmektedir.

Televizyonda spor programlarını sunanların, genelde yazılı basından televizyona geçen ya da futbol faaliyeti ile daha önce uğraşan (futbolcu, hakem gibi) kişilerden oluşması spor programlarının içeriğini belirleyici ve etkileyici bir unsur teşkil etmektedir. Televizyon spor programlarında geniş ölçüde yer alan futbol gösteriminin azaltılması, bunun yanında diğer spor etkinliklerine de yer verilerek izleyicinin bu faaliyetler konusunda da bilgilendirilip, teşvik edilmesi, spor kültürünü oluşturmada ve yaymada atılması gereken ilk adım olarak gözükmemektedir³⁰⁹.

³⁰⁶ SARIOĞLU, a.g.k., s.246.

³⁰⁷ TURAM, a.g.k., 1996, s.270.

³⁰⁸ TURAM, a.g.k., 1994, s.124.

³⁰⁹ TURAM, a.g.k., 1996, s.271.

korkusu gibi psikoz kişiliği; sokakta izlendiğine dair paranoid-şiofrenik bir kişilik oluşumunun nedeni olabilir³¹².

2.7. Drama Programları

Televizyon için hazırlanan ve oyunlaştırılan hikayelere drama programları diyebiliriz. Dramaların tiyatro oyunları ile bazı benzerliklere sahip olduğunu ancak televizyonun özellikleri ile yoğrulduğunu söylemek mümkündür³¹³. Televizyon diline uygun bir biçimde karşılıklı konuşmalara dayalı ya da tiyatro ve sinema yapıtı biçiminde özgün bir metne ya da edebi bir yapıya dayalı olarak hazırlanan dizi, dramatik belgesel, tek oyun gibi yapımlar drama programları içerisinde sayılabilir³¹⁴.

Drama programlarında genellikle sosyo-kültürel sorunlar, toplumsal ve tarihi olaylar konu edildiği için bu programların geniş izleyici kitlelerine seslenen bir yapıları olduğunu söyleyebiliriz³¹⁵.

2.8. Belgesel (Belgesel Film) Programları

Belgesel programlarda ortak özellik, gerçek bir malzemeden yola çıkılıp savunulan fikirlerin bu gerçekten çıkarılmaya çalışılması olarak belirlemiştir. Belgesel film türleri; haber filmi, doğa belgeselleri, toplumsal içerikli belgeseller, tanıtım-reklam amaçlı belgeseller gibi malzemelerine, ele aldıkları sorunlara göre farklı alt türlere ayrılmıştır.

³¹² Deniz, GÜLER. *Eğitim İletişimi Kurumu Olarak Çocuk Televizyonu ve Uygulamaları ile Bir Model Önerisi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 533. Eskişehir, 1991, s.182.

³¹³ CERECİ, a.g.k., s.47.

³¹⁴ GÜLER, a.g.k., s.152.

³¹⁵ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. MUTLU, a.g.k., 1991, s.158-161.

Belgesel çalışmaların bugün belki de tek gösterim kanalı televizyondur diyebiliriz. Ticari amaçlı televizyon kuruluşları ile ticari olmayan televizyon kuruluşlarında yer alan belgesellerin farklı özelliklere sahip olduklarını söyleyebiliriz. Ticari amaç taşımayan televizyon örgütlerinde belgesellerin yapısını ve içeriğini belirleyen öğeler; “kamu yararı”, “toplumu eğitmek ve yönlendirmek”, “toplumun aynası olmak” ve “toplumu biçimlendirmek” gibi toplum menfaatlerine uygun yayıncılık anlayışını içerirler. Ticari televizyon kuruluşlarının belgesel programlarında da bu öğelere zaman zaman yer verilmesine rağmen kâr sağlama amacının daha ön planda olması cazibe unsurunu gözönüne almayı ve öykü anlatan belgesel-drama kullanımını arttırmaktadır³¹⁶.

2.9. Reality Show Programları

Özel televizyon kanallarının ortaya çıkışı ile gündeme gelen bu programlar gerçekliğin olduğu gibi aktarımı, gerçeğin gösterisi olarak “reality show” adı altında yeni bir habercilik türü yarattılar. Konularını günlük yaşamdan alan bu programların içeriğini, cinayetler, aile dramları, yangın ve felâketler, sapık davranışlar oluşturmaktadır.³¹⁷ “Reality Show” programlarının ilk örneği A.B.D.’de ortaya çıkmıştır. Bir grup anlatör “Kağıt Kaplanlar” adı ile gerçeği dondurmak amacından yola çıkarak çalışmalar yapmışlardır. 1980’lerin başında etkili olan “Hanedan”, “Dallas” gibi dizilerin, izleyici üzerinde uyuşturucu etkisi yaptığını düşünmüşler; gerçeği bazen bir fotoğraf karesinde bazen de video kameralarla dondurarak uyuşturucu etkisinde kalmış seyirciyi gerçeğin uyandırıcı gücü ile kurtarmayı amaç edinmişlerdir. Körfez Savaşı, Grenada Çıkartması gibi savaşa dayalı olayları

³¹⁶ CERECİ, a.g.k., s.47.

³¹⁷ Göksel, AYMAZ. “Kitle İletişiminde Meta Seyri ve “Reality Show”, *Evrensel Kültür Dergisi*, Sayı: 27, İstanbul, Mart 1994, s.6.

Reality Show programlarına gelen tepkilerin önemli bir sebebi de şiddetin ve kan gösteriminin gösteri unsuru olarak kullanılması ve izleyiciye eğlendirme ortamının bu unsurlarla hazırlanmasıdır; kişinin eğlenirken duygularını kullandığı ve düşünmeyi geri plana ittiği belirtilmiştir.³²³ Yapılan araştırmalar; şiddet olaylarının televizyon ile gündelik yaşamın bir parçası haline gelmesinin, televizyon eğlenceleri ve hatta haberlerinde yenilik adına gerçeklerin duygusallaştırılmasının toplumların ahlaki değerlerden uzaklaşması ve şiddetin artması gibi sonuçlar doğurabileceğini vurgulamıştır.³²⁴

Reality showlar konu olarak seçtikleri cinayet, hırsızlık, yangın, felaket, aile dramları ve tecavüz gibi sapık eğilimleri içeren davranışları, seyirci üzerinde oluşturmak istedikleri etki ve ilginin olurlarına göre tasarlayıp, kurgulayarak son hali ile illüzyona dönüşmüş olan göstergeler biçiminde aktarırlar; amacı gerçekleştirme aşamasında televizyon teknolojisinin sunduğu program yapım araçlarının tümünü etkiyi arttırıcı ve destekleyici unsur olarak görürler. Yapaylık ve illüzyon, bu showların gerçek amaçlarının; belli bir olayın üzerine ciddi anlamda ve saygın bir düzeyin konumu ile gitmek yerine, seyirciyi duygularını sömürerek ekran başında büyülemek, şok edici ve etkileyici görüntülerle seyirci kitlesini arttırmak olduğunu göstermektedir.³²⁵

1994 yılında Türkiye’de en çok izlenen programların neler olduğuna dair bir araştırma yapılmış 1200 program arasında reality showların 114 programla beşinci sırayı aldığı gözlenmiştir.³²⁶

Özel televizyonların daha fazla kâr ve daha fazla reklam sloganı ile yola çıkmaları bu programları izleyici sayısını arttırarak ürün satışını da arttırma amacı ile kullanmaları eleştirilerin bir başka yanını oluşturmaktadır. Mesajlarını

³²³ RİGEL, a.g.k., s.25.

³²⁴ Zbigniew, BREZINSKI. *Kontrolden Çıkmış Dünya*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1994, s.117’den Aktaran: TURAM, a.g.k., 1996, s.46.

³²⁵ AYMAZ, a.g.k., s.7.

³²⁶ TURAM, a.g.k., 1996, s.247.

kolayca tüketebilecek kitleyi arayan medyanın ilk yaptığı iş tüketicisini eğlendirmek ve bu yolla mal satabilmek. Kişi eğlenirken ağırlıklı olarak duygularını kullanır; düşünmeyi geri plana iter. Tüketicinin kafasında oluşan bu boşluk yapılan ürün tanıtımları ile doldurulmaya çalışılmakta ve satışın arttırımı hedeflenmektedir.³²⁷

Kültür bölümünde yer verilen popüler kültür tanımına burada bir kez daha değinmek gerekmektedir; reality showların çıkışı ve artışı popüler kültürün bir sonucu olarak görülmektedir. Bilgi toplumunda kişileri, sürekli olarak bilgi ile donatma eğiliminde olan medyanın bu amaçla yarattığı tüketim odaklı yaşam biçimine “popüler kültür” denmektedir; medya sürekli tükettirmek zorunda olduğu için bireyin bilincini ele geçirmek ilk hedefidir. Medyanın özellikle de televizyonun kâr amacını ve daha fazla ürün satımını ön plana çıkarması ile eğlendirme işlevi eğitime ve bilgilendirme işlevlerinin önüne geçmiştir. Seçilen kitlenin mesajları kolayca tüketecek kitle olması medyanın ilk işini eğlendirme olarak belirlemektedir, kişi eğlenirken duygularını kullanır ve düşünmeyi geri plana iter.³²⁸ Konu olarak seçilen olayların ne şekilde sunulacağı egemen ideolojinin politik seçkilerine göre belirlenmekte; televizyon gündelik hayata yaşananları birer haber niteliğinde aktarırken, tarzını tamamen egemen ideolojinin aktüel çıkarlarına göre biçimlendirdiği gözlenmektedir.³²⁹ Reality show programlarında yer alan haberler “Duygu Yoğun Haber” olarak ele alınmaktadır. Bu haber türü ise tarih hafızasına gerek olmayan, verileri ile sadece anlık duygulanımlara neden olan, kişinin sorunları çözmekten uzak, duyguları ele geçirerek içinde yaşanan zaman ve mekanı bir süre için izleyene unutturan, düşünce üretmeye katkısı olmayan, kolay anlaşılma kaygısı taşıyan mesajlar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Reality

³²⁷ Nurdoğan, RİGEL. “Satılık Gerçek, Hediyesi Şiddet”, *AÖF Dergisi*, Sayı: 2, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1995, s.229.

³²⁸ RİGEL, *Şahlanan Şiddet*, s.24.

³²⁹ AYMAZ. a.g.k., s.7.

gelirlerini artırma kaygısı, meta pazarlamasının vahşet aşaması olarak tanımlanmaktadır.³³³ Sunucu olarak seçilen kişiler de bu etkiyi artırmak için kullanılmakta ve hatta bu kişiler kendilerini yargı mekanizması görebilmektedir.

Sonuç olarak, reality show programları popüler kültürün bir ürünü olarak, özel televizyonların daha fazla kâr ve daha fazla ürün satmak amacıyla çıkardıkları programlardır. Amaç gerçeği sunmak olarak gösterilmekte ve gerçek yaşamlardan alınan vahşet görüntüleri ve şiddet izleyiciye televizyon teknikleri kullanarak verilmekte ve izleyicinin hisleri etki altına alınarak ürün satışını artırmak hedeflenmektedir. Bu programlarda televizyon işlevlerinin doğru ve tam olarak yerine getirilmediği de söylenebilir. Bu programların yanında başlangıçta reality show olarak gündeme gelen A Takımı gibi bazı programların sonraları kimlik değiştirerek haber program kimliğine büründüğü de görülmüştür.³³⁴

³³³ RİGEL, *Şahlanan Şiddet*, s.27.

³³⁴ A.g.k., s.32.

BÖLÜM VI

KİTLE İLETİŞİM ÜRÜNLERİNİN ÇÖZÜMLERİNE İLİŞKİN YÖNTEM YAKLAŞIMLARI

Bu bölümde, Göstergebilimsel Çözümleme, Marksist (Eleştirel) Çözümleme, Ruhbilimsel Çözümleme ve Toplumbilimsel Çözümleme konularına yer verilmiştir.

1. GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME

Kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden biri olan göstergebilimsel çözümleme yönteminde yer alan kavramların açıklamasına ve tanımlarına yer verilecektir.

1.1. Göstergeler

Alanın sözcükleri anlamlarını yalnızca birbirlerine karşıt olmalarından alırlar ve karşıtlıklar korunduğu sürece anlam belirsizliği ile karşılaşılmaz.

Gösterge, bir gösteren ile bir gösterilenden kuruludur. Gösterenler düzlemi anlatım düzlemi, gösterilenler düzlemiysel içerik düzlemini oluşturur.

Her iki düzlem iki katman içerir: Biçim ve Töz. biçim, dilbilim dışı bir öncüle başvurmadan dilbilimin tümü kapsayıcı, yalın ve tutarlı bir biçimde

betimleyebileceği bir olgudur. Töz ise, dilbilim dışı öncüllere başvurmadan betimlenecek dilsel olguların çeşitli özelliklerinin tümüdür.

Göstergebilimsel göstergenin kendisi de, her gösteren ile bir gösterilenden oluşur, ama tözleri açısından ondan ayrılır³³⁵.

1.2. Dil ve Konuşma

Sözcükleri, anlam sözcüğü için iki tanım verir: “Bir göstergenin betimlediği düşünce” ve “kendisine bir düşünme nesnesi bağlanabilen kavram”.

Saussure, dil ve konuşma arasında bir ayrım yapmıştır. Dil, dizgileştirilmiş ve kurallardan ve geleneklerden oluşmuş, konuşmamızı sağlayan toplumsal bir kurumdur. Her insan kendi tarzında konuşur herkesin öğrendiği dile ve kurallara dayalıdır³³⁶.

1.3. Eşzamanlı ve Artzamanlı

Eşzamanlı: Çözümseli, artzamanlı; tarihseli belirtir. Bir metnin eşzamanlı incelenmesinde; ögeler arasında varolan ilişkilere bakılır, artzamanlı incelenmesinde ise; anlatının gelişme biçimi araştırılır. Bir metnin eşzamanlı çözümleme metinde saklı, çiftler halinde düzenlenmiş karşıtlıkları arar, artzamanlı çözümleme ise anlatıyı biçimlendiren olaylar zinciri üzerinde yoğunlaşır³³⁷.

³³⁵ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: M.RİFAT-S. RİFAT, *Göstergebilimsel Serüven*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, Geliştirilmiş 2.Baskı, 1993, s.38-41.

³³⁶ Arthur, Asa BERGER. *Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri*. Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları No:91, Eskişehir, 1996, Çev.: Nazlı KIRMIZI, “Göstergebilimsel Çözümleme”, s.18.

³³⁷ BERGER, a.g.k., Çev.: KIRMIZI, a.g.m., s.18.

1.4. Dizimsel Çözümleme

Söz, seslenmedeki genlikler dışında, yinelenen göstergelerin çeşitlilik sunan bir birleşimi olarak tanımlanabilir: Sözlü tümce, dizimin en belirgin örneğidir.

Dizim bir “zincir” biçiminde gerçekleşir. Dil; bir bakıma gerçeği bölümleyen şeydir. Her dizimleme karşısında bir çözümleme sorunu ortaya çıkar. Dizim hem kesintisizdir, hem de, ancak “eklemler” olduğundan aktarabilir.

Göstergebilimde, her dizge için, çözümlemenin bulunup ortaya çıkaracağı dizimsel birimler önceden kestirilemez. Burada üç sorun görülmektedir.

Birinci sorun; karmaşık dizgelerin, bunun sonucu olarak da birleşik dizimlerin varlığına ilişkindir: Besin ya da giysi bir nesnelere dizgesine tam anlamıyla dilsel bir dizge aracılık yapabilir. Bu durumda yazılı bir dizim ile bunun amaçladığı giyimsel ya da besinsel bir dizim sözkonusudur. Her iki dizimdeki birimlerin çakışması zorunlu değildir: Bir besin ya da giysi dizimindeki birime, birleşik bir çok yazılı birim taşıyıcılık edebilir.

İkinci sorun; göstergebilimsel dizgelerde, gösterge-işlevlerin, eşdeğışle bir kullanımdan kaynaklanan ve kullanımın akla yakın kıldığı göstergelerin varlığından doğar. Ses tözünün dolaysız biçimde anlam aktardığı insan dilinin tersine, kuşkusuz, göstergebilimsel dizgelerin çoğu yalnızca anlam aktarma işine yaramakla kalmayan bir özdek içerir. Onun için, bu dizgelerde, dizimsel birimin karma nitelik taşıması ve hiç değilse bir anlamlama dayanağı ile değışen bir öge kapsamı olağandır.

Üçüncüsü ise; “sapkın” diye nitelendirilebilecek dizgelere rastlanması olasıdır. Bu dizgelerde, eylemsiz özdek uzamlarının yer yer, yalnız kesintili olmayıp aynı zamanda birbirinden uzakta bulunan göstergeler taşıdığı varsayılabilir: “Gerçekleşme düzlemi”nde ulaşım kodundaki işaretler anlam

taşımayan uzun uzamlarla birbirinden ayrılır; bu gibi durumlarda ölü dizimlerden söz edilebilir.

1.5. Dizisel Çözümleme

Dizge, dilin ikinci eksenini oluşturur. Saussure, dizgeyi, bir dizi çağrışımsal alan biçiminde tasarlamıştır. Bunların bir bölümü, ses benzerliği ile bir bölümü de anlam benzerliğiyle belirlenmiştir. Her alan gücül bir öğeler birikimidir: Saussure, dizimsel düzleme bağlanan birim niteliğindeki “sözcük”ü bir yana iterek öge sözcüğü üstünde durur; çünkü, der, “sözcük” yerine ögeyi kullanınca, dizge kavramı gelir gözümüzün önüne. Gerçekten de, her türlü gösterge bütünüünün incelenmesinde dizgeye verilen önem, değişen oranlarda da olsa, Saussure’den kaynaklanan bir yönelişi gösterir.

Alandaki diziler hem benzer hem de benzemez olmalı, ortak bir öge ve değişen bir öge kapsamalıdır. Bir dizideki terimlerin ortak ögesi, gerçekte ayrımsal olmayan artılı öge görünümündedir ve bu olgu Saussure’ün dilin salt ayrımsal olmayan artılı öge görünümündedir ve karşıtsal niteliği üstünde yinelendiği kesinlemelerle çelişiyormuş gibi görünür: “Dilde yalnızca artılı öğeden yoksun ayrılıklar vardır.”

Genellikle birşeyi başka şeylerden ayıran özellikler ile bunu oluşturan özellikler arasında bir ayrılık bulunmaması dilin niteliğidir; her göstergebilimsel dizge içinde bu böyledir. Gerçekte, bir dizinin ortak ögesi gibi görünen öge, başka bir yerde, başka bir dizide, eşdeyişle bir belirginlik açısından salt ayrımsal bir öğedir³³⁸.

1.6. Eğretileme ve Düzdeğişmece

Eğretileme ve düzdeğişmece, anlam iletmenin iki önemli biçimidir. Eğretilemde, iki şey arasında bir ilişki, benzerliğin kullanılmasıyla bildirilir.

³³⁸ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: RİFAT ve RİFAT, a.g.k., s.55-62.

Düzdeğişmece de çağrışıma dayalı bir ilişki vardır. Bu çağrışım insanların usunda, doğru bağlantılar yapmayı kolaylaştıran kodların varlığını belirtir.

• Genelde eğretilme ve düzdeğişmeceyi birbirine karışmış bulunur ve kimi kez verili bir nesne hem eğretilme hem de düzdeğişmeceli anlam taşıyabilir. Ayırım önemlidir çünkü, bu ayırım, nesnelere ve imgelerin anlamlı nasıl oluşturdukları daha açık görülebilir.

1.7. Kodlar

Kodlar, verili bir toplum ve kültür içinde öğrendiğimiz, oldukça karmaşık çağrışım kalıplarıdır. Usumuzdaki bu kodlar, ya da “gizli yapılar” iletişim araçlarında bulunan göstergeleri ve simgeleri yorumlama tarzımızı ve yaşam biçimimizi etkilerler. Bu açıdan, kültürler, yaşamımızda önemli bir rol oynayan kodlaştırma dizgeleridir. Toplumsallaştırılmış ve bir kültür verilmiş olmak, bir takım kodların öğretilmiş olması demektir ve bu kodların büyük bir bölümü, kişinin toplumsal sınıfına, coğrafi konumuna, ırksal kümesine özeldir.

1.8. Sinema ve Göstergebilim

Göstergebilimi sinemaya uygularken, aracın, göstergeleri iletmesinden başka “göstergeler” olarak işlev gören yönlerine bakılırsa. Bu bakış açısına göre, sinemaya ilişkin en ilginç şeyler, çekim ölçekleridir.

Gösteren	Tanım	Gösterilen (anlam)
yakın çekim	yalnızca yüz	samimiyet
orta çekim	bedenin çoğu	kişisel ilişki
uzun çekim	dekor ve kişiler	bağlam, alan, kamusal uzaklık
genel çekim	kişinin bütün bedeni	toplumsal ilişki

Bu çekim ölçeklerini kameranın devinimleri ve kurgu tekniği içinde yapılabilir³³⁹.

2. MARKSİST (ELEŞTİREL) ÇÖZÜMLEME

Çalışmanın bu bölümünde kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden biri olan Marksist Çözümleme Yönteminde yer alan kavramlar tanımlanacaktır.

2.1. Maddecilik

Marksist diyalektik, şeyleri ve görüntülerini, fikirlerini, karşılıklı bağları, sıraları, hareketleri, doğum ve ölümleri içinde kavrar. Marksist diyalektik yaklaşımla, insan tarihi karmakarışık bir şekilde süregiden anlamsız şiddet etkinlikleri değil, insanlığın gelişme süreci olarak görülür.

18.yüzyılın Fransız maddeciliği hem 17.yüzyılın metafizik görüşüne, hem de o zamanın siyasi örgütlerine, dinine ve teolojisine karşı mücadeleydi. Marksist maddecilik, insanın iyiliğine ve entellektüel yeteneklerine, deneyin her şeye gücünün yettiğine, alışkanlığın, eğitimin ve çevrenin insana etkisine, sanayinin büyük önemine dayanır.

³³⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: BERGER, a.g.k., Çev.:KIRMIZI, a.g.m., s.29-32.

Marks'a göre, bu tür anlayışta, düşünce ortaya konduğunda, bu tez kendini karşı tez ile reddeder ve iki zıt düşünceye ayrılır: Pozitif=evet ve negatif=hayır. Bu iki düşman öge arasındaki mücadele diyalektik hareketi oluşturur. Bu mücadele eden ögelerin kaynaşması, evetin hayır, hayırın evet, evetin hem evet, hem hayır, hayırın hem hayır, hem evet olması, yeni düşünceyi, sentezi meydana getirir.

Maddecilikte hareket halinde olan nesne evrenin temel yapısıdır. İdealizmde temel yapı gerçeği temsil eden düşünceler maddi varlığı olmayan niteliklerdir.

Tek tür maddecilik ve idealizm yoktur, çeşitli türleri çıkmıştır. Marks burjuva maddeciliği olarak nitelediği mekanik maddeciliği reddetmiştir. Bu tür maddecilik herşeyin nesnede ve ona ilişkin süreçlerde bulunduğunu, düşüncelerin ve duyguların kimyasal süreçlerle yeterli şekilde açıklanabileceğini savunur. Marks burjuva maddeciliğinin yaşamdan kopuk ve tarihi süreçten yoksun olduğunu belirtir.

Diyalektik, "şey"lerin doğasında vardır ve Marks'a göre, diyalektik, madde ile herhangi bir somut deneysel konu ile uğraşmada bir yöntemdir.

2.2. Altyapı ve Üstyapı

Altyapı; toplumda üretim tüketim güçlerini, biçimlerini ve ilişkilerini içeren dinamik ekonomik yapıdır. Üstyapı, altyapının oluşturduğu ve bu altyapıyı tutmak, geliştirmek ve değiştirmek için karşılık veren örgütlenmeler, düşünceler ve ilişkilerdir. Altyapının sürekli olarak üstyapıyı kendine tamamen uyduracak şekilde kesinlikle saptadığı, dolayısıyla üstyapının sadece bağımlı değişken olduğu fikrini Marks ve Engels kabul etmezler. İnsanlar ne içinde buldukları koşulların esiridirler, ne de bu koşullardan bağımsız olarak kendi tarihlerini yaparlar: Yaşadıkları koşullarda oluşturdukları düşüncelerle bu koşulları değiştirmek için bu koşullara karşılık verirler.

2.3. Yanlış Bilinç ve İdeoloji

Her tarihi dönemde, egemen sınıfın düşünceleri topluma egemendir. Marks'a göre, maddi üretime sahip olan veya üretimi denetleyen sınıf, aynı zamanda düşünsel üretimi de denetler. Bunu da özellikle üretim ve dağıtım denetleme yolu ile sağlar ki, bu yasa da düşünceyi açıklama özgürlüğü olarak kendini gösterir. Burjuva yasalarına göre herkes düşüncesini açıklama özgürlüğüne sahiptir, fakat bunu ancak dağıtım araçlarına ve olanaklarına sahip olanlar kullanabilir. Bu nedenle, Marks düşünceyi açıklama özgürlüğünü, özellikle basın özgürlüğünü, mülkiyet özgürlüğü olarak niteler. Marks'a göre egemen düşünce, maddi ilişkilerin ifadesinden başka birşey değildir.

Egemen düşünceler, düşünce halinde kavranan ilişkilerdir. Bu kavrama sonucu egemen sınıfın düşünceleri, o dönemin düşünceleri olur. Düşünsel üretim araçlarından yoksun olanlar bu egemenliğin altına girerler.

Tarihte önemli rol oynayan ideolojilere Marksist yaklaşım bağımsız bir tarihsel gelişme tanımaz. Çünkü tarih, düşünceler ve ideoloji insandan öte, insandan ayrı bir varlığa sahip değildir. Tarih, amaçları peşinde giden insanların etkinliğinden başka birşey değildir. İdeoloji ve düşünceler ise, maddi ilişkilerin ve koşulların anlatılışıdır.

Marksist yaklaşım, düşüncelere, ideolojilere, dine bağımsız bir tarihsel gelişme tanımaz, fakat bunların insan tarihine etkisini reddetmez: İnsan somut yaşam koşullarından edindiğini düşüncelerle hareket ederek kendi yaşam koşullarını değiştirir³⁴⁰.

³⁴⁰ İrfan, ERDOĞAN-Korkmaz, ALEMDAR. **İletişim ve Toplum**. Ankara: Bilgi Yayınevi, 1990, s.20.

2.4. Sınıf Çatışması

Marks'ta sınıf kavramı bütünsel ve kapsayıcı bir içeriğe sahiptir. Toplumsal eşitsizliğin yanısıra, yaşam biçimlerini ve hatta düşünsel üretimi bile kapsar. Birer sınıfsal olgu olarak tanımlanan fikirlerden bir toplumda egemen olanlar, o toplumdaki egemen sınıfın fikirleridir. Marks için fikirler, değerler, sanat, hukuk ve politika evrenleriyle sınıfsal olgu arasında bir ayırım yapmak mümkün değildir. Aynı şekilde iktidar olguları da toplumsal sınıflardan bağımsız olarak düşünülemez. Burjuvazinin egemen olduğu bir toplumda Devlet, burjuvazinin emrinde, onun ayrıcalık ve çıkarlarını savunan bir araçtan başka birşey olamaz. Bu anlamda Devlet, çeşitli sınıflar arasında hakem olmak bir yana, sadece egemen sınıfın bir eylem aracıdır. Aynı doğrultuda Marks için mülkiyet ve iktidar kavramları da birbirine sıkı sıkıya bağlı gerçekleri ifade etmektedir.

Sınıflar arasında farklılaşmanın temel nedeni, üretim araçları üzerindeki özel mülkiyettir. Böylece bir çerçeve içerisinde sınıflar iktidar farkları, bir toplumdaki temel siyasal güçlerin bu mülkiyet türüne bağlı olmasından, ona göre tanımlanmasından ileri gelmektedir. Mülkiyetin üretim sürecinde belirlediği mevkiye, başka bir değişle kişinin toplumsal durumuna göreli olarak, insanlar arasında prestij, yaşam biçimi ve hatta fikir farkları doğacaktır.

Marks'ın çeşitli sınıfların varlığından çok toplumun ikili sınıfsal yapısını vurgulaması, dinamik bir toplum yapısı modeli yaratmak istemesinden ileri gelmektedir. Bu modele göre, diğer toplumsal gruplar giderek önemlerini yitirecekler ve iki sınıftan birine dahil olarak onunla bütünleşeceklerdir. Bu bütünleşme, kırsal kitlelerin sanayileşme ve kentleşme sürecinde ücretli işçi statüsüne geçmeleri örneğinde görüldüğü gibi iki sınıftan birinin diğer grupları fiilen kapsamaları yoluyla gerçekleşebilir; ya da diğer grupların iki sınıf çerçevesinde koalisyon halkaları meydana getirmesiyle ortaya çıkabilir. İki

büyük grup böylece, ekonomik sonra da zorunlu olarak siyasal mücadelenin temel unsurları olarak belirir³⁴¹.

2.5. Yabancılaşma

Felsefi bir kavram olarak düşünce tarihinde görülen “yabancılaşma” kavramı ilk kez Alman idealizminin önde gelen isimlerinden Hegel tarafından kullanılmıştır. Hegel, yabancılaşmayı esas alan “ide”nin oluşumunu açıklarken onun hedefini “kendi kendisini bulması, kendisinin bilinç ve özgürlüğüne erişmesi” olarak ortaya koymaktadır. Bir hedefe ulaşmada ide, üç aşamadan geçmektedir. Bunların ilki, “kendi kendine olma hali”dir. Henüz bu aşamada potansiyel bir güçtür ama bu gücünü gerçekleştirememiştir. Oysa buna ihtiyacı vardır. Bu nedenle ilk kez doğada gerçekleşir.

Ancak doğada “ide” artık “kendi kendisinde” değildir, kendisinden başka birşey olmuştur. Özüne aykırı düşmüş, kendi kendisine yabancılaşmıştır. Kendisi ile girdiği bu çelişkili durum “tinsel” nitelikteki kültür dünyasında ortadan kalkar. Bu son aşamada ide, bilincine kavuşmaktadır.

İde'nin doğa içinde yabancılaşması Hegel'e göre varlıkların karşıtlık kurallarına uygun bir varolma zorunluluğu nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Nesnelere kendi dışındaki bir başka şey dolayısıyla varlık ve anlam kazanırlar. Bu aşamada yabancılaşma birey için kaçınılmaz olmaktadır.

Marks, emeğin yabancılaşması üzerinde durmaktadır. Buna göre yabancılaşma; “serbest” bırakılan insan etkinliğine bağlı olarak meydana gelen ürün ve üreticilerine egemen olmaya çalışan bir ilişkinin adıdır.

Marks: “Emekçi, yabancı bir nesne karşısındaymışcasına kendi öz çalışma ürününe karşıdır. Emekçinin kendi ürününe yabancılaşması sadece nesne ile olan yabancılaşmasına değil bir dış varlığı da ifade etmektedir. Ne var ki onun ürünü, kendi dışında ve ondan bağımsız olarak vardır; yabancı ve düşman

³⁴¹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: Barlas, TOLAN. *Toplumbilimlerine Giriş*. Ankara: Kalite Matbaası, 1975, s.260-263.

olarak kendisine karı gelen nesneye yüklenen hayatı bizzat kendisine karşı otonom bir güç olur.”

• Buna göre yabancılaşma, üretici olarak insan ile onun etkinliğinin ürünleri arasındaki farklılaşma sonucu ortaya çıkmaktadır. Çünkü, süreç olarak ürünler giderek üretenlerin iradesi dışında gelişen otonom bir yeteneğe bürünürler.

Emek-ürün ikileminde, ürünün emeğe yabancılaşması işçinin kendi ürününü kullanma ve ona egemen olma olanağının sınırlılığının kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, “emeğin üretiminde verimliliği arttırdığı oranda emek, üretim süreci ile yabancılaşmakta ve kapitalist sistem buna sebep olmaktadır”. İşte bu noktada, eşdeyişle insanın kendi ürünlerinden kopması ve bunları “üstün birer güç gibi görmesi, bunun karşısında kendi kişiliğinden insanlığından olması, bunların boyunduruğu altına girmesi” aşamasında yabancılaşma meydana gelmektedir.

Yabancılaşma insanlarda bir farklılaşma, bir dönüşüm adıdır. Bu dönüşüm insanın günlük hayattaki ilişkilerinin nitelik derecesine göre ortaya çıkar ve gelişir. İnsan üzerinde etkili olan her türlü ilişki etkinin bir tür yabancılaşmaya yol açabileceği düşünülebilir³⁴².

2.6. Tüketim Toplumu

Reklamcılık, gelişmiş anamalcı toplumlarda, insanları daha fazla çalışıp, anamalı güçlendirerek kendilerine daha fazla satın alma olanağı tanımaya güdüleyen temel kurumlardan biridir. Ancak bunlara ek olarak insanlar tüketmeye, hem de, çılgınca tüketmeye yönlendirilmektedir. Çünkü tüketim; ekonomik sistemi ayakta tutan başlıca etmendir. Anamalcı sistem ancak bu yolla ayakta kalabilir. Sistem tarafından yaygınlaştırılan korku ve sefalet, yoğun ve yaygın tüketim yardımıyla azaltılabilir.

³⁴² Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: İsmail, DOĞAN. *Sosyoloji*. Ankara, Sistem Yayıncılık, 1995. s.235-239.

Marks, anamalcılığı şöyle tanımlar: “Herkes, kendini yeni fedakarlıklara zorlayan, yeni bağımlılıklara yönelten, yeni zevklere sahip olmak için ayartan ve bu yolda kendini bir ekonomik yıkıntı haline getiren yeni türetilmiş gereksinimler düşünebilir. Herkes, kendi bencil gereksinimlerini tatmin için bir diğeri üzerinde yabancılaştırıcı bir güç de kurabilir”.

Reklamlar, korkular üretir, tatminsizlikler yaratır ve tüketim kültürünü, anamalcı toplum düzenlerinde varolan yabancılaşıma körükler.

Reklamın, amaçlarına ulaşmak için yapamayacağı hiçbirşey, kullanamayacağı hiçbir araç ve işe koşamayacağı hiçbir olanak yoktur. Reklamın temelde yaptığı, insanların dikkatlerini toplumsal ve siyasi konulardan alıp kendini beğenmişlik gibi bireyci özellikleri körükleyici konulara yönlendirmektedir. Bireysel zevkler bir tutku haline getirilerek ortaklık duygusu zayıflatılırken yabancılaşıma kuvvetlendirilir.

2.7. Burjuva Kahramanlar

İletişim araçları ürünü çözümlenmelerinin önemli bir bölümü kahraman imge üzerinde yoğunlaşmayı öngörür. Bu kahramanlar, filmler, konulu televizyon dizileri, güldürü romanları, ticari yayınlar ya da robotlar olabilir. Bazı durumlarda hainleri de içeren önemli karakterlerin kapsadığı bu kahramanlık imgesi, dizi ve diğeryaygın sanat türlerinde, yaşanan dönemin ve toplumların özelliklerini yansıtır. Diğerbir görüşe göre; bu kahramanlar yaşanan dönemi “biçimlendirir” ve toplumun değişmesine yardım ederler. Bu kahramanlar insanlara öykünülecek kişilik modellerini sunar ve böylelikle kimlik kazanmalarına yardımcı olurlar. Zaman zaman bu kahramanlar “toplumdışı” davranış biçimleri sergiler ve dengeli bir toplumun sahip olduğu düzeni tehdit ederler.

Marksistlere göre, burjuva kahramanları varolan düzenin devamlılığını anamalcı düşüngenün çarpıcı sakıncalarını “önemsizleştirme” yolu ile

gizleyerek tüketim tutkusunu zirve noktasında tutmaya çalışırlar. Marks, “toplum salt bir bireyler toplamı değil aynı zamanda birbirleriyle bağıntılı bireylerarası ilişkiler bütünüdür” der. Marksistler için kadın ya da erkek kahramanlar bu gerçeği kavrayıp toplumun; burjuvazinin bireyci değerlerini, tüketim tutkusunu ve üstün sınıf egemenliğini tepetaklak eden, yeni toplum düzenleri için mücadele eden kişilerdir³⁴³.

2.8. Egemenlik

Egemenlik, kullanıldığı koşullara göre anlam kazanır. Genel olarak bir sınıfın ya da bir ülkenin diğer bir sınıf ya da ülke üzerinde kurduğu ve uyguladığı egemenliği de içeren, fakat bu dar anlam ötesinde ekonomik, kültürel, entelektüel, ideolojik alanları da kapsayan egemenlik söylemidir. Egemenliğin doğrudanlığı, kapsamı, etkinliği tarihsel koşulların özelliklerine göre değişir. Feodalizmdeki, kapitalizmin 19.yüzyılın başlarındaki kolonicilik biçimleri imlerinde sınıflar ve uluslararası egemenlik ilişkileri önemli farklılıklara sahiptir. Bugün değişimci aydınların çoğu egemenliği total egemenlik ve manipulasyon olarak almazlar ve daha çok insanların düşünce ve ideolojik çerçevede içinde kısıtlayarak, sağlanan dinamik etkinlik olarak alırlar. Egemenlik ne denli sığ, kapsamlı ve etkin görünürse görünsün yine de bu egemenin sürdüğü sistem içinde sınıf mücadelesi devam eder. Egemenlik, ilişkilerin kendilerini zaten düşmanca çelişkilerin varlığını ifade eder³⁴⁴.

3. RUHBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME

Kitle iletişim çözümleme yöntemlerinden “Ruhbilimsel Çözümleme” yönteminde yer alan kavramlar ve tanımları yer alacaktır.

³⁴³ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: BERGER, a.g.k., Çev.: Murat BARKAN, “Marksist Çözümleme”. s.58-59.

³⁴⁴ ERDOĞAN-ALEMDAR, a.g.k., 1990, s.176.

3.1. Bilinçaltı

Psşe, bilinçli ya da bilinçdışı, tüm duygu, düşünce ve davranışları içerir. İnsanın fizik ve toplumsal çevresine uyum yapmasını sağlar.

Psşe, birbirinden farklı biçimde çalışan, ancak birbiriyle etkileşim durumunda olan sistemlerden oluşur: Bilinç, kişisel bilinçdışı, toplumsal bilinçdışı.

Bilinç, kişinin doğrudan farkında olduğu ve tanıdığı bir zihin parçasıdır. Yaşamın ilk döneminde, belki de doğum öncesinde belirlemeye başlar. Bilinç alanının geliştirilmesi, düşünme, hissetme, duyu ve sezgi diye adlandırdığı zihin işlevlerinin günlük yaşamda sürekli uygulanmasıyla sağlanır.

Bir insanın bilincinin diğer insanlarınkinden farklılaşması sürecine bireyleşme denir. Bireyleşmenin amacı, bir insanın kendisini tanıması eşdeyişle bilinç alanını genişletmesidir. Bir insanın gelişmesinde bilinçlenme ve bireyleşme birlikte rol oynar. Bilincin bireyleşmesi sürecinde ego adı verilen bir diğer öge oluşur.

Ego, bilinçli zihnin örgütüdür; bilinç düzeyindeki algılardan, anılardan, düşünce ve duygulardan oluşur. Egonun geri çevirdiği yaşantılar psişenin içinde yok olmazlar. Çünkü, yaşanmış olan hiçbir şey varlığını yitirmez. Kişisel bilinçdışı, kişilik düzeyinde birikir ve egoya komşudur. Burada, ya bilince hiç ulaşmamış ya da bilince ulaştıktan sonra çatışma yarattığı için bastırılmış ve geri gönderilmiş yaşantılar bulunur³⁴⁵.

³⁴⁵ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: Engin, GENÇTAN, **Psikanaliz ve Sonrası**. İstanbul: Remzi Kitabevi, Geliştirilmiş 5.Baskı, 1993, s.171-173.

3.2. Cinsellik

Cinsellik güdüsü biyolojik bakımdan cinsin devamını sağlayan bir ilgi, sosyal bakımdan bir kişiyi diğer bir kişiye yönelten bir eğilim olarak tanımlanır. Sigmund Freud buna libido demiştir. Bu eğilim hayvan ya da insan bütün canlılarda bulunur ve bütün yaşam süresince devam eder. Freud'a göre libido şöyle bir gelişim yolu izler:

1. Başlangıçta libido bireyin kendisine yönelir. (nergislik dönemi)

2. Daha sonra sevilen ve bağlanılan kişiler ana ve baba olur.

3. Bunun arkasından, aşağı yukarı ilköğretim çağına sonuna doğru, birey kendi cinsinden olan arkadaşlara yakınlık duyar. (homoseksüellik)

4. Ergenlik çağında ise, bireyde karşı cinsten kişilere doğru ilgi duyar (heteroseksüellik) ve bu durum bütün gençlik yılları süresince devam eder.

5. Olgunluk çağında, birey hangi cinsten olursa olsun, işbirliği halinde olduğu bütün kişilere karşı sağlıklı ve doğal bir yakınlık ve sevgi duyar. Böylece libidonun yöneldiği nesne, yaş ilerledikçe değişir. Bir çağda normal sayılan bir bağlılık, o çağda geçtiği halde, aynı düzeyi ve niteliğini devam ettirsek, toplumsal çevre tarafından yadırganır. Bazen böyle bir dönemde kalıp, önceki dönemlere geçmeyenlere de rastlanır. Kendine yönelme evresinden başkalarını sevmeye, kendi cinsi ile arkadaşlık etme evresinden karşı cinsle ilgilenme evresine geçememek gibi.

3.3. İd, Ego, Süperego

Kişiliğin bir üçüncü kategoriye girebilecek tanımları derinlik psikologları tarafından ileri sürülmüştür. Bunlara göre insanın gözlenebilen ve ölçülebilir bütün özellikleri bir takım iç etmenlerden ileri gelmektedir. Bir insanın gerçek kişiliği iç hayattaki dinamik güçlerin kendine has özellikleri ile açıklanabilir.

Derinlik psikolojisinin kurucusu olan Freud'a göre kişilik, id, ego ve süperego olmak üzere birbirini etkileyen üç bölümden meydana gelmiştir.

1.İd, kişiliğin çekirdeğini oluşturan ham tabiattır. Burası içgüdüler, içtepkiler, iştihatlar, istekler ve ihtiraslar gibi bir çok dinamik güçlerin kaynaştığı bir yerdir. Burada haz prensibe egemendir. Biyopsikolojik ihtiyaçlar doyum peşindedir. İd'in önemli bir kısmı bakı altına alındığı için bilince açık değildir.

2.Türkçeye "ben" olarak çevrilebilecek olan ego, id'in yöneticisi, savunucusu ve koruyucusu gibidir. Ham doğayı temsil eden id'in istek, ihtiyaç ve iştihalarını gerçekleştirme yollarını kontrol eder; böylece bireyi dış çevresinden gelerek tehlikelerden korumaya ve insanın başarısını ve güvenilirliğini sağlamaya çalışır. Burada, haz prensibini değil, gerçeklik ilkesini hüküm sürer. Ego dış çevreye iç hayatın düzenleyicisi, ara bulucusu gibidir.

3."Üst ben" anlamına gelen süperego kişilik yapısında toplumun temsilcisidir. Süperego, insanın içinde yaşadığı çevrede mevcut değer yargılarının bir takım yaşantılar sonunda benimsenmesi yoluyla zamanla meydana gelir. Fakat bir defa geliştikten sonra artık bireyin davranışlarını kontrol altına alan, sünsür eden güçlü bir etken olur. Bazı kimselerde süperego pek fazla bir güç kazanır ve ego'nun süperego ve id arasında denge kurma görevi çok zorlaşır.

3.4. Semboller

Dış çevreden gelen etkiler, bir diğer deyişle duyum ve algılar üzerinde zihin çalışır ve daha ileri bir takım işlemler yapar. Böylece bilgimiz genişler, derinleşir; problem çözme, plan yapma, gelecek hakkında tahminlerde bulunma gücümüz artar. Gerek düşünmenin çeşitli tür ve evrelerine; gerekse konuşma, yazma ve okuma oluşumlarına sembolik eylemlerdir. Zihindeki tasarımlar ve imgeler, konuşmayı mümkün kılan sözcükler; algılanmış nesnelere ve yaşanmış olayların işaretleridir. Bu sembollerin çoğu, anlamını bir

öğrenme süreci sonucunda kazanmaktadır. Bunlar elle tutulur, gözle görülür somut şeyleri anlatabileceği gibi, sadece anlamların işaretleri de olabilir. Bu işaretler sayesinde insan karşılaştığı bir sorunun olası çözüm yollarını zihinde denemek olanağını elde eder. Böylece davranışlarını daha elverişli bir düzene koyup çevresine daha iyi bir uyum sağlayabilir.

3.5. Savunma Mekanizmaları

Gerek genelleme, gerek çatışma yoluyla ihtiyaçlar doyumsuz kaldığı zaman, birey meydana gelen aşırı kaygı halinden kendini korumak için türlü yollara başvurur ve bunları kısmen tamir etme yoluna gider; bazen de garip ve saçma görünen davranışlara sapar. Bunlara uyum ya da savunma mekanizmaları denir. Bunlar; kararsızlık, sakınma, yalanlama ya da inkar, düşkünlük, kişileştirme, yansıtma, tepki geliştirme, engelleme, bastırma, mantıksallaştırma, gerileme.

Kararsızlık: Aynı nesne ya da insana karşı sevgi ve nefretin ya da çekiciliğe kaptırma veya itmenin aynı anda hissedilişidir. Bazen çelişkili istekleri doyumlamak isteyen insanlarda bu duygular, çabuk bir biçimde ardı ardına değişiklik gösterir.

Sakınma: Bilinç altındaki cinsel ve sinirsel dürtülere bağlı olduğu için kişiyi rahatsız eden konuları reddediş.

Yalanlama ya da İnkâr: Endişe yaratan bir şeyin gerçekliğinin kabulünü bilince gitmesini önleyerek reddetmek ya da bir düş ürününe kişinin kendini kaptırması.

Düşkünlük: Genellikle sarsıcı bir deneyim sonucunda, bir şeye gösterilen kişiye tedirginlik veren tavır ya da bağlılık.

Kişileştirme: Hayatta türlü başarısızlıklar, engellemeler ve yılgınlıklar karşısında birey, bazen herhangi bir alanda başarılı bir kişi ya da kişilerle kendini bir sayma, tepkisini onlara yakın hissetme ile biraz doyum sağlayabilir.

Yansıtma: Yansıtma, birbirinden az farklı olmak üzere iki şekilde açıklanmaktadır:

1.Toplumca onaylanmayan, kendini küçültücü bazı davranışlarının nedenlerini birey, kendi dışındaki eşya, olay ya da insanlarda aramaya yöner. Yenilgiye uğradığı bir durumda birey, sorumluluğu başkasında ya da elinde olmayan dış durumlarda bularak vicdan azabından kurtulur.

2.Bazen de kişi toplumca beğenilmeyen ve ahlaka aykırı görülen güdülerini, düşüncelerini ve isteklerini dışarı yansıtıp bunları başka insanlarda ve çevrede görmeye başlar.

Tepki Geliştirme: Bireylerin bazen çatışan duygu veya güdülerden toplumca beğenilmeyeni inkar için, böyle bir güdünün onları sevkettiği davranışın tam tersini yapmaya çalıştıkları ve bunda bir dereccye kadar başarı gösterdikleri görülür.

Engelleme: Bilinçdışına itilmiş güdüler ve duyular burada rahat durmayıp türlü şekillerde günlük davranışlarımızı etkilemeye devam ederler. Bu bilinçaltından gelen etkilerle birey, davranışlarını kontrol etmede, karşılaştığı problemleri çözmede ve kişilerarası ilişkilerinde güçlüklerle karşılaşır.

Bastırma: Engellenen ya da çatışan dolayısıyla doyumsuz kalan bir güdü ya da ihtiyacın meydana getirdiği sıkıntılı görmemezlikten gelmeye, düşünmemeye, inkar etmeye ve bunu bilinçdışına itmeye çalışması.

Toplumca onaylanmayan, hoş görülmeyen duygu ve istekleri birey kendine yakıştıramaz; bunların etkisinde olduğu halde, onları tanımamaya, hatta bazen bile bile inkar etmeye çalışır.

Mantıksallaştırma: Birey özellikle kişisel yeteneklerinden dolayı gerçekleştiremediği istek ve emelleri karşısında başarısızlıklarını haklı ve akılcı göstermek ister. Bunun için bazen kısmen doğru ve çok kere akla uygun arzular, eksiklikler, başarısızlıklar, benliği ve kişisel değer duygusunu zedeler. Bu durumda birey doğru olmayan ama mantığa uygun nedenlerle kendini savunmaya çalışır.

Gerileme: Temel ihtiyaçların ve isteklerin karşılanmaması sonucu meydana gelen doyumsuzluk ve kaygı hallerinde daha ilkel bir olgunluk düzeyine gerileme sık görülen hallerdendir. Sıkıntılı durumlarda yetişkin bir insan kekeler, kızarır, kendi olgunluk düzeyinin altında adeta bir genç, hatta bir ocuk gibi davranır. Bir genç bazen on yaşındaki bir ocuk gibi bağırır, çağırır, hatta ağlar. On yaşındaki bir ocuk dört yaşındaki bir ocuk gibi mızlanır. Dört yaşındaki çocukta bir bebek gibi altını ıslatır, parmağını emer.

3.6. Saldırđanlık ve Suçluluk

Psikolojik ya da fiziksel olarak başkasına saldırmak, alay edip onu küçük düşürmeye çalışmakta olumsuz sosyal güdüler arasında yer alır. Saldırđanlık tavrı gelişme, başarı ve üstünlük ihtiyaının doyurulmaması sonucunda meydana gelen eksiklik duygusu ile daha yakından ilgili. Ayrıca, bu zararlı varlıklardan kendini koruma ihtiyaının bir belirtisi olarak da görülebilir.

Freud'un açıkladığı gibi; insanın saldırganlığı, ie dnkleşiyor, aslında nereden kaynaklandıysa oraya geri dönüyor, eşdeyişle kişinin kendi egosuna³⁴⁶.

4. TOPLUMBİLİMSEL ÖZÜMLEME

Bu bölümde kitle iletişim özümleme yöntemlerinden biri olan ve çalışmanın temelini oluşturan "Toplumbilimsel zmleme" yönteminde yer alan kavramlar, kullanım ve tatminlerin tanımına yer verilmesi amaçlanmıştır.

³⁴⁶ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: Feriha, BAYMUR. **Genel Psikoloji**. İstanbul: İnkilap ve Aka Kitapevleri, Geliştirilmiş 5.Baskı, 1989, s.68-257.

4.1. Temel Kavramlar

Toplumbilimsel Çözümleme içinde yer alan temel kavramlar sırası ile; yabancılaştırma, anomi, bürokrasi, sınıf, sapkınlık, seçkinler, azınlıklar, işlevselcilik, yaşam biçimi, ırk, rol, seks, toplumsallaştırma, statü, stereotip, değerler.

Yabancılaştırma: Bu kavram, yabancılaştırma ve diğerlerinden ayrılma duygusunu tanımlamaktadır. Günümüzde, insanın toplumuyla, çevresiyle ve dünya ile olan ilişkilerinin olumsuzluğunu anlatmak için kullanılmaktadır. Türkçeye “yabancılaştırma” adı ile giren “Alienation” kavramı farklı açıklamalarla da anlatılmıştır. İçinde yaşanan toplumu etkilemede yetersizlik duygusu taşımak; benimsenmiş amaç ve hedeflere ulaşmada yasal olmayan araçların gerektiği duygusu; belirlenmiş norm ve değerlere yabancılaştırma; gerçek doyum sağlayıcı eylemler bulmakta yetersiz kalma (özyabancılaştırma) örnek açıklamalar olarak verilebilir.³⁴⁷

Toplumsal yabancılaştırma üç ayrı şekilde anlatılabilir. İnsanın toplumu ile ilişkilerinin olumsuzluğu ile oluşan yabancılaştırma; toplumsal kurallara aşırı biçimde uymanın getirdiği modern toplumdaki yabancılaştırma ve toplumsal yapının parçalanması ile oluşacak toplumsal koşulların, bireyin çevresi ile olan ilişkilerini geliştirmesini engellemesi ile oluşabilecek yabancılaştırma söz konusu olan üç ayrı tanımlı vermektedir.³⁴⁸ Bu açıklamalar sonucunda yabancılaştırılan kişinin, kendisini toplumuyla ya da toplumun herhangi bir grubuyla bağlantısı olmayan “bir yabancı” gibi hissedeceği³⁴⁹ söylenebilir.

Anomi: Normların geçerliliğini ve yatırım gücünü yitirmesi, değer ve normlar hiyerarşisinin bozulması ve değersel bir kargaşalığın topluma hakim bulunması gibi durumlarda anomi, diğer bir deyişle normsuzluk hali

³⁴⁷ Melvin SEEMAN, “On the Meaning of Alienation” *American Sociological Review*, Aralık, 1959, C:24, S:783-791’den Aktaran: Önder ŞENYAPILI, a.g.k., s.28.

³⁴⁸ ŞENYAPILI, a.g.k., s.27.

³⁴⁹ BERGER, a.g.k., “Toplumbilimsel Çözümleme”, (Çev: A.Haluk YÜKSEL), s.91.

Genel anlamda ele alındığında, Merton'un kişinin çevresini ikiye böldüğü, değerler ve normların oluşturduğu kültürel çevre ile, insan ilişkilerinin oluşturduğu toplumsal çevre arasındaki uyumsuzluğun gerilim yarattığını ve bunun da insanı kültürel normlara uygun olmayan eylemde bulunmaya yönelttiğini belirttiği söylenebilir. Grup ya da toplumdaki değer çatışmalarından doğan huzursuzluk karşısında gruptan kopma duygusu belirebilir ve değer sisteminin çözülmesi şiddetli huzursuzluklar doğurabilir. Kitle iletişim araçlarının, normlaşan imaj ve stereotipleri yaydığı ve böylece kitle içerisinde kaybolmuş bireylerin, bu görüntüleştirilmiş normları uygulayarak toplumca benimsendiğini düşündükleri "iyi" davranış biçimlerini büyük bir hevesle sergiledikleri söylenebilir. Anomi ve yabancılaşma iki farklı kavram olarak kullanılmalıdır. Hırsızlık yaparak toplumun doğru değer ve normlarına ters düşen kişiler birbirleri ile çevresi ile olumlu ilişkiler sürdürebilirler.³⁵³

Toplumsal normların zayıflaması ya da ortadan kalkması ile birey ve toplumu ayakta tutan bağların yok olması sonucu anomi oluşmaktadır.

Bürokrasi: Toplumlar büyüdükçe ve karmaşıklaştıkça, süreç içinde düzenleme ve işlerin herhangi bir etkinlik derecesiyle yürümesini sağlama bir problem haline gelebilir. Bürokrasiler, işleyen organizasyonlarda sabit kural ve rutinleri izleyen az ya da çok derecede kimliksiz insanların toplamıdır. Genellikle, otorite hiyerarsisi, sorunların kişilere bağlı olarak ele alınmayışı ve büyük oranda engelleme söz konusudur.

Bu kavram insanlar üzerinde emredici denetimi sağlayan en akılcı yol olarak belirtilmektedir. Toplumlar gelişip büyüdükçe ve karmaşıklaştıkça, süreç içinde düzenleme ve işlerin herhangi bir etkinlik derecesi ile yürümesini sağlama bir problem haline gelebilir. Bürokrasiyi oluşturan kişiler, işleyen organizasyonlarda sabit kural ve rutinleri izleyen az ya da çok derecede

³⁵³ BERGER, a.g.k., s.91.

kimliksiz insanlardır. Günümüzde bürokrasi, bütün toplumlarda ve insan davranışlarının söz konusu olduğu her yerde görülmektedir.

Weber bürokrasiyi, hukuken oluşmuş otoriteler ile onlara tabii memurlar arasında oluşan bir ilişki olarak tanımlanmış ve bu örgütlenme içinde belli kuralların bulunduğunu belirtmiştir.³⁵⁴ Bürokrasilerin genelde toplumlarda zorluklara ve güçlüklerle yol açan bir sistem olduğu görülmektedir. Bunun nedenleri; Bürokrasinin insanlardan aynı tip davranış istemesi, insanların kurallara hiçbir değişiklik yapmaksızın uyma zorunluluğu gibi etmenler olarak sıralanabilir.³⁵⁵ Genellikle, otorite hiyerarşisi, sorunların kişiliklere bağlı olarak ele alınmayışı ve büyük oranda “engelleme”nin söz konusu olduğu söylenebilir.

Sınıf: Sınıf, bir takım ortak yanları olan bir grup insandır. Sosyo-ekonomik sınıf; eğitim, gelir ve iş, değişik sosyal sınıfların değişik yaşam biçimleri olması, çocuk yetiştirme yolları ve değerler gibi belli sayıdaki bileşenlerden yola çıkılarak saptanır.

Bir toplumda ortak yanları olan, benzer bir dereceye giren insanların oluşturduğu bir kavramdır. Toplumsal sınıfların kaynağı teknolojik olarak gösterilebilir. Teknolojik gelişimin ortaya çıkardığı araç ve gereçlerin belli bazı insanların elinde toplanması, bu insanları diğer insanlar (ellerinde teknolojik araçları bulundurmayan kişiler) karşısında üstün durumda olma gibi bazı avantajlar sağlar. Toprak üzerindeki mülkiyet farklılıkları gibi olgularla birlikte toplum içindeki kişilerin ekonomik durumları farklı hale gelebilir. İşte bu farklılıklar (ekonomik, sosyal, kültürel vb. gibi) “sınıf” adı verilen kavramın oluşumunu sağlayan insan gruplarını yaratır. Bir diğer tanımla sınıf kavramı, üretim sürecinde belirli bir işlevi olan bir toplumsal grup olarak açıklanabilir.³⁵⁶ Toplum içindeki bireyler sahip oldukları konum ve işgal ettikleri mevkilere

³⁵⁴ ÖZKALP, a.g.k., s.193.

³⁵⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz. ÖZKALP, a.g.k., s.194-195.

³⁵⁶ KONGAR, a.g.k., 1981, s.273.

göre değerlendirilmektedirler. Buldukları mevki onlara belirli bir saygınlık ve kuvvet kazandırmaktadır. İnsanlar toplumsal ve ekonomik pozisyonlarına göre bölümlenirler ki bu sınıf kavramını ve bu kavram içinde var olan ve o toplumun üretim sürecinde belirli ve benzer bir rol oynayan ve aşağı yukarı aynı benzer ilişkileri yaşayan insanlar toplumsal sınıfları meydana getirirler.³⁵⁷ En temel toplumsal sınıflama, toprak, sermaye ve emek gibi üç üretim faktörüne karşılık olan toprak sahipleri, sermayedarlar ve işçiler olarak yapılan sınıflamadır. Diğer bir sınıflama ise sömürenler ve sömürülenler, ezenler ve ezilenler³⁵⁸ şeklinde yapılmıştır. Toplumsal sınıflar arasında gelir, saygınlık, eğitim düzeyi ve bunun gibi diğer konularda farklar bulunduğu söylenebilir. Sınıf kavramı üç bölümde incelenebilir. Bunlar alt-orta ve üst sınıf olarak incelenebilir.

Sapkınlık: Her toplumda her zaman bazı kimseler bu toplumda geçerli olan normlara çeşitli nedenlerle uymayabilirler. Normlardan sapmanın gerçek nedenleri genellikle farklıdır. Bunlar; herhangi bir nedenle grubunun dışında veya uzağında kalmasını ifade eden marjinalitel olgusu. Ve norm çatışması içerisinde bulunan bireyin bunlardan birini uygulamak için diğerine karşı çıkma zorunluluğunda bulunmasıdır. Normların çiğnenmesi genellikle normlar veya roller arasındaki çatışmalardan doğar. Bireylerin sahip oldukları roller çeşitli yön ve düzeylerde norm çatışmalarını içerir. Bireyin kendisi için giderek öncelik ve önem kazanan bir referans grubuna, doğal olarak diğer gruplardan daha fazla ilgi duyması, bu gruplarda marjinal bir statü işgal etmesine neden olabilir. Bazı sapma biçimleri de, toplumun temel değerleri ile bireyin mensup olduğu toplumsal kategori veya sınıf açısından bu değerleri gerçekleştirmek için sahip olduğu araçlar arasında uyumsuzlıklardan veya çatışmalardan doğmaktadır³⁵⁹.

³⁵⁷ ÖZKALP, a.g.k., s.247.

³⁵⁸ Peter BURKE, **Tarih ve Toplumsal Kuram**, Çev: Mete TUNÇAY, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 1994, s.58.

³⁵⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. TOLAN, a.g.k., s.245-247.

Toplum içinde yaşayan bazı kişilerin bu toplumda geçerli olan normlara çeşitli nedenlerle uymaması “sapma”³⁶⁰ olarak adlandırılır. Her toplumda her zaman bazı kimseler çeşitli nedelerle o toplumun geçerli normlarına uymayabilirler. Normlardan sapmanın gerçek nedenleri genelde farklıdır. Toplumda var olan normların çiğnenmesi genellikle normlar veya roller arasındaki çatışmalardan doğar. Norm çatışması içerisinde bulunan birey bunlardan birini uygulamak için diğerine karşı çıkma zorunluluğu hissedebilir bu sapmaya yol açan bir diğer unsurur. Bir başka sapma nedeni de bireyin herhangi bir nedenle grubunun dışında veya uzağında kalmasını ifade eden marjinalite olgusu olarak gösterilebilir. Bireyin kendisi için öncelik ve önem kazanan bir gruba, doğal olarak diğer gruplardan daha fazla ilgi duyması bu gruplarda marjinal bir statü işgal etmesine neden olabilir. Sosyal ve kültürel sapma anormallik ve düzensizlikle ilgilidir. Sapma kişilerin kültürün “kontrolünden kaçtığı” bir süreç olarak verilebilir. Normal sayılan şekilde davranmayan kişiler ya da bir diğer ifade ile beklenen, geçerli davranış şekillerine uymayanlar anormal ya da sapkın olarak adlandırılırlar.³⁶¹ Bazı sapkınlıklara olan tutumumuz zamanla değişebilir. Örneğin, daha önceden suç olarak görünen (eşcinsellik gibi) bazı şeyler daha sonra sapkınlık olarak düşünülüp hoşgörü ile karşılanabilir. Sapkınlık genelde insanlar üzerinde endişe uyandırabilir ve bizi devamlı olarak davranışlarımızın normale göre ne derece geçerli ve doğru olduğunu sorgulamaya zorlayabilir. Yapılan araştırmalar sonucunda, sapkın davranışların toplum içerisindeki kuramlara bağlı olduğu belirtilmiş ve sapkınlık sosyoloji kuramları ile incelenmiştir.

Kültürel iletim kuramında sapkın davranışın insanların birbirleri ile etkileşimi sonucu öğrenildiği vurgulanır.

Toplumsallaşma sürecinin olumsuz yönde ilerlemesi ve kötü bir toplumsallaşma süreci yaşanması sapkın davranışların sergilenmesini

³⁶⁰ TOLAN, a.g.k., s.245.

³⁶¹ Joseph FICHTER, *Sosyoloji Nedir?*, Çev: Nilgün ÇELEBİ, Atila Kitabevi, Ankara, 1996, s.189.

destekleyebilir. Bireylerin sapkın davranışları birbirlerinden öğrenmesi ve uygulamaya geçirmesi ile bu tür davranışlar toplumda yaygınlaşabilir.

Seçkinler: Toplumsal piramidin en üstündeki kişiler kastedilir. Seçkinler, gücü olan, varlıklı ve genellikle meslek sahibi ve etkin konumları olan üst sınıf alt-üst sınıf insanlardır.

Azınlıklar: Toplumdan ayrılmalarını sağlayan kendi içlerinde kültürel özellikler ve gelenekleri paylaşan gruplar.

İşlevselcilik: Toplumbilimciler, eğer birşey parçası olduğu şeyin varlığını devam ettirmesine ve dengesini korumasına yardım ederse o şeyin işlevsel olduğunu söylerler. Benzer şekilde eğer birşey denge bozucu veya yıkıcı bir öğe ise o da işlevsel değildir. Eğer birşey, parçası olduğu şeyin varlığına hiçbir etkisi yoksa, o durumda işlevsizdir.

Yaşam Biçimi: Kişilerin moda, araba, eğlenme ve dinlenme, edebiyat ve ilgili konulardaki tercihlerini bildiren geniş kapsamlı. Biçim ya da tarz sözcüğü biçimlendirmeyi de beraberinde getirir. Yaşam biçimi genellikle sosyo-ekonomik sınıfla bağlantılıdır ve kişinin görünümünü yansıtır.

Rol: Bir aktörün bir oyunda oynadığı dramatik rolün anlamını herkes bilir. Aktör, kurgusal ya da tarihsel bir karakterin kişilik ve davranışlarını geçici olarak üstlenir. Canlandırdığı kişiymişcesine oyundaki rolünü oynar. Sosyal rol kavramı bu dramatik role benzer. Temel fark, sosyal rolde bireyin kendini oynamasıdır. Sosyal rol ne geçicidir ne de kurgusaldır. Toplumsallaşma sürecinde öğrenilir. Kişinin katıldığı çeşitli gruplarda oynanır. Böylelikle bireyin sosyal kişiliğinde "içselleştirilir".

Sosyal rolün bir süre için oynanıp, sonra bırakıldığı düşünülmemeli. Herkes pek çok role sahiptir. Ve bu rollerin hepsi de kişinin düşünce ve eylemlerinin derinliklerine kök salmış ve orada birbirleriyle kenetlenmişlerdir. Birey hem bir aktör hem de toplumun temel gruplarının bir üyesidir. Toplumsallaşma sürecinde tüm temel sosyal rolleri kendiliğinden öğrenmiştir.

Bireyden yaşamı boyunca, toplumun bir üyesi olarak “kendi rolünü oynaması” beklenir.

Toplumsal yapı içinde belli bir konumda bulunan bir kimseden beklenen davranış kalıplarına ya da normlara “toplumsal rol” adı verilir. İnsanların birbirleri ile bir etkileşim içinde bulunabilmesi için başkalarının davranışlarını önceden tahmin edebilmesi gerekmektedir. Rol; sosyal sistem içerisinde bu işlevi yerine getirir ve bireyin diğer bireylerle ilgili davranışlarında beklenen hareket kalıplarını ifade eder. Toplumda yaşayan ve o toplumun üyesi sayılan her kişi çeşitli rollere sahiptir ve her rol değişik türde davranış gerektirebilir. Fichter’in rol sınıflaması; anahtar rol, genel rol ve diğer bağlı roller³⁶² olarak verilmiştir. Kişinin anahtar rolü, anahtar statüsüne bağlı olup kültürün merkezini oluşturan kuruma göre ölçülür ya da ölçülmeye çalışılır. Yaş ve cinsiyet yolları genel olarak bakıldığında bütün toplumlarda anahtar rol olarak yer aldığı görülmektedir. Genel role örnek olarak kişilerin sahip oldukları mesleki roller verilebilir. Diğer roller ise kişilerin boş zamanlarını değerlendirmede benimsedikleri şeylerin oluşturduğu roller olarak tanımlanabilir.

Her birey, sosyal rollerin kurumsallaşmış olduğu bir kültür içinde doğar. Ne toplumda katıldığı grupların sayısı kadar rol üstlenir. Kişinin sahip olduğu rollerin artması ve çeşitlenmesi bazı sorunlar yaratır ve bunun önemli bir nedeni de statüde olan değişikliği bireyin hemen davranışına yansıtamamasıdır. Bir aktörün bir oyunda oynadığı dramatik rolün anlamını herkes bilir. Aktör, kurgusal ya da tarihsel bir karakterin kişilik ve davranışlarını geçici olarak üstlenir ve canlandırdığı kişiymişcesine oyundaki rolünü oynar. Sosyal rol kavramı bu dramatik role benzer. Temel fark, sosyal rolde bireyin kendini oynamasıdır. Sosyal rol ne geçicidir ne de kurgusaldır, toplumsallaşma

³⁶² Erdal TEKARSLAN-A.Can BAYSAL-Hner ŞENCAN-Tanıl KILINÇ, *Sosyalpsikoloji*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1989, s.38.

sürecinde öğrenilir. Kişinin katıldığı gruplarda oynanır. Böylelikle bireyin sosyal kişiliğinde “içselleştirilir.”

Sosyal rolün bir süre için oynanıp, sonra bırakılabileceği düşünülmemelidir. Toplum içinde yaşayan herkes pek çok farklı role sahiptir ve bu rollerin hepsi de kişinin düşünce ve eylemlerinin derinliklerine kök salmış ve orada birbirleriyle kenetlenmişlerdir. Birey hem bir aktör hem de toplumun temel gruplarının bir üyesidir. Toplumsallaşma sürecinde tüm temel sosyal rolleri kendiliğinden öğrenmiştir. Bireyden yaşamı boyunca, toplumun bir üyesi olarak “kendi rolünü oynaması” beklenir.

Bir rolün öğrenilmesinde rolü uygulayacak bireyin belirli bilgilere sahip olması gerekir ve başarılı bir davranışı bireyin edindiği bilgi ve eğitim ile yakından ilgilidir. Bireylerin edindikleri rol davranışlarını denetlemede ve uygulamada kullanılan yöntem çevrenin olumlu ve olumsuz yaptırımıdır. Birey toplumun bir üyesi olabilmek ve çevresinden olumlu tepkiler alabilmek için davranışlarını, üstlendiği rolleri beklenen şekilde gerçekleştirmek durumundadır, her insanın olumlu yaptırımlarla güdülenmesi bunu gerektirir.³⁶³

Cinsiyet: Cinsiyet, roller ve toplumbilimsel çözümlemede yer alan diğer temel kavramlarla ilişkilendirildiğinde önemli bir toplumsal kavram olmaktadır.

Toplumsallaşma: Toplumsallaşma, insan yavrusunu toplumun bir üyesi haline gelmesidir, eşdeyişle ailesinin, akraba ve komşuluk düzeyinin, şehir ve köyünün ve nihayet ulusunun bir parçası olduğunu öğrenmesidir. Büyümekte olan çocuk, etrafındakilerle etkileşim sonucu, onlarınkilere benzer davranışlar geliştirecektir. Böylece tek tek kişiler yerine toplumun parçaları olan, birbirlerinden farklılıkları olduğu gibi, birbirlerine büyük benzerlikler de gösteren toplumsal bireyler oluşur.

İnsanın toplumsallaşması çok karmaşık bir süreçtir. İnsan etrafında bulunanların, hergün karşılaştırmacı sayısız olayların ve kişilerin, içinde bulunduğu sosyo-ekonomik-kültürel koşulların, gelenek, töre ve kanunların,

³⁶³ ÖZKALP, a.g.k., s.87.

fiziksel çevrenin ve sayılmakla bitmeyen daha pek çok etkenin etkisindedir. Bu etkenlerin oluşturduğu karmaşık bütün hiçbir zaman iki ayrı insan için tıpatıp olmayacağından, hiçbir kimse bir diğerrinin tıpatıp aynısı değildir³⁶⁴.

Bu kavram bireyin, içine doğduğu toplum ve kümenin kültürünü maddi ve manevi öğeleriyle birlikte öğrenmesi ve benimsemesi olarak tanımlanabilir. Bireyin yalnızca biyolojik bir varlık olmaktan çıkıp belli bir topluma ve belli kümelere bütünleştirilmesi sürecine toplumsallaşma süreci denir. Toplumsallaşma eğitim ve öğretim yolu ile olur. Bu eğitim ve çıraklık bireyin dünyaya geldiği andan itibaren başlar ve yaşamının sona erdiği ölüm anına kadar sürer. Bu süreç içinde istenen ve beklenen davranışlarla birlikte, istenmeyen, beğenilmeyen davranışlarda görülür ve bu davranışların baskı altında tutulması beklenir. Toplumsallaşma süreci, aile, okul, arkadaşlık ve çevre içinde gerçekleşir.³⁶⁵

İnsan davranışlarının çoğunluğu öğrenilmiş davranışlardır. Yani belirli bir öğrenme süreci içerisinde belirli davranış kalıpları sergilenir ve içgüdüsel davranışlar yok denecek kadar azdır denilebilir. Bu açıklamadan yola çıkılarak "İnsanın kendine uygun insanca davranışları öğrenmesi süreci toplumsallaşmadır" denilebilir. Bu süreç içerisinde insan kendini hayvanlardan ayıran bir yaşam biçimini oluşturur ve belli bir toplumda yaşamasını olanaklı kılan davranışları edinmesi sağlanmış olur.

Topluma yeni katılan bireylerin yerleşmiş temel kültürü ve organize olmuş yaşam biçimini benimsemesi ve uygulaması daha kolay bir hal alır. Toplumsallaşma; toplumun yeni üyelerine o toplumda var olan yerleşmiş, görenek, norm, değer, tutum ve davranışların neler olması gerektiğini, bunlara uyum sağlamanın ve öğrenmenin yollarını gösterir. Toplumsallaşma ile birlikte

³⁶⁴ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. Çiğdem, KAĞITÇIBAŞI. *İnsan ve İnsanlar*. İstanbul, Evrim Yayınevi, Geliştirilmiş 7. Baskı, 1988, s.245-246.

³⁶⁵ Özer OZANKAYA, *Toplumbilim*, Cem Yayınevi, Genişletilmiş 8.basım, İstanbul, 1994, s.141.

birey, sosyal kalıplara uyumu ve toplumsal kurumlara katılmayla beraber o toplumda geçerli olan değer, disiplin ve davranış biçimlerini öğrenir ve uygular.³⁶⁶

Birey eğitim aldığı anne-baba, okul, çevre gibi etmenler sayesinde sadece biyolojik bir varlık olmaktan çıkar, belli bir topluma ve belli kümelere bütünleştirilme süreci yaşar ve bu “Toplumsallaşma” süreci olarak adlandırılır. Bireyin belli bir toplumun ve kümenin başarılı bir üyesi olabilmesi için toplumsallaşma sürecinden geçmesi gerekmektedir. Toplumsallaşma bir yandan bireye belli bir benlik (kişilik) kazandırır bir yandan da toplumun sürekliliğini sağlayan bir süreç rolü oynar.

Toplumsallaşma; bireylere temel davranış yollarını öğretir, bireylerde belli özelemler oluşturur, bireylere rollerini benimsetir, öğretir ve yetenekler kazanılmasına yardımcı olur.³⁶⁷ Toplumsallaşma, sosyal ve kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasında ve kişilik gelişiminde önemli bir rol oynar.

Bireylerin toplumda belli bir yer edinmeleri ve bir statü kazanmaları için uygun rol ve davranışları, etkileşim kurallarını öğrenmeleri, toplumsallaşma süreci için büyük önem taşır. Toplum içerisinde yerine getirilebilecek bir rolü öğrenme; bilgi, tekrar, başkalarının tepkileri, sosyal destek gibi işlevlerin birlikte yapılmasını gerektirir. Toplumsallaşma süreci, çeşitli sosyal çevrelerde, çok sayıda insanla ve bir çok farklı yollarla kazanılır, toplumsallaşmayı sağlayan kurumları toplumun sahip olduğu kültürün aktarımında sorumlu ve önemli organizasyonlardır. İlk toplumsallaşma kurumu ailedir ve bireyi (çocuğu) toplumsal süreç içerisine ilk aile sokar ve hazırlar. Yaş ilerledikçe aile gibi arkadaş grupları da çocukların ilişkilerinde önemli rol oynar. Okul ve öğretmenler ise daha resmi ve örgütlü bir toplumsallaşma kurumudur, okul yaşamı sadece insana bilgi ve beceri değil, toplumsal sorumluluklarını da öğretir. Çağımız modern toplumlarında ise kitle iletişim araçları da bireyin

³⁶⁶ Enver ÖZKALP, a.g.k., s.81.

³⁶⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Özer OZANKAYA, *Toplumbilime Giriş*, S Yayınları, Genişletilmiş 4.basım, Ankara, 1982, s.104-106.

çocukluktan itibaren toplumsallaşmasında diğer kurumlar kadar önemli rol oynar. Kitle iletişim araçları, özellikle televizyon insanın dünya görünüşünü, tutum ve davranışlarını etkilemekte ve geri bildirimler ile insanları belirli bir yolda değiştirmektedir. Bu görüşten yola çıkarak kitle iletişim araçlarındaki ortak noktanın, toplumdaki insanların düşüncelerini etkileyerek belli bir senteze kavuşturmak ve ortak bir davranış biçimi kazandırmak olduğu söylenebilir. Bireyin topluma uyum sağlayabilmesi için sürekli olarak öğrenme süreci içinde olması gerekmektedir. Bu nedenle toplumsallaşma yaşam boyu devam eder.³⁶⁸

Statü: Toplumsal statü sosyal yapıdaki kişi, sınıf ya da kategorinin pozisyonunu gösterir. Toplumsal statü toplumdaki geçerli sosyal değer ölçütlerinin kullanılmasıyla ulaşılan bir inşa, bir diğerindedir. Statü, başkalarıyla karşılaşıldığında kişinin sosyal yerinin neresi olduğunu anlatır.

Toplumsal rol, bireyin statüsünün ölçülmesinde kullanılan sayısız ölçütlerden biridir. Servet, soy, cinsiyet, yaş ve diğer statü ölçütlerinin yanı sıra kişinin toplumdaki işlevsel yararlılığı da statüsünün belirlenmesinde dikkate alınır. İşlevsel yararlılık, kişinin sosyal rolünü oynarken ne yaptığına işaret eder. Kişilerin şeyleri yeterli bir biçimde yapmak istedikleri dinamik bir kültürde, kişilerin oynadığı rollerin çeşidi de toplumsal statü değerlendirilmesinde temel bir ölçüt olarak kullanılabilir.³⁶⁹

Her birey içinde yaşadığı gruplarda ve toplumda bir yere sahiptir ve toplum kendini oluşturan parçaların düzenli bir bileşimi olarak oluşmaktadır. Bir toplumsal sistemde yer alan bireyin “yeri” hakkında toplumun diğer bireyleri tarafından yapılan olumlu ya da olumsuz nitelikteki değerlendirmeler “Statü” kavramını tanımlamaktadır. Statü; bireyin toplumsal sistemde bulunduğu yer olarak da tanımlanabilir. Linton’a göre statü; bir mevki ve o mevkiyi işgal eden bireylerle ilgili beklentiler sistemi (yumağı) olarak

³⁶⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz.: ÖZKALP, a.g.k., s.81-95.

³⁶⁹ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. Nilgün, ÇELEBİ. *Sosyoloji Nedir?* Ankara, Atilla Kitapevi, 1996, s.87-88.

tanımlanmaktadır.³⁷⁰ Yaş, cinsiyet gibi doğumdan gelen özellikler temel statü etmenleridir. Bireyler içinde buldukları toplumsal yapıda birden fazla statüye sahiptirler. Bütün bireyler sosyal statüye sahiptir ve bu, kişinin çevresinde yer alan diğer bireylerin, toplum içinde ona uygun gördükleri yer ve pozisyon olarak tanımlanabilir. Toplumda bireylerarası ilişkilerin düzenliliği belirli davranış kurallarına uyulmasına bağlıdır, bireyler davranış ve tutumlarını karşılıklı beklentiler üzerine kurarlar. Bu yönden ele alındığında statü, bireyin kendini diğer bireylerle karşılaştırma, kıyaslama, yerini belirleme ve başkalarına karşı nasıl hareket edecekleri konusunda bilgi edinme kolaylığı gibi pek çok imkan sağlar. Statü; bireylerin toplum içindeki konumuna, bireyin sahip olma biçimine, bir örgüt içindeki konumuna, bir çalışma grubu içindeki durumuna göre sınıflandırılabilir.³⁷¹ Statüyü belirleyen unsurlar, bir tür yaşam biçimi, bir tüketim kalıbı, giyinme biçimi ya da en geniş anlamı ile eğitim türü olarak verilebilir.

Toplumsal statü sosyal yapıdaki kişi, sınıf ya da kategorinin pozisyonunu gösterir. Toplumsal statü toplumdaki geçerli sosyal değer ölçütlerinin kullanılmasıyla ulaşılan bir inşa değerindedir ve bu bağlamda statü kişinin toplum içindeki sosyal yerinin neresi olduğunu anlatır. Sınıf ve statü arasında bir özdeşleşme görülebileceği gibi bir rekabet ya da çatışma olasılığı da mevcuttur. Sınıf deyimi; insanlar arasındaki ilişkileri daha çok mal üretimlerindeki durumlarını, statü grupları ise, insanlar arasındaki ilişkileri daha çok mal tüketimi ve tüketim biçimi açısından sınıflandırmada kullanılan bir kavram olarak söylenebilir.³⁷² Statü ve sınıf değişmez sosyal olgulardır.

Statü değişik rol öğelerinin birleşmesinden meydana gelmiş bir olgu olarak da tanımlanabilir ve iki kavram birbiriyle yakından ilişkilidir. Bireyler kendi statülerine ilişkin değerlemelerini dış dünyaya yansıtmak için bazı

³⁷⁰ E.TEKARSLAN-C.BAYSAL ve Diğerleri, a.g.k., s.18.

³⁷¹ Ayrıntılı bilgi için bkz.: E.TEKARSLAN-C.BAYSAL ve Diğerleri, a.g.k., s.18-24.

³⁷² TOLAN, a.g.k., s.269.

araçlar kullanırlar ve bunlara “statü sembolleri” adı verilir. Giysiler, oturulan ev, saç biçimleri, zevkler statü sembollerine örnek olarak verilebilir. Statü; bir kişinin bir grup ya da organizasyon içindeki konumu ve bu konumla bağlantılı olan prestiji ile ilgili olarak belirlenebilir, bu aynı zamanda kişinin rolü ile ilintili bir kavram olarak da görülür. Genelde toplumda, belli konumları olan kişiler üst statüde ve diğerleri de alt statüde sınıflandırılır.

Stereotip: Horton ve Hunt’un toplumbiliminde stereotip; “başka grup ya da kategorideki insanların grupça paylaşılan görüntüsü” olarak tanımlanmıştır. Stereotipler olumlu ya da karışık olabilir. Stereotipler, milyonlarca kişiye, siyahlar, Yahudiler, Fransızlar, kadınlar, gibi hakkında çok basitleştirilmiş, devamlı olmayan ve bazen yanlış görüntüler verebilir. Biçimi ne olursa olsun stereotipler bireysel farklılaşmaları en aza indirgeyen basitleştirme ve genellemelerdir ve yok edici olma eğilimini taşırlar.

Değerler: Kültür bölümünde de değinildiği gibi bireylerin düşünce, tutum, davranış ve yaptıklarında birer standart veya ölçüt olarak çıkan değerler, toplumsal bütünselliğin ayrılmaz bir ögesini oluştururlar. Bir toplumun yaşamında herşey değerlere göreli olarak algılanır ve diğerleriyle karşılaştırılır. Bireyler, içinde yaşadıkları grup, toplum ve kültürün değerlerini genellikle benimseyerek bunlardan muhakeme ve seçimlerinde birer ölçüt olarak yararlanırlar; böylece daha iyi, daha doğru, daha uygun, daha güzel, daha önemli veya daha adil gibi genel yargılara varma olanağını bulacaklardır. Bireysel tutum ve davranışlar büyük ölçüde ahlaki ve dinsel değerlerle örf ve adetlerin içerdiği değerlerin etkisi altında kalır. Ancak bu değerler genellikle normlarda vücut bulur ve normlar aracılığıyla etkinlik kazanır. Zira daha genel ve dağınık bir niteliği olan değerlere karşılık normlar, yaptırım güçleriyle toplumsal yaşamın belirgin bir unsuru olarak belirirler. Belirli bir toplum veya kültür içinde bir değer, toplumsal gerçeğin genişliğine ve derinliğine hangi kat ve düzeylerini kapsadığı, zamana göre sürekliliği ve süresi, normlar ve yaptırım güçleri yoluyla kazandığı kesinlik ve uygulanabilirlik ölçüsü,

ilişkilendirdiği kişi ve konularla toplumsal ve maddi yapıtlarıyla niteliği, bu değerlerin anlaşılması ve yorumlanması açısından önem taşıyan hususlardır.

Kültür bölümünde de anlatıldığı gibi değerler; hangi toplumsal davranışların iyi, doğru ve arzulanan yön ve düzeyde olduğunu belirten paylaşılan fikirler, ölçütlerdir. Kültürün manevi öğeleri içinde de yer alan değerler kültür ve topluma anlam ve önem veren ölçütlerdir, paylaşırlar ve üzerlerinde çoğunlukla uzlaşmışlardır. Toplum içindeki bireyler bu değerleri ortak refahın korunması ve sosyal gereksinimlerin karşılanması ile birlikte görür ve bu değerler için kişiler özveride bulunur. Bireylerin düşünce, tutum, davranış ve yaptıklarında birer standart ya da ölçüt olarak çıkan değerler, toplumsal bütünselliğin ayrılmaz bir ögesini oluştururlar. Bir toplumun yaşamında herşey değerlere bağlı olarak algılanır ve diğerleri ile karşılaştırılır. Bireyler, içinde yaşadıkları toplumun ve kültürünün değerlerini genellikle benimseyerek bunları örnek alır, muhakeme yapmada ve seçimlerinde kullanılırlar. Değerler baz alındığında daha iyi, doğru, güzel ya da önemli ve adil gibi genel yargılara varma olanağı bulunacaktır. Bu değerler genelde normlarda vücut bulur ve normlar aracılığı ile etkinlik kazanır. Belirli bir toplum ya da kültür içinde bir değer, toplumsal gerçeğin genişliğine ve derinliğine hangi kat ve düzeylerini kapsadığı, zamana göre sürekliliği ve süresi, normlar ve yaptırım güçleri yoluyla kazandığı kesinlik ve uygulanabilirlik ölçüsü, bu değerlerin anlaşılabilmesi, yorumlanması gibi açılardan önem taşıyan hususlardır.

Değerler zamanla değişebilir ancak toplumların kendine has değerlerinin olduğu bir gerçektir. Hiçbir değere sahip olmayan bir toplum en güçlü sosyal kontrol aracını da yitirmiş demektir. Değerler sistemi insan deneyimlerinin birikimini yansıtır ve çağdaş insan deneyimleri üzerinde doğrudan bir etkide bulunurlar. Değerler sistemi kişilerden neyin istendiğini; kişilere neyin yasaklandığını; neyin ödüllendirilip neyin cezalandırıldığını belirler.³⁷³

³⁷³ Joseph FICHTER, a.g.k., Çev: Nilgün ÇELEBİ, s.146.

4.2. Kullanımlar ve Tatminler

Eğlendirme: Eğlendirmek, gülecek şeyler bulmak, neşeli bir ruh ortamına girmek isteğinde olduğu görülmektedir. Bu olumlu zevkin kaynağıdır.

Otorite figürlerini yüceltme ya da küçültülmüş görme: İnsanlar, otorite figürlerini küçültülmüş ve gülünçleştirilmiş olarak görmek ister. Özellikle politikacıları, askerleri, profesörleri... gibi. Herşeye rağmen bazı otorite figürlerini de yüceltme eğilimi gösterebiliriz: Din adamlarını, cerrahları dedektif, ... gibi. Kitle iletişim araçları otorite ve otorite figürleri ile nasıl ilişki kurulacağını öğretmesi açısından önemli bir rol oynar.

Güzelin denenmesi: Güzel müziğe, güzel sanat yapıtlarına ve fiziksel olarak çekici olanlara, özellikle degüzel kadınlara yüksek statü tanınır.

Deneyimlerin başkaları ile paylaşılması (Topluluk): Kitle iletişim araçlarının önemli işlevlerinden birisi de insanlara ortak bir kültür değer yargısı vermesidir. Bir program milyonlarca kişiyle birlikte izlenir. Konuşmanın en önemli konularından birisini kitle iletişim araçlarının oluşturduğu saptanmıştır. Aynı programlar ve filmler insanların birbirleriyle ilişkiye girmesini sağlar.

Merakın tatmini ve bilgilendirmek: İnsanların ne olup bittiğini bilmek, günceli yakalamak, hikayeleri gelişirken izlemek ve benzeri isteklerimizle ilgilidir. Merakın tatmini, belki de başkalarının işine burnumuzu sokma ve sahip olduğumuz doğal meraklılık ile ilgilidir. Ne olup bittiğini bilme arzusu, gözetleme ile ve “karanlıkta duyumsadığımız endişe” ile bağlantılıdır.

Tanrı ile özdeşleşmek ve ilahi plan: Bir çok kimse “Tanrı kavramı” diye adlandırılan bir biçime sahiptir ve kitle iletişim araçları çoğunlukla insanlara yaşamın doğası ve tinsel kuvvetlerin gücüne ilişkin sezgiler kazandırır.

Dalgınlık ve oyalanma: Bir çok kişi, halk sanatlarını endişe ve korkudan kaçmalarına ve sıkıldıkları an, zaman geçirmelerine yardımcı olarak

görürler. Böylece birşey, halk sanatlarını akılsızca ve zarar verici olarak görenler tarafından "zaman öldürme" biçiminde değerlendirilir. Kullanım ve tatmin yaklaşımına göre halk sanatları hiçbir zaman "vakit öldürülme" sine izin vermez.

Duygu katılımı deneyimi: Başkalarının sevinçlerini ve üzüntülerini paylaşmayı ve bundan psikolojik haz duymak. Kitle iletişim araçlarında çok sayıda karakterlerle ilgilenmemize karşın, onların duygusal deneyimleri paylaşılabilir ve bu insanları büyük oranda zenginleştirir.

Aşk ve nefret, korku ve üzüntü gibi uç duyguların kontrollü durumlardaki deneyimi: Bu karakterlerle özdeşleşmeyi de kapsayan ve duygu katılımı deneyiminden çok az ayrılan bir durumdur. Kitle iletişim araçları hiçbirşey ödemedi güçlü deneyimler elde etmemizi sağlayabilir.

Taklit ederek modeller bulma: Bu modeller insanlara, özdeşlik duygusu kazanmayı, belli durumlara özdeşlik sağlamayı ve gayriresmi olarak toplumsallaşmayı öğretir.

Özdeşlik kazanma: Özdeşlik, uygun benlik duygusu, kişisel tipte, tanımlanmış bir kişilik olarak tanımlanabilir.

Dünya hakkında bilgi kazanma: Kitle iletişim araçları insanlara devamlı birşeyler öğretir. Ancak bunu her zaman bilinçli yapmazlar.

Adalet inancının pekiştirilmesi: Evren ahlakidir, ahlaklıdır ve suç kabul görmez.

Romantik aşka inanmak: Aşkın gücüne olan inanç azalsa da, romantik aşkı muhtemel bir şey ve ilişkilerden birincil güdüleyici güç olarak görme eğilimini sürdürmek.

Sihire, fevkaledeliğe ve mucizelere inanmak: Bu inanış, insanların korkuya, bilim kurguya olan ilgisini açıklayan ve köklerini çocuktan alan (masallar, sihirbazları seyretmek, ... gibi) bir olgudur.

Başkalarının hatasını görmek: Başkalarını bizimki gibi ya da benzeri hataları yaparken görmek, kendimizi daha az suçlu, haklı ya da kızgın hissetmemizi sağlar.

Düzenin dünyaya verdiği rahatsızlığı görmek: İnsanlar evrenin anlamlı ve herşeyin oluşumuna ilişkin nedenlerinin olduğuna, böylece gelecek için planlar yapabileceğine inanmak ister. Kitle iletişim araçları, dünyanın düzenliliği duygusunu, doğanın kanunlarını, insan psikolojisini ve motivasyonunu ve toplumsal olguları bize öğreterek benimsenmesini sağlar.

Tarihe katılmak: Önemli olaylar meydana gelirken, insanlar ön planda olmak ister ve kitle iletişim araçları bunun yapılmasını sağlar. (Büyük maçlarda bulunmak, politikacıları dinlemek, ... gibi).

Hoşa gitmeyen duygulardan temizlenmek: Halk sanatları, çoğunlukla arınmayı ya da duyguların sanat yoluyla temizlenmesini sağlar. İnsanlar, oyun, film, futbol maçlarını seyrederek, müzik dinleyerek sinirlerini gevşetebilir, sıkıntılarından uzaklaşabilir ve diğer olumsuz duyguların olumsuzluklarından kurtulur.

Cinsellik dürtülerimize suç oluşturmayan koşullarda boşalmalar bulmak: Cinsel deneyimler, kitle iletişim araçlarına geldiğinde daha çok başkası hesabınadır. Bu başkalarına mal edilen deneyimler rahatlama sağlasa da ya da rahatsızlık ve olumsuz duyguları oluştursa da izleyicilerin düşsel bir katılımı söz konusudur.

Cezalandırmaksızın tabuları araştırmak: Kitle iletişim araçları tabulaşmış, konuları "uzaktan" inceleme olanağı verdiği için, çifte yarar sağlayabilir.

Çirkinin denenmesi: İnsanlar, çok karmaşık bir şekilde, çirkinlikte, grotesklikten ve canavarlardan büyülenirler.

Ahlaki, ruhsal ve kültürel değerleri onaylamak: Neyin iyi ve kötü, neyin istenir ve istenmez, neyin tamam ya da eksik olduğuna ilişkin değerlere bağlı inançlardır.

Kötüleri eylemde görmek: Kötüler çoğunlukla; iyi ahlaklı ve düşünceli olmak zorunda olan kadın ve erkek kahramanlardan daha ilgi çekicidir. Kötüler herşeyi yapabilir ve insanlar bunları görür aynı zamanda onların cezalandırılmasını da görmek ister³⁷⁴.

³⁷⁴ Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.BERGER, a.g.k., Çev.: A.Haluk YÜKSEL, "Toplumbilimsel Çözümleme". s.96-103.

BÖLÜM VII

KİTLE İLETİŞİMİNDE ÇÖZÜMLEME YÖNTEMLERİNDEN TOPLUMBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME İLE BİR REALITY SHOW PROGRAMI ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ: SICAĞI SICAĞINA

Bu bölümde 28.8.1996 ile 18.9.1996 tarihleri arasında yapılmış dört Sıcağı Sıcağına programı öncelikle yapısal açıdan incelenecek daha sonra bu dört reality show programı kitle iletişiminde çözümleme yöntemlerinden olan toplumbilimsel çözümleme yöntemi açısından yaklaşılarak yer alan kavramlar araştırılacak ve programda bu kavramların varlığı araştırılacaktır.

1. REALITY SHOW PROGRAMI SICAĞI SICAĞINA 'NIN YAPISAL İNCELENMESİ

Programın teknik açıdan ve içerik açısından yapıları ele alınacak ve daha sonra program içinde yer alan öğeler açısından incelenecek.

1.1. Teknik Yapısı

Televizyon en belirgin ögesi olan görüntü, televizyon dilinin ve anlatımının oluşmasında önemli bir etken olabilmektedir. Bu nedenle program incelenirken televizyonun anlatım biçimini oluşturan öğelere; görüntünün

oluşumunda yer alan teknik yapıya ve bunların işlevine bakmak gerekmektedir. Bu nedenle teknik yapı başlığı altında aydınlatma (ışık), renk, kamera hareketleri ve buna bağlı olarak çekim ölçekleri, ses, kurgu, geçişler, mekan ve grafik malzeme gibi yapım öğelerinin kullanımına yer verilecektir.

1.1.1. Aydınlatma

Görüntü içinde yer alan malzemeyi işleyen etkin bir yapım öğesidir. Televizyon aydınlatmasında ilk amaç, kameranın gördüklerinin aydınlatılmasıdır. Kameranın nesneyi ya da olayı görüntüleyebilmesi için bu öğelerin belli bir ışık seviyesinde olması gerekmektedir. Bu seviyeye ulaşmak için yetersiz olan yerlerde aydınlatma yapılır. Aydınlatma aynı zamanda dramatik bir öğe olarak da kullanılabilir. Aydınlatmanın dramatik kullanımı üç şekilde yapılabilir:

1. Nesnel öğe olarak aydınlatma (Şekil ve boyutların belirtilmesi)
2. Öznel öğe olarak aydınlatma (Gerçeğe uygun olanın ya da gerçek dışının belirtilmesi)
3. Psikolojik durumların belirtilmesi³⁷⁵.

İncelenen Sıcağı Sıcağı'na programlarına bakıldığında program başlangıcında stüdyo çekimi ve buna bağlı olarak dekor ve sunucu çekimi ile başlamaktadır. Stüdyo çekimlerinde yapılan aydınlatma dramatik kullanım öğelerinden nesnel aydınlatma ile yapılmaktadır. Televizyon ekranı, yükseklik ve genişlik gibi sadece iki boyutu verebildiğinden bu aydınlatma ile dekor ve içinde yer alan sunucu arasında derinliğin oluşumu bu aydınlatma ile sağlanabilmektedir. Önemli öğe olan sunucunun görüntüde ön plana çıkması, dekoru oluşturan cisimlerin biçimle ilgili özellikleri bu aydınlatma ile verilmektedir. Canlandırma sahnelerinin bir kısmı öznel aydınlatma ile, bir kısmı

³⁷⁵ SARIOĞLU, a.g.k., s.58.

psikolojik durumları ortaya çıkaracak şekilde yapılmaktadır. Burada amaç, canlandırma unsurunu gerçeğe uydurmak ve izleyici üzerinde daha fazla etki yaratmak olarak verilebilir. Gerçek olay kişileri ve diğer kişilerle yapılan röportaj kısımlarında kimi zaman aydınlatma yapılmamıştır. Bunun nedeni ışık seviyesinin uygun olduğu dış çekimlerle bu röportajların yapılması olarak verilebilir. İç çekim röportajlarında düz bir aydınlatma iç görüntülerde karanlık ve belirsiz bir şekilde verilmiştir. Önemli bir nokta da özellikle flaş haber olarak seçilen programlarda aydınlatmanın temayı destekleyici ve psikolojik etkiyi artırıcı bir yoğunlukta yapılmasıdır. Katil zanlısı bir kişinin olayı gerçekleştirmesinin yapıldığı canlandırmada zanlının karanlık ve loş ortamda gölgesi duvara belirgin bir şekilde yansiyarak olayı gerçekleştirmesi gibi. Aydınlatma tempoyu artıran ve psikolojik etkiyi yoğunlaştıran bir unsur olarak göze çarpmaktadır. Konuların işlenişi genelde dramatik bir yapı üzerinde geliştiği için "Sıcağı Sıcağına" programında kullanılan aydınlatmanında bu görüntüyü destekleyici bir işlev olarak kullanıldığını söyleyebiliriz. Gerçek olayların, arşiv görüntülerin verildiği sahnelerde ise doğal bir ortam yaratma işlevi üstlendiği görülmekte ve çoğu dış çekimde doğal gün ışığı kullanılmaktadır.

Wurtzel'den yapılan alıntıda aydınlatmanın işlevleri arasında; ekrandaki önemli öğelere dikkati yoğunlaştırmak, görüntüye duygusallık katmak, zamanı belirlemek, estetik öğeleri düzenlemek gibi unsurlar yer almaktadır.³⁷⁶ Program gözönünde tutulduğunda, bu işlevlerin ayrı bölümlere ve farklı temalara uygulandığını söyleyebiliriz.

³⁷⁶ Alan, WURTZEL. **Television Production**, McGraw-Hill Book Company. 1983, s.111-112'den Aktaran: Berrin DURMAZ, "Televizyon Haber Programlarında Gerçekliğin Sunumu, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 1996, s.35.

1.1.2. Renk

Renk ögesi, insanda hem fiziksel hem de ruhsal bir etki yaratır. Televizyon programlarında bilgi verme, ifade gücü ve kompozisyon olarak bazı işlevleri yerine getirdiği bilinmektedir. Renk aynı zamanda televizyonda dramatik yapıyı ortaya çıkartarak, kurulmak istenen atmosferin desteklenmesine de katkıda bulunur.³⁷⁷

Sıcağı Sıcağına programlarında rengin kullanımı ilk olarak jenerikte, program yazısında (elektronik yazılarda) ve stüdyo dekorunda göze çarpmaktadır. Jeneriği oluşturan öğeler genelde siyah fon üzerinde ve belirsizken saniyelerle gösterilen görüntüler arasında polis arabasının ve ambulansın siren lambası hemen göze çarpıyor. Daha sonra kesme ile geçilen itfaiye arabası ve sireni belirginleşiyor. Bu programın ismini destekleyici kırmızı rengin oluşmasını sağlıyor. Sonra ekrana alev ve yangın görüntüleri ile birlikte mikslili olarak program ismi de geliyor. İsmi oluşturan harflerin içi de efektle yanıyor şeklinde veriliyor. Yani ismi oluşturan harflerin dış hatları beyaz renkte iken içinde kırmızı ve sarının oluşturduğu alev rengi yer alıyor. Karanlık bir çekim ile su üzerinde bir hat şeklinde oluşmuş alev görüntüsü altına köşeye tekrar yanan harflerle program ismi bindiriliyor ve stüdyo ortamına geçiliyor. İzleyicinin çok sık gördüğü bu alev görüntüleri ile program ismini çağrıştıması ve içeriğin ritmine, heyecanına hazırlanması amaçlanıyor denilebilir. Stüdyo dekoruna bakıldığında renklerin kırmızı ve sarı tonlarda olduğunu görebiliriz. Mağara ortamını andıran dekor kullanılan renklerle de bu duyguyu körüklüyor. Renk izleyici tansiyonunu yükseltmek için konu özetlerinde, geçilerde ve altyazılarda alev rengi kullanılarak veriliyor ve bilgi verici alt yazıların çoğu bu şekilde sunuluyor ve görüntüdeki olayı ve temayı destekliyor. Canlandırma bölümlerinde eğer korku yaratılmak ve izleyicide stres öğeleri oluşturmak isteniyorsa kullanılan renk siyaha dönüşüyor. En heyecanlı ve gerilim yaratıcı canlandırma sahneleri siyahın yoğun olduğu

³⁷⁷ B. DURMAZ, a.g.k., s.35.

karanlık ve gölgeli ortamlarda veriliyor. Örneğin; öldürdüğü çocuğu lokantasında pişirip yemek yaptığını söyleyen kişi ile ilgili canlandırmanın bu bölümlerini oluşturan sahneler karanlık ve adamın gölgesi duvara vurmuş bir şekilde veriliyor. Seçilen ve kullanılan eşyalarda olayın ve ortamın destekleyicisi gibi siyah ve siyahın tonlarında oluyor. Genelde görüntüler doğal renklerine uygun veriliyor. Canlandırmalarında renkli yapıldığı gözleniyor. Renk ile ilgili dikkati çeken bir diğer nokta ise konuların özet görüntülerini oluşturan içerik jeneriğinin üst ve alt kısmından bant ile sürekli akan Sıcağı Sıcağına yazısı gözükmesi, yazı, oturtulduğu üst bant kırmızı, alt bant ise sarı zemin olarak veriliyor ve ismin pekişmesini güçlendiren alev görüntüsünün izleyici zihninde oluşumu amaçlanıyor. Siyah-beyaz kullanım ise sadece olayların anlatıldığı bölüme geçilmeden önce dondurulmuş fotoğraf karesinde ve olaya verilen isimde göze çarpıyor. Bu isim ve tek kare olayın seçilen görüntüsünü anlatım dilini yansıtıcı konu ismini taşıyor ve seyirci dikkatini çekmeyi amaçlayan gazetede haber manşetine benziyor. Program ismi, jenerik, konu özetleri, dekoru yapan firma, konuşan uzmanların isimleri gibi bir çok öğe alev içeren yazılarla veriliyor ve bunların program içinde sıkça kullanımı ile izleyicide dramatik ve heyecan yüklü bir etki yaratılması isteniyor; izleyici bu renk ile bütünleşiyor ve programın içeriğinde yer alan kan gibi öğelerle gerilimi artabiliyor.

1.1.3. Kamera hareketleri

Kamera hareketlerinin kullanımı; gerçeğin daha iyi yakalanması, gerçek dünyanın sürekliliğini bozmamak, olayları doğal akışı içinde vermek gibi işlevler için olmaktadır. Kameranın en önemli görevi görüntülenecek olan olayı ya da nesneyi gerçeğe uygun biçimi ile yansıtmaktadır. Konuya bakması, konunun içine girmesi, konuyu ve nesneyi yeniden yaratması da önemli işlevleridir.

Kameranın yaptığı hareketler şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Çevrinme (yatay ve dikey çevrinme)
2. Kaydırma (ileri-geri kaydırma, sağa ve sola kaydırma)
3. Dikey yükseliş ve düşey alçalış
4. Vinçle yapılan kamera hareketleri
5. Zoom merceklerle sağlanan kamera hareketleri (zoom in-zoom out)
6. Elde taşınan kameralarla yapılan hareketler³⁷⁸.

Sıcağı Sıcağına programlarında genel kamera kullanımları zoom merceklerle ve kaydırma hareketi ile yapılmaktadır. Stüdyo görüntüsünün ve sunucunun yer aldığı ilk bölümler genel ve dekorun tamamını gören bir çekimle başlamaktadır. Sunucunun konuşmaya başlaması ile kamerada zoom-in hareketine başlar; genel stüdyonun dekorunda bulunan sunucuya doğru yaklaşılır ve sunucunun ağırlıkta olduğu görüntü oluşana kadar da bu yakınlaşma (zoom-in) devam eder. Amaç ortamın genel tasvirinden önemli öge olan sunucuya ilginin kayması ve yoğunlaşmasıdır. İzleyiciye şok etkisi verilmek istendiğinde de zoom hareketinin kullanıldığı görülmektedir. Konular içinde yer alan nesnelere izleyicinin dikkati çekilmek istendiği zaman da zoom-in ve zoom-out hareketleri yapılmaktadır. Örneğin; eğer konuya büyük önem katan duyguyu ve düşünceyi artıran görüntüler varsa kamera ya genelden hızlı bir şekilde (zoom-in) nesneye doğru gider ya da duygu yüklenmek istenen nesneden hızla genele doğru (zoom-out) çıkar. Temayı işleyen görüntü böylece izleyicinin belleğine şok edici biçimde kazılır. Bu programda seyircinin üzüntü, kızgınlık, nefret, heyecan, korku gibi duygularını harekete geçirecek ve anlatımda önemli yeri olan görüntülerde bu geçişlere yer verildiği, böylece izleyicide yaratılan etkinin artırılmak istendiği gözlenmektedir. Göze çarpan ikinci hareket ise çevrinmedir. Bu hareketde olayın anlatım örgüsünü desteklemek, dramatik yapıyı oluşturmak ve etkiyi artırmak için kullanılmıştır. Ayrıntı çekimi ile başlayan görüntünün eksik kalan

³⁷⁸ Nadi, KAFALI. **Kamera, Aydınlatma ve Çekim Teknikleri**. Anadolu Üniversitesi, Sinema ve Televizyon Bölümü Çoğaltılmış Ders Notları, s.65.

yanları çevrinme ile izleyiciye verilmektedir. Canlandırmalarda ya da olayın geçtiği gerçek mekanlarda kamera çevrinme hareketi ile çevreyi önce izleyiciye tanıtmakta ve o çevrede yer alan esas unsura zoom-in ile yakınlaşarak bazen de o unsurun detayına girmektedir. Hızlı yapılan çevrinmelerde gerilim artırıcı, tansiyon yükseltici bir işlev görmektedir. Önemli noktalara yapılan çevrinme ile izleyici ilgisi sürekli olabilmekte duygulu ya da korku dolu bir film izlemişcesine olayla bütünleşmesi daha kolay hale gelebilmektedir. Dramatik anlatıma dayalı canlandırmalarda da zoom hareketlerinin ve çevrinmenin yapılması ile olayla ilgili ipuçları da önceden izleyiciye verilebilmekte ve yoğunlaşmasına yarayan bir ön hazırlık işlevi görebilmektedir. Kamera izleyicinin gözüymüş gibi yapılan öznel çekimlerde görüntünün anlatımına uygun ve gerçeği yansıtabilecek hareketler yapılır. Böylece izleyici de olayın içine sokulmuş ve bir parçası haline gelmiş olur.

1.1.4. Çekim ölçekleri

Kamera hareketine ve kameranın aldığı bütüne göre ekran içinde oluşturulan görüntü çekim ölçeğini de belirler denilebilir. Konunun, görüntü çerçevesine göre boy bakımından sıralanmasına “Çekim ölçekleri” ya da “çekim” adı verilmektedir. Ayrıntı, baş, omuz, göğüs, bel, diz, genel ve uzak gibi ekrandaki görüntünün verilen durumuna göre sınıflandırılabilirler.³⁷⁹ Bu sınıflamada ekranda var olan görüntünün küçükten büyüğe (ya da özelden genele) doğru bir sıralama görülmektedir.

Örnek seçilen programlarda yer alan başlangıçtaki stüdyo çekimleri önce genel ile başlayıp mekan tanıtıldıktan sonra sunucunun üzerinde ilginin yoğunlaşması için zoom ile bel hatta göğüs çekimine kadar gelinmektedir. Böylece izleyici sunucuyu ve anlatımını daha yakın planda görebilmektedir. Sunucunun anlatım biçimine göre (hareketlerine vb. gibi öğelere) ölçekler ayarlanmakta ve izleyici ile sunucu bütüneşmesi ve etkileşimi daha kolay bir hal almaktadır.

³⁷⁹ SARIOĞLU, a.g.k., s.180.

Genel çekim ve uzak çekim daha çok dekorla ve olayın ya da canlandırmanın geçtiği yerlerin tanıtımı ile ilgili olarak yapılmaktadır. Programlarda anlatımı desteklemek için yapılan çerçevelemelerde yer tanıtımı için bu çekimlere başvurulduğu görülmüştür.

Göğüs çekimi ya da omuz çekimi ise konunun anlatımını yapan ya da röportaj yapılan kişilerde kullanılmıştır. Olumsuz olayları yaşayan gerçek kişilerle yapılan röportajlarda bu çekimlerin kullanımı ile olayların dramatik durumu ve kişilerin acıları izleyiciye daha net ve etkili biçimde verilmiş, izleyicinin duyguları bu çekimlerle etkilenmeye çalışılmıştır.

Baş çekimi ya da ayrıntı çekimi konunun en can alıcı öğeleri için kullanılmıştır ve böylece izleyicide yaratılan psikolojik etkinin artması beklenmiştir. Örneğin canlandırmanın ya da gerçek olayın zanlısına ya da mağduruna bu ölçekler kullanılmıştır. Kişilerin gözündeki ifadeler anlatımı destekleyici unsur olarak bu çekimlerle işlenmeye çalışılmıştır. Kişilerde var olan fiziksel bozukluklarda bu çekimlerde yer verilerek izleyicideki duyguların sömürülmesi işlevlerinde kullanıldığını söylemek de doğru sayılabilir. Özellikle incelenen programlarda yer alan yüzü yanmış çocuğun ve vücudundaki ırlardan dolayı şekil bozukluğuna uğramış çocuğun görüntüleri defalarca ve ayrıntılı olarak bu detay çekimleri ile verilmiş ve izleyici üzerinde psikolojik bir etki oluşumu amaçlanmıştır. Konunun anlatım ritmine, senaryoya ve kurguya göre ayarlanan bu ölçeklerin görülen en büyük işlevi; izleyici üzerinde oluşacak dramatik ve psikolojik etkinin artırılması, izleyicilerin bu duyguları yoğun olarak yaşamasına çalışması olarak verilebilir.

1.1.5. Ses ve müzik

Mesajın en iyi şekilde iletilmesi görüntüyü sesin de desteklemesi ile mümkün olabilmektedir. İzleyicinin olayı kavraması sesin de görüntüye eklenmesi ile daha kolay hale gelir. Özellikle dramatik yapılarda bu iki öğe

ayrılmaz bir bütün durumundadır. Ses ve görüntülü ilişkisinin işlevleri şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Gerekli ya da ilave bilgi sağlamak
2. Ruh durumunu ve estetik yapıyı kurmak
3. Görüntüdeki olayların ritmik yapısına katkıda bulunmak³⁸⁰.

Programlarda kullanılan ses ögesi farklı biçim ve işlevlerde göze çarpmaktadır. Sunucu anlatımının, off sesin ve röportajların kullanımı olayı anlatan, görüntüleri destekleyen bir durum sergilemektedir. Görüntülerde sesin fonda müzik olarak kullanımı ve efekt olarak yer alışı izleyicide yaratılan psikolojik duyguyu destekleyici ve oluşan gerilimi artırıcı bir işlev görmektedir. Sunucu konuşma ile olaya giriş yapar, dramatik konuşma ile seyirciyi gireceği psikolojik ortama hazırlar. Gerçek görüntüler, arşiv çekimler ve canlandırmalar off ses (anlatanı görüntüde olmayan) ile verilir ve aynı dramatik yapı ile gelişmeler aktarılır. Olayın kahramanları ya da çevrelerindeki kişiler konuşur ve gerçeklik duygusu izleyiciye yansıtılır. Bu aşamada; izleyicide yaratılmak istenen duygu yoğunluğu mağdurun ya da gerçek olay kişilerin konuşması ile artırılmaya çalışılır. Sunucu ve off ses aralarda yer alır ve dramatik anlatımları ile izleyiciyi daha yoğun etki altına almaya uğraşır. Bunların yanında verilen kadın çığlığı gibi efektlerle ve dramatik yapıyı tamamlayan fon müzikleri ile olay örgüsü daha yoğun ve etkili işlenir. Aralarda yer alan gazete manşetini anımsatan fotoğraf görüntüsünün altında olaya verilen adın yazımı sırasında çıkan daktilo sesi de manşet haber imajını destekleyici bir görev üstlenmektedir. Kullanılan ses, müzik ve efektler olay örgüsünün işlenmesinde ve seyircide psikolojik baskının doğmasında etkili bir işlev görmektedir. Jenerik görüntüsünü destekleyen fon müziği, ambulans

³⁸⁰ Herbert, ZETTL. **Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics**, Wordsworth Publishing Company Inc., California, 1973, s.228-230'dan Aktaran: B. DURMAZ, a.g.k., s.44.

sesi, polis sireni gibi öğeler de bunlara örnek olarak verilebilir. Özet olarak bu programlarda; doğal sesler, çevresel sesler, yorumlayıcı ses (canlandırılan konunun önemini belirleyen müzik parçası gibi), simgesel ses (ambulans sesi, polis sireni gibi), birleştirici ses (geçişlerde kullanılan ses efektleri, geçiş müzikleri ve off ses gibi) öğeleri kullanılmıştır ve amaç izleyicide yaratılmak istenen etkiyi artırmaktır denilebilir. Bir başka deyişle bu programlarda müzik kullanımı, habercilik anlayışının şiddet mesajları ile izleyici etkilemek amacıyla daha da netleştirmek olarak da verilebilir.

1.1.6. Kurgu ve geçişler

Görüntülerin bir sistem içinde ard arda gelmesi ve buna bazen sesin de eşlenmeyi kurguyu oluşturur denilebilir. Programlardan yapılan kurgunun temel amacı, sürekliliği (konu bütünlüğünü) sağlamak, programa özgü mekan ve zaman yaratmak ve olaylardaki yaşanan duygu ve düşünceleri psikolojik açıdan anlatmak olarak tanımlanmaktadır.³⁸¹ Bu kurgu aşamasında ise görüntüleri birleştirmek ve bütünü sağlayabilmek için kesme, zincirleme, açılma-kararma, silinme, bindirme ve özel geçiş efektleri kullanılır.

Sıcağı Sıcağına programlarının incelenmesi aşamasında genel olarak kesme, zincirleme, bindirme ve wipe gibi özel geçiş efektlerinin kullanıldığı görülmüştür. Jenerik ve sunucu geçişleri, olayların özet görüntüleri, jenerikte yer alan görüntüler kesme ile birbirine bağlanmıştır. Program yapısında çoğunlukla kesme ile geçişlere yer verildiği söylenebilir. Bu sayede olayların akışı bu geçiş ve ritmik kurgu ile bozulmadan izleyiciye ulaştırılmak istenmiştir. İzleyicinin iki görüntü arasında bağ kurması ya da psikolojik etkiyi desteklemek istenildiğinde ara ara zincirleme geçişi ya da kimi yerde wipe'la geçişe yer verilmiştir (Görüntü altında isimler verilirken ya da olaylara verilen adlarda, ya da özet görüntüler arasındaki gibi). Jeneriği oluşturan görüntülerin üstüne programın büyük olarak yazılmış ismi de bindirme geçişi ile verilmiştir.

³⁸¹ B. DURMAZ, a.g.k., .99.

Zincirleme geçiş, zamanın ya da mekânın değişmesinde canlandırma görüntüleri esnasında kullanılmıştır ve olaya dramatik bir yoğunluk kazandırılmaya çalışılmıştır. Konuların zet görüntüleri wipe'lı bir biçimde program yazısının oluşturduğu arka fona bindirilmıştir. Konuların ve ismin izleyici bütünleşmesi istenmiştir.

Kurgulama işlemi de en çarpıcı görüntülerin arka arkaya verilmesi, olayın hikaye anlatımı biçiminde zetlenici ya da aıklanıcı Şekilde verilmesi Şeklinde yapılmıştır. En iyi anlatan görüntüler dinamik bir tempo içinde ve etkili bir müzik eşliğinde birbiri ardına kurgulanarak izleyiciye mesajın tam ve etkili bir Şekilde ulaşması ve izleyici etkisi altına alması beklenen amaçlar arasında sıralanabilir. Programı oluşturan konular ve konuları oluşturan öğeler kısa bölümlerin ritmik kurgulanması ile verilmiştir; karmaşık sahneler yeniden düzenlenerek, mesajın bulunduğu parçalar yalın ve açık bir biçimde düzenlenmeye çalışılmıştır. Bölümün en çarpıcı konusu ya da konunun en çarpıcı görüntüleri sık sık verilerek izleyicide merak uyandırmak istenmiştir. (O günkü programın flash haberi zet görüntülerle ve sık aralıklarla izleyiciye veriliyor ama izleyici o konuyu en sonda izleyebiliyor.) Kullanılan mekân farklılıkları da hızlı ve kamera hareketli kesmeler ile geçilerek, kurgulanarak düzenlenmiş ve izleyicinin bu farklılıklara adapte olması kolaylaştırılmıştır. Reklamların da konular arasına kurgulanması ve reklamdaki konuya ya da konudan reklama ritmik bir kurgu ve kesme ile geçilmesi ile de mal tanıtımı ve satımı işlevinde üstlenen programlar konuların psikolojik ve dramatik etkisi geçmeden izleyiciyi üzerinde bu yoğun duyguları taşırken alıyorlar ve reklam ve ürün dünyasına götürüyorlar. Bu aşamada programın etkisi reklam amacını ve ürün satımını destekleyici bir işlev de görebiliyor. Kurgunun ve geçişlerin incelenen programlarda fazla miktarda ve seri bir Şekilde olması olayların temposunu ve atmosferini yakalayabilmek ve izleyiciyi de bu atmosferin içine srkleyebilmek için kullanılmış denilebilir.

1.1.7. Mekan kullanımı

Televizyon prgramlarında mekan kullanımının başlıca amacı izleyiciye sunulan olaya ilişkin atmosfer yaratmaktır, kullanılan mekanlar doğal ve yapma olarak sınıflandırılır. Mekan kullanımı diğer öğeler kadar önemlidir. Çünkü mekanın gerçeklikle olan ilişkisi, izleyiciyi olayın içerisine çekebilmektedir. Doğal mekanlar; olayın geçtiği atmosferi, izleyiciye en iyi şekilde yansıtan gerçek mekanlardır. Yapay mekanlar ise, çeşitli araç ve gereçlerle hazırlanan ve doğal ortama uyumu sağlamak amacıyla oluşturulan mekanlardır.³⁸²

Sıcağı Sıcağına programlarında ilk mekan kullanımı stüdyo ortamı ile oluşmaktadır. Programa giriş yapan ve izleyici ile programı buluşturan sunucunun bulunduğu stüdyo ortamı yapay mekandan kurulmuştur. Olayların doğal ortamına pek de uyumlu gözükmeyen bu stüdyo mekanı, bir mağara, taşlardan ve kayalardan oluşan bir zindan görüntüsü vermektedir. Kullanılan renklere beyaz, kırmızı tonları ve sarı karışımından oluşmaktadır. Sunucunun arkasında yer alan demir parmaklıklı büyük pencereye de kapı izlenimini veren dekorda mağara, zindan etkisini artırıcı bir rol üstlenmektedir. Dekor hazırlayan "Taş Dekor" firmasının da izlerini taşıyan bu dekorun program içerisinde yer alan olaylarla bir ilişkisi olmadığı da gözlenmektedir. Dolayısı ile yapay (yapma) mekan işlevi olan doğal ortama uyum sağlamanın bu dekorda yer almadığı söylenebilir. Ancak bu dekor izleyicide oluşacak duyguları pekiştirmek için de kullanılmış olabileceği söylenebilir. Gerçeği tüm çıplaklığı ile gözler önüne serdiğini, gerçek olayları gösterdiğini söyleyen bu programda stüdyo ortamının sık sık kullanılması bu amaçlara aykırılık yarattığı düşüncesini vermektedir.

³⁸² Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz. Naci, GÜÇHAN. **Sistem Yaklaşımı ile Televizyon Eğitim Programı Yapımı**. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 286, Eskişehir, 1988, s.60-61.

Önemli olan gerçeği yerinde izlettirmektir; bu programlarda ise önemin yaratılmak istenen etkinin senaryosuna ve kurgusuna kaydığı ve dramatik yapının etkisi doğrultusunda gerçeğin sunumunun oluştuğu söylenebilir.

Gerçek mekan kullanımı, arşiv görüntülerde ya da muhabirler olay yerine çabuk ulaşip görüntü alabildiyse görünür. Olayların tek tek anlatıldığı bölümlerde doğal mekanlar ve yapay mekanlar iç içe geçmiş izlenimi veren bir yapı (kurgu ve ritmik kesmeler) ile izleyiciye sunulmaktadır. Örneğin eğer olay daha önce olmuş ise ya arşiv görüntülerle (daha önce olayın geçtiği anda ve devamında çekilen) ya da canlandırma ile olayın başlangıcı ve oluşu izleyiciye verilir. Kimi yerde gerçeğine çok yakın yapma mekanlar kullanılarak canlandırma yapılır, kimi yerde ise olayın geçtiği yerden görüntü alınır. “Sıcağı Sıcağına” reality show programlarında hepsinin aynı konu bütünü içinde kullanımı olayın izleyicide daha net anlaşılabilmesi ve daha yoğun bir duygu seli oluşturabilmek için yapıldığı gözlenmektedir. Olayın ulaşılamayan ve duygu yaratımında önemli rol oynayan görüntüleri canlandırma ile verilmekte kesme ile olay sonrası olayın olduğu mekana geçilmekte, mekan ile ilgili off ses tanıtım yapmakta tekrar canlandırmalara ya da olayı yaşayan kişilerle röportajlara geçilmektedir. Böylelikle izleyici belleğinde konu bütünü oluşturma ve dramatik yapıyı oturtmayı kolaylaştırma amacı görülmektedir. Bazı bölümlerde dikkati çeken önemli bir nokta da olaya ilişkin etkinin yaratılması için olay teması ile bütünleşen film görüntülerine ve bu görüntülerin geçtiği mekanlara da yer verilmesidir. Bunlara örnek olarak izlenen programlarda “Temel İçgüdü” ve “Vampir” filmlerinden olayın temasına (verilmek istenen mesaja) ilişkin görüntüler alındığı görülmüştür. Bu sahneler konunun başlangıç anlatımında ve aralarda izleyicilere gösterilmiş ve izleyicide bu sahnelerle gerçek olay arasında bir bütünlük oluşması istenmiştir. Anlatım dilini ve yaratılmak istenen atmosferin etkisini destekleyici rol oynayan bu görüntülerin film olması (gerçeği içermemesi), gerçeğin sunumunun yapıldığını söyleyen bu programların gerçeklerden ve bu

amaçlarından nasıl ulaştıklarını da gösteren örnekler olarak açıklanabilir. Sonuçta gerçek olaydan yola çıkılsa da oluşan ve yapılan görüntüler (canlandırma, film görüntüsü alımı gibi) gerçeğin sunumu olarak kabul edilmeyebilir.

1.1.8. Grafik malzeme

Televizyonda bilginin en kısa ve çabuk olarak algılanır biçimde sunulmasının en etkin araçlarından biri de grafik öğesidir. Mesajın açık ve doğru aktarımını sağlamak; işaret, rakam ve formüllerin görsel olarak iletilmesine yardımcı olmak; programa ilişkin öğeleri vermek (amblem, slogan vb.) ve böylece izleyicinin program içeriğini daha kolay değerlendirebilmesini ve algılamasını sağlamak, grafik malzeme kullanımının amaçlarını oluşturur.³⁸³ Grafik öğelerle desteklenen program daha açık bir anlatıma sahip olur.

İzlenen programlarda grafik malzeme öğelerine fazlaca yer verilmediği görülmüştür. En çok kullanılan grafik malzemenin yazı ve rakamlar olduğu söylenebilir. Jenerikte ve olayın özet görüntüleri içinde kullanılan program ismi, olay başlıkları, sunucu ismi, olayın geçtiği yer adı ve tarih, görüşülen uzmanların ismi, olayları görüntüleyen ekibin ismi, olay kahramanlarının isimleri ve bitiş jeneriğinde yer alan program yapım ekibinin isim listesi, rakamlarla verilen telefon numaraları ve fax numaraları, adres yazısı bu programlarda kullanılan grafik malzemeler olarak sıralanabilir. Programın konusu ile ilişkili olmayan ve program sırasında bir sonraki programla ya da önemli bir son habere ilişkin verilen yazılar da bu programların grafik malzemeleri arasında yer alabilmektedir. Programda kullanılan grafik malzemeler (yazılar vs.) ya elektronik grafik olarak ya da renkli fon üzerinde verilen görüntü olarak aktarılmıştır. Olayların konusunu oluşturan mekânın, kişilerin ve tarihin izleyiciye açık ve net olarak aktarılabilmesi için görüntülere ve olayın anlatımına geçilmeden önce olay ile ilgili donuk görüntü karesi üzerine bilgiler

³⁸³ B. DURMAZ, a.g.k., s.68.

daktilo sesi efekti ile yazı ve rakamlarla verilmiştir. İncelenen programlarda görülen harita kullanımı sadece alıntı yapılan film görüntüsünde (Vampir filminden) verilmiştir. Programın gösterim aşamasında aralarda yer alan reklamlara ve diğer programların tanıtımına da yayınlanan kanalın amblemi ve tanıtılan görüntüleri (reklam ve programları) içeren elektronik yazılar ile geçildiği görülmüştür. Kişi ve yer kimliklerini tanımlayan yazıların, alev görüntülerini oluşturan fon üzerinde verilen çarpıcı özet görüntülerin ve program isminin, izleyici üzerinde oluşturulmak istenen psikolojik etkiyi artırmak ve daha yoğun hale getirmek için yapıldığı söylenebilir.

1.2. İçerik Yapısı

Reality show programları; dil, konulaştırma ve içerik oluşturmada senaryo gibi öğeler açısından ele alınarak bunların program yapısı içinde yerlerine değinilecektir.

1.2.1. Anlatım ve dil

Televizyonda yer alan reality show programları belli bir anlatı yapısı içinde oluşmaktadır. Bir Hollywood modeli etrafında inşa edilen programlarda öncelikle bir haber takdimcisi (ya da yer alan olayların anlatımını yapan sunucu) konulara giriş yapar. O programın işleyişinde önemli kişi (star) durumundadır. Haber programı heyecan ya da nefret, üzüntü, merak yaratan sahnelerle süslenir. Bu anlamda yayınlanan ve gerçeğin sunumunu yapan bu programlar ölüm, aşk ve duygu olara üç ana temele dayandırılmaktadır ve ekranda gitgide daha çok şiddet görülmesi de buna dayandırılabilir.³⁸⁴

Reality Show programları; dramatik iletişim biçimlerinin temel özelliklerini ve dramatik düşünce biçimlerini sergilemektedir. Drama dünyayı

³⁸⁴ DÜNDAR-OSKAY-ÇOLAKOĞLU, a.g.k., s.56.

düşünme, onu yaşama ve üzerinde akıl yürütmemize yarayan bir yöntemdir; çoğu düşüncelerimiz çeşitli durum ve kararlar konusunda senaryolar içerir ve dramayı bir düşünce biçimi olarak kullanır.³⁸⁵

İzlenen Sıcağı Sıcağına program örneklerinde sunucunun aktardığı, gerçeğin tüm çıplaklığı ile yansıtıldığı söylenen olaylar, kurguya dayanan dramalaştırılmış bir unsur olarak görünmektedir. Gerçek hayattan alınmış da olsa olayların sunumu dramatik yapı ile gerçekliğin bozulmasına yol açmaktadır. Çünkü olaylar bir bütün içinde hikaye ya da bir tiyatro oyunu anlatırmışcasına dramatik yapı ile örülmüştür. Dramatik yapı içerisine yerleşmiş bir senaryonun görüntüye dönüştürülmesi, canlandırmalarla ve dramatik bir anlatımla ifade edilmesi gerçek olaya yapım aşamasında farklı düşünce ve duygularında katılması olayın gerçekliğinin kaybolmasına ya da azalmasına yol açabilmektedir.

İncelenen Sıcağı Sıcağına programlarının da aynı dramatik yapıyı sergilediği görülmektedir. Program başlangıcında stüdyo ortamında sunucu (Cem Kurtoğlu) görülür: Önce izleyiciden gelen ilgiye teşekkür eder ve bu güvenle reality show programlarında bugün de olduğu gibi her zaman bir numara olacaklarını söyler. Sonraki cümlesinin ise programın sunuluş çerçevesiyle zıt düştüğü göze çarpar. “Yaşamın insana sunduğu iyi ve kötü günde, gerçeklerin en yakın takipçisi olan Sıcağı Sıcağına, olayları yine tüm çıplaklığı ile gözler önüne seriyor.” Gerçeğin yakın takipçisi olduğunu söyleyen bu program gerçek haberi anında yakalayamadığı zaman bu olayı daha sonra alınmış bilgiler doğrultusunda canlandırma ile veriyor. Olayın gerçekten o şekilde yaşandığı kesin ve tam olarak bilinemez, anlatan kişinin ya da olayı senaryolaştırıp dramatik yapıya oturtan insanın yorumunun da görüntüye ve olayın akışına yansıyabileceği ihtimalini gözönünde bulundurmak gerekir. Bu durumda tüm çıplaklığı ile izlenen görüntüler olayın kan, şiddet, vahşet ya da duygu gibi olayın izleyicide etki bırakması istenen

³⁸⁵ Martin, ESSLIN. *TV Beyaz Camın Arkası*, Çev.: Murat ÇİFTKAYA, Pınar Yayınları 55, No: 31, İstanbul, 1991, s.15.

öğeleri sergilenmektedir gerçek olay değil. Sunucunun ardından yapılan canlandırma, kesme ve dramatik kurgulama ile gerçek olay yerine geçiş, off ses kullanımı bunların hepsi gerçeğin sunumunda yetersiz kalmaktadır. Programlarda kullanılan haberin metin yazımlarında (bir yerde senaryo da sayılıyor) özellikle görüntüye eşlik edebilecek ve psikolojik etkiyi arttıracak sıfatlarla süslenmiş tanımlara da sıklıkla rastlanmaktadır.

Kullanılan abartılı haber dilinin verdiği mesajlar, izleyiciye her haberde sen aptalsın anlamazsın, ben açıklayayım demek istermiş gibi bir izlenim verir. Sunucunun ve off sesin kullandığı dil çarpıcı, duygusal yapıyı zorlayıcı kelimelerle doludur. Örneğin sunucu yüzü yanmış dört yaşındaki bir çocuğun durumunu programa konu olarak alıyor. Konu ismi manşet yazı yazarmışçasına daktilo efekti ile veriliyor. “Aynalara Düşman” olay anlatımını sunucu yine dramatik ve ağdalı bir dille yapıyor. Ardından olay kahramanına ve ailesine kesme ile geçiliyor. Anne ile konuşuluyor. Sorulan yönlendirici nitelikte ve izleyicinin duygularını harekete geçir dermişcesine dramatik. Çocuğun yanan yüzü ve kendisi sürekli kesme ve ayrıntı çekimlerle veriliyor. Hemen göze çarpan en önemli şey ise koltukta oturan çocuğun yanına iliştirilmiş kocaman bir ayna. Dört yaşındaki küçük çocuk olup bitenlerden habersiz bir aynaya bir de etrafına bakıyor. O sırada off ses duyuluyor. Dramatik bir anlatımla Gürkan isimli çocuğun utandığı için dışarı çıkamadığını söylüyor ve bir sonraki görüntüde çocuğu kafasına kese kağıdı geçirilmiş bir şekilde sokakta oynarken görüyoruz. Mikrofon çocuğa çevriliyor ve çocuk “ben iyileşmek istiyorum” diyor. Tekrar ev ve çocuğu ayna yanında görüyoruz. Ekranı sunucu geliyor ve dramatik yoğunlukta bir anlatımla olay hakkında konuşuyor. İzleyici yardımlarını beklediklerini belirtiyor ve ekliyor, “Acaba Gürkan küstüğü aynalarla barışabilecek mi!” Ama görüntülerde aslın böyle olmadığı söylenebilir. Gürkan olaydan habersiz, kameralardan ürkmüş olup biteni anlamaya çalışıyor ve koltuğun üstünde ayna (boy aynası gibi) ne arıyor

dercesine aynaya bakıyor. Gürkan'ın hisleri diye verilenler ise program yapımcılarının izleyicide duygu bombardımanı oluşturun diye sunduğu düşünceler denilebilir. Özetle şunu söylemek gerekir; dramatik yapı ve daha fazla ilgi için mağdur durumdaki kişileri kullanıyorlar, en azından duygularını kullanıyorlar ve bunları kendi dil ve anlatım biçimleri ile istedikleri şekilde veriyorlar. Vücudunda kistler olan bir çocuğa verilen manşet ismin "Kurbağa Çocuk" olması da dilin ve anlatımın etki yaratmak için düştüğü duruma iyi bir örnek teşkil etmektedir.

1.2.2. Programı oluşturan konular

Reality Showların konularına genel bir bakış yapıldığında, polis adliye haberlerinin yoğun olarak işlendiği görülmektedir. Genellikle günlük yaşam içinde yaşanan üzücü ve olumsuz olaylar (cinayet, kaza, intihar, fiziksel sağlık bozukluğu olan insanlar, kayıplar) bu programlara konu seçiliyor. Dikkat çekici bir başka nokta da bu olayları yaşayan ve konu olan insanların sosyo-ekonomik düzeylerinin düşük ve birbirinin benzeri konumda olmasıdır denilebilir. Bu konuların temel kaynağı, karakollar, hastaneler gibi yerlerdir. Konular; ölüm, aşk ve duygu olarak üç ana temele dayandırılmaktadır.

Sıcağı Sıcağına programlarının her bir bölümü dört haber seçimi ve işlenimi ile oluşturulmuştur. Örneğin izlenen ilk programda; Küçük Maceracı, Aynalara Düşman, Aşk-İhanet-Cinayet, Vahşetin de ötesinde adı altında dört olay görüntülenmiş ve aktarılmıştır. Her programda dört olay içinde en etkileyici olanı flash haber seçilmekte, üçüncü ya da dördüncü sırada verilmekte ve bu zamana kadar olan bölümlerde bu haber çarpıcı ve özet görüntülerle verilerek izleyicinin programı sonuna kadar izlemesi hedeflenmektedir. Bu programın flash haberi, Vahşetin de Ötesi adı altında verilen ve küçük bir erkek çocuğunun tecavüz edilip, öldürüldükten sonra kesilip yemek olarak verildiği söylenen olay oluşturmaktadır. Ölüm, aşk ve

duygu temaları dört ayrı olayın alındığı her programda işlenmektedir. Bu doğrultuda izlenen programlardan örnek konuları ve olayları yapılan haber başlıkları ile vermek yararlı olacaktır.

Ölüm; “Kaza Değil Katliam”

İstanbul TEM yolunda yaşanan bir otobüs kazası anlatılıyor. 18 yaşında akli dengesi bozuk bir genç şoförün yanına giderek şoföre saldırıyor ve yoldan çıkan otobüs bariyerlere çarpıp karşı tarafa geçerek devriliyor. Olayın oluşu canlandırma görüntüleriyle veriliyor. Kurgu ve kesme ile olay sonrası çekilen gerçek görüntülere geçiliyor; hurda haline dönen otobüs, dağılan eşyalar, yaralılar, sağ kalan kişilerle röportajlar, kanlı eşyalar, parçalara ayrılmış cesetler, ağlayan yakınlar konunun görüntülerini oluşturuyor.

“Hayatın Baharındaydı”:18 yaşında bir genç kızın evli bir erkekle ilişkiye girmesi ve genç evlenmek istemeyince intihar etmesi anlatılıyor. Kızın içine düştüğü ruhsal bunalım ve yaşadıkları canlandırma yapılarak (kızı oynayan bir oyuncu ile) anlatılıyor. Arada annesi ve arkadaşları ile yapılan röportajlara da yer veriliyor.

Cinayet: “Aşk, İhanet, Cinayet”: Ailelerinin tüm karşı çıkmalarına rağmen evlenen kadın ve erkek sonları mutsuz bir ilişki sürmeye başlar. Kocaşının dövmelemine dayanamayan kadın, eşini mahalledeki iki erkek arkadaşına işkence yaptırarak öldürtür. Olay yerinden ve cesetlerden görüntüler, canlandırma, röportaj, olay sonrası suçluların yakalanması ve yapılan tatbikat görüntüleri ile anlatılır.

“Vahşetin de Ötesi”: Kırkağaç ilçesinin İlyaslar kasabasında yaşayan 14 yaşındaki Mustafa adlı çocuk Kırkağaç’taki sanayi sitesinde işe başladıktan bir süre sonra kayboluyor. Bulunan kafatasının ardından Mustafa’nın tecavüz edilip öldürüldükten sonra söylentilere göre öldüren lokantacı tarafından parçalanarak lokantada yemek olarak yedirildiği anlatılıyor. Olay tam bir dramatik yapı içerisinde izleyiciye sunuluyor.

Duygu: “Aynalara Düşman”: Ağabeyinin kibritle oynaması sırasında evde çıkan yangında yüzü yanarak şekil bozukluğuna uğrayan 4 yaşındaki çocuğun öyküsü anlatılıyor. Çocuğun iyileşmesi için gerekli tedaviye ailenin maddi durumunun yetmediği belirtiliyor ve izleyiciler yardım etmeye teşvik ediliyor. İzleyici üzerinde duygusal bir etki yaratmak için küçük çocuğun yüzünde ve vücudunda oluşan bozukluklar yakın ve ayrıntı çekimlerle sürekli izleyiciye gösteriliyor.

“Denizli’de Vampir Dehşeti”: Geçirdiği bunalım sonucu karısının boğazına saldırarak kanını emen koca anlatılıyor. Gerçek yere ve olaya geçmeden önce bir vampir filminden çarpıcı sahneler sunuluyor. O yörede oturan halk ile vampirler hakkında röportaj yapılıyor.

Sunucu korku filmi öncesi bir anlatım yapıyormuşcasına vampirler hakkında izleyiciye bilgi veriyor ve canlandırma ile gerçek olay anlatılmaya çalışılıyor. Adamın filmlerde görülen vampirlerden biri olduğu izlenimi yaratılması için bütün dramatik unsurlar ve destekleyici öğeler kullanılıyor. Anlatım dili ile de desteklenen görüntüler adamın bu işi psikolojik bir bozukluk sonucu değil de vampir olduğu için yaptığı hissini uyandırıyor.

1.2.2.1. Şiddet ve Kan Gösterimi

Reality show programları; haber verme ya da eğlendirme işlevlerini yerine getirmek için seçtikleri konularla izleyicilere sıkça şiddet gösterimi sergilemekte ve bu gösterimi sunarken kan ve tecavüz gibi öğeleri kullanmaktadır. Sıcağı Sıcağına programı bu açıdan ele alınacak ve öğelerle ilişkisi incelenecektir.

Nieburg’dan yapılan aktarma ile şiddet; kişileri ya da malları yaralamaya ya da yok etmeye yönelik doğrudan ya da dolaylı eylem olarak tanımlanmaktadır.³⁸⁶ Bir diğer alıntıda ise şiddet dar anlamı ile “insanı

³⁸⁶ H.L. NIEBURG. *Uses of Violence*. Journal of Conflict Resolution, Mart 1993, Cilt VII-1, s.43’den Aktaran: Yves HICHAUD, *Şiddet*, Çeviren: Cem MUHTAROĞLU, Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları, Yeni Yüzyıl Kitaplığı, s.8.

yaralamaya, mala zarar vermeye yönelik bir davranış” olarak tanımlanır.³⁸⁷

Bir şiddet olayı uygulanış aşaması bakımından ve bu doğrultuda öğeleri açısından ele alındığında; şiddetin aktörü, kurbanı ve tanık olarak üç başlık altında toplanabilir.³⁸⁸

İncelenen Sıcağı Sıcağına programlarını oluşturan olayların çoğunlukla bu öğeleri içerdiği görülmektedir. Bir programda yayınlanan dört olaydan en az ikisinin konusu cinayet ve ölüm olarak belirlenmiştir. Haber konularının genelde her türden sapıklık, psikopat cinayetler, aile dramları, yangınlar, felaketler ve bunlara maruz kalan insanlardan seçilmiş olması bu programın içerdiği şiddet ve öğelerini izleyiciye yoğun olarak sunmasına yol açmaktadır. İzlenen programlardaki konu içeriklerine bakıldığında cinayet, intihar, kaçırma, trafik kazası, fiziksel rahatsızlıkların oluşturduğu şekil bozuklukları gibi konularda yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu programın konu seçiminin, izleyiciyi etkileme şeklinin ve buna bağlı olarak yayın stratejisinin; cinayetler, dehşet, kan, zulüm, intihar, üzücü hastalıklar ve ölüm temaları üzerine kurulduğu söylenebilir.

Sıcağı Sıcağına programının ağırlıklı olarak şiddet içeren olaylara yer vermesi sonucunda televizyonda kan gösteriminin de arttığı ve izleyici kitlenin günlük yaşamına bu tip görüntülerin yoğun olarak girdiği söylenilebilir.

İncelenen programlara bakıldığında kan gösterimi ve veriliş şekli olayın içeriğine göre değişmektedir. Örneğin, sunulan bir otobüs kazasında kan gösterimi, ölen herhangi bir uzvu kopan, yaralanan insanların görüntüleri ile ve arkada kalan eşyalara bulaşan kan görüntüleri ile verilmiştir. Bu görüntüler ayrıntı ve yakın planlarda çekilmiş, böylece izleyicinin ekranının çoğunluğu bu görüntülerle dolmuştur. Cinayet olaylarına bakıldığında kan gösterimi farklı

³⁸⁷ H.D.GRAHAM-T.R. GURR. *The History of Vidence in America*. Bantam Books, 1968, New York, Sunuş s.xxx'den Aktaran: MICHAUD, a.g.k., s.8.

³⁸⁸ David, RICHES. *Antropolojik Açıdan Şiddet*. Çev: Dilek HATTATOĞLU, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1989, s.19.

şekillerde yapılmaktadır. Önce cinayetin işlenme anı canlandırma ile yapılır. Öldürüleni canlandıran oyuncunun üzerine yerleştirilmiş bir madde öldürme eylemi sonunda ekranda ölen kişinin üzerinde kan olarak görünmektedir. Bu aşamada gerçek olayın arşiv görüntülerine geçilir. Gerçek olayda ölen kişinin olay sonrası kanlar içindeki cesedi yakın çekimlerle ve uzun aralıklarla verilirken üzerinde yer alan kan da izleyici tarafından ekranda görülür. Bu görüntüyü pekiştirmek ve etkisini artırmak için olay yerinde etrafa sıçramış ya da yayılmış kan varsa en ince ayrıntısına kadar görüntülenir ve diğer görüntü ile dönüşümlü olarak izleyiciye sunulur. Bütün bunlara ek olarak gösterilen öğelerin izleyici üzerinde etkisi daha da artırmak istendiğinde gerilim ya da korku filmlerinden alınan en kanlı sahneler de bu görüntülerin arasına kurgulanır. İzlenen programlarda “Vampir”, ve “Temel İçgüdü” filmlerinden alınan bol kanlı sahneler örnek olarak verilebilir.

Bu incelemede tecavüz olgusu cinsel saldırı olarak ele alınmış ve incelenmiştir. Şiddetin bir başka sunumu da tecavüz gösterimidir. Sıcağı Sıcağına programlarında salt bu konuya dayalı olayların yer aldığı da gözlenmiştir. İzlenen programlarda bu temanın en net işlendiği örnek olay, “Vahşetin de Ötesi” başlığı ile verilen 14 yaşındaki bir erkek çocuğunun defalarca tecvüz edilerek öldürülmesini ve söylentilere göre kesilerek yemek yapılmasını konu alan haberdır. Canlandırma ile işlenen bu haberin izleyici üzerinde tam anlamıyla bir stres, gerginlik ve üzüntü duyguları yarattığı söylenebilir. Zanlının sırf tecavüz amacı ile çocuğa yaklaşmasını, lokantasında ücretsiz yedirip içirmesini ve tecavüz eylemine geçmesini gösteren canlandırma görüntülerle izleyicide yoğun bir nefret duygusunun yaratılmak istenmesi; çocuğun yemek yapıldığı söylentilerinde gerçekleşmiş gibi gösterimi ile yaratılacak nefretin yoğunlaştırılmak istenmesi incelemeler sonucu ulaşılan gözlemler olarak verilebilir.

1.2.3. Senaryo ve sunucu kullanımı

Televizyon programlarının genelinde özellikle de drama programlarında senaryo kullanılmaktadır. Programın ana hatlarını içeren akış metinleri ve senaryo uzman kişi tarafından yazılır ve yazarın kişisel özelliklerinden izler taşır. Olayları görüntü ve sese dönüştürüp televizyon tekniğini kullanarak vermek, akıcı bir tempo belirlemek, konuların ilgi çekici ve çarpıcı özelliklerini bulmak, izleyici psikolojisini anlamak ve yönlendirmek metin yazarının ya da senaryocunun programı daha etkili hale getirmek için yapması gereken işler olarak sıralanabilir. Yönetmenin senaryoya kişisel yorumunu da katması ile program istenilen amaçlar doğrultusunda izleyicilere sunulur.

İncelenen Sıcağı Sıcağına programları bütün olarak ele alındığında göze çarpan ilk şey programın dramatik yapıya uygun bir senaryo ile sunulmasıdır. Her program aynı yapıda ve belli bir bütünlük içerisinde verilmektedir. Programlarda yer alan olaylarda aynı şekilde sistematik bir yapı içinde işlenmektedir. Özet görüntülerin verilmesi; olayların sunuluş sırası; flash haberin seçimi ve özet görüntüsünün belli aralarla gösterimi; off ses kullanımı; canlandırmalar; gerçek görüntüler ve yapılan röportajlar arasında geçişler ve ritmik kurgu; sunucunun olayları anlatım dili ve sunumu, izleyicide yaratılmak istenen etki için çok sistemli ve dramatik bir yapıda kullanılmıştır. Ses efektlerinin, fon müziklerinin seçimi ve yineleme görüntülerinin ağırlıklı biçimde kullanılması ile yapının bütünü daha etkili ve kuvvetli bir hale getirilmiştir denilebilir.

Seçilen sunuculara bakıldığında, bu kişilerin habercilik dışındaki mesleklerden, dramatik anlatıma daha yatkın, ünlü ve görsel olarak televizyona uygun insanlardan oluştuğu ve bunların genelde sinema ya da tiyatro kökenli olduğu söylenebilir. İncelenen programın sunucusu olan Cem Kurtoğlu'nda da aynı özellikler görülmektedir. Bu kişilerin senaryolaştırılarak

hazırlanmış dramatik yapının anlatımı daha iyi vererek izleyici üzerinde etkili olabileceği söylenebilir.

2. İNCELENEN REALITY SHOW PROGRAMLARININ TOPLUMBİLİMSEL ÇÖZÜMLEME KAVRAMLARI VE KULLANIMLARI AÇISINDAN İRDELENMESİ

İncelenen örnek program “Sıcağı Sıcağına”, Toplumbilimsel Çözümleme Yöntemleri açısından ele alınarak bu yöntemde yer alan kavramların ve kullanımlarının program içindeki irdelenmesi yapılacaktır.

2.1. Kavramlar

Toplumbilimsel Çözümleme'nin temel kavramları arasında yer alan yabancılaşma, anomi, sınıf, sapkınlık, işlevselcilik, yaşam biçimleri, rol (toplumsal), toplumsallaşma, statü, stereotip, değerler, işlevsellik, bürokrasi ve cinsiyet (seks) örnek programlar içinde incelenecektir.

2.1.1. Yabancılaşma

İzlenen “Sıcağı Sıcağına” programlarının gerçek olayları dramatik bir yapı içinde sunması ve şiddet öğelerinin oluşturduğu konuları içermesi, izleyicilerin günlük yaşamına şiddetin daha fazla girmesine yol açmaktadır. İzleyicinin bu öğeleri içeren programlarla sıkça karşılaşması bir süre sonra bu öğelere ve olaylara tepkisiz kalmasına yol açabilir ki, bu yabancılaşma kavramı içinde verilebilir. Örneğin, izlenen programların her biri en az iki cinayet teması işlemektedir. Cinayet olgusunu, farklı yapılaş biçimleri ile izleyiciye sunan bu programlar sonucu, izleyici bir süre sonra bu olayı alışlagelmiş sıradan bir durum olarak görebilir ve önemsemeyebilir; bireyin topluma ya da toplumun bireye yabancılaşması sonucu doğabilir. Vurgulanması gereken

önemli bir nokta da cinayet temasını içeren bu olayların salt programın tüketimi ya da ürün satışını artırabilmek amacıyla ilgi çekici ve çarpıcı görüntülerle verilmesidir; olaylar gerçek nedenleri ve çözüm yolları araştırılmadan gösterilmektedir. Programı sunanların olaya bu amaçlar doğrultusunda yaklaşımı da yabancılaşmaya örnek teşkil edebilir.

Annesi tarafından ayağından zincire vurularak yaşamını sürdüren Nusret'in bu durumuna seyirci kalan çevresi (komşuları, akrabaları vb. gibi), tedavi ve eğitim yolu seçmek yerine en kolay çözümü seçen ve teklif edilen bu yardımları da geri çeviren ailesi yabancılaşma kavramına örnek gösterilebilir.

Nusret'in küçük ve karanlık bir odada çevresinden soyutlandırılmış şekilde yaşaması onun topluma yabancılaşmasına neden olabilir.

Kriz geçiren astımlı genç kızı nöbetçi olmadığı için bakmayan, nöbetçi doktoru bulun o muayene etsin diyen doktorun insanlığa ve insani duygulara yabancılaşması söz konusudur. Aynı zamanda bu hastanın ölümüne göz yumduğu için meslek ahlakına da aykırı davranış göstermiştir.

Yüzüne kezzap atılarak kötü bir görünüme sahip olan kadının, gündüz yerine gece dışarı çıkabilmesi, insanları ürkütmekten korktuğu için rahatça gezip dolaşamaması ve toplumdaki kaçması da yabancılaşmaya örnek verilebilir.

Güneşe hasret adı ile verilen olayda iki küçük kardeşin genetik bir hastalık sebebi ile kör olan gözleri ve şekil bozukluğuna uğrayan yüzleri programı sunanlar tarafından yakın çekimlerle ve ayrıntılı biçimde gösterilir ki bu da topluma yabancılaşan (toplumun duygularını hiçe sayan) program sunucularının yabancılaşması olarak tanımlanabilir.

2.1.2. Anomi

Programların genel yapısına baktığımızda konuları oluşturan kişilerin anomik olduğunu söyleyebiliriz. Oğlunu zeka geriliği yüzünden zincire vuran

bir annenin diğerk toplumsal ilişkilerinde normal davranışlar sergilemesi onun anomik yapıya sahip olduğu izlenimini vermektedir. Diğerk bir örnek ise “Denizli’de Vampir Dehşeti” adı altında verilen olayda görölmektedir. Karısını bunalım sonucu boğazından ısırarak kanını emen, bu işi serbest bırakıldıktan sonra tanımadığı bir başka inana da yapan adam ailesi tarafından savunulmakta ve korunmaktadır; aile bu amaçla şiddet sergilemekte ve anomik bir yapı oluşturmaktadır.

Bir kadının mutsuz olduğu için kocasının ölümünü istemesi; sevgilisinin ve arkadaşının bu amaçla adamı işkence yaparak öldürmeleri ve cinayet işlemeleri; cinayetin hemen sonrasında üçünün oturup içki alemi yapması ve devamında kadının sevgilisi ile cinsel ilişkiye girmesi anomik olarak nitelendirilebilir.

Kendisine sığınan akraba kıza kendi kızı ile birlikte işkence yapan kadının ve kızının davranışlarının anomik olduğu söylenebilir. Birbirleri ve çevreleri ile iyi geçinen, buna rağmen kendilerine sığınan kıza kaşığı ateşte kızdırıp vücudunun her yerine bastırma şeklinde işkence yapan bu kişiler yaptıkları işkence içeren davranışlarla anomik bir yapı sergilemektedirler.

Üvey çocuğunun vücudunda sigara söndüren, kızgın suyu döken kadının ve bunu çocuğun hakettiğini düşünen babanın kişilikleri de anomik bir yapıdadır.

Kendisinden ayrıldığı eski eşinin başkaları ile birlikte olmasını engellemek için bütün vücuduna kezzap döken koca; öz babasını öldürüp kanını emen vampir lakaplı adam ve onu suçlu görmek yerine karısını suçlayan aile de anomik yapı içinde bulunmaktadır. Daha önce karısının kanını emen sonra da çevrede başka kişilere aynı şeyi yapan Denizlili adama ailesinin arka çıktığını ve hatta babasının çekim yapmak isteyen ekibe koruma amacı ile saldırdığını görmüştük. Anomik yapı sergileyen aile de oğullarının cani davranışına maruz kalmıştır. Baba tarlada oğlu tarafından öldürölmüş ve sonra kanı emilmiştir. Aile bu olaydan sonra bile bu davranışı yadırgayıp adamın hasta ruhlu

olduğunu kabul etmek yerine, adamın ayrı yaşadığı karısını suçlamaktadır. Birini öldürmek hatta bu işi böyle sapıklık derecesinde yapmak ve bu tür olayları hoş görüp suçunu başka insanlarda aramak anomik davranışlar olarak nitelenebilir.

Kardeşi istemedikleri gençle evden kaçtı diye sinirlenen ağabey onun kız arkadaşlarını bu işte suçlar ve kardeşinin en samimi kız arkadaşını sokak ortasında öldürür. Bu da ağabeyin anomik bir kişi olduğunu göstermektedir.

İçki sofrası kurup arkadaşları ile alem yapan ağabey ve kardeşin tartışmaya girmeleri sonucu kardeş ağabeyini bıçaklayarak öldürür. Bu da anomik bir davranışı göstermektedir diyebiliriz.

2.1.3. Sınıf

Sunucu konu olarak seçilen olayların gösteriminden önce olayın kahramanları hakkında dramatik anlatım ve tasvirlerle bilgi veriyor. Konuları oluşturan insan grupları benzer özellikler sergilemektedir. Ekonomik durumlarının düşük seviyede olması; eğitim ve kültür seviyelerinin benzer ve düşük olması, yaşam mücadelelerinde ve koşullarında ortak olumsuzluklar taşımaları, konuları oluşturan bu insanların aynı sınıf içinde yer aldıklarını göstermektedir. Olayların görüntülediği çevrede (gecekondu, evler, çamur yollar gibi) bu kanıyı destekleyici bir yapı içermektedir. Fon müzikleri de sınıfları belirleyen öge olarak kullanılmaktadır.

İntihar olaylarını yapan kişiler genellikle sosyo-ekonomik açıdan düşük gelire ve kültüre sahip insanlar olarak göze çarpmaktadır. Olay konuları gecekondu semtlerinde kültür ve eğitim eksikliği içinde yetişen kişiler içinde geçmektedir.

2.1.4. Sapkınlık

Cinsellik ve cinsel tatmin kabul görmüş bir olgu olduğu halde bu tatmini küçük bir erkek çocuğuna tecavüz ile gerçekleştiren ve sonra da çocuğu öldüren adamın davranışı sapkınlık içeriyor denilebilir. Bir başka örnek ise karısına kızan adamın, sinirlendiği için karısının boynunu ısırıp, kanını emmesi olayıdır. Bu kavrama verilebilecek bir örnek de, temel içgüdü filminden esinlenerek cinsel ilişki sırasında kocasının ellerini yatağa bağlayarak bıçaklayan kadının davranışı ve kocasının olay karşısındaki tepkisizliği, kabullenışı, suç unsuru kabul etmeışı, sapkınlık kavramının sergilenmesi olarak verilebilir.

2.1.5. İşlevsellik

Bu kavramın Sıcağı Sıcağına programında; olayların dramatik bir anlatım çerçevesinde sunumu, sadece şiddet öğeleri ile gösterimi, neden-sonuç ilişkilerine ayrıntılı yer verilmemesi, toplumun genelini ilgilendiren konuların seçilmemesi ile işlevsizlik gibi zıt bir anlamda kullanıldığı söylenebilir. Kesin olmayan, doğruluğu kanıtlanmamış olayları da canlandırma ile gerçekmiş gibi izleyiciye gösteren Sıcağı Sıcağına programları bunları net bir şekilde araştırmaya bile gerek duymadan olmuştasına izleyiciye sunmaktadır. Tecavüz ettiği küçük erkek çocuğunu keserek yemek yaptığını söyleyen bir kişinin canlandırma ile bu işi nasıl gerçekleştirdiği verilmiş ve bunlar söylenti ve dedikodular üzerine gerçek olayı biçimlendirmiştir. Görüntü ve içerikle dramatik anlatım desteklenmiş, izleyici canlandırmalarda gördüğü olayın gerçekleşmesine ait sahneler katlanamaz hale getirilmiştir.

2.1.6. Yaşam biçimi

Sıcağı Sıcağına programlarında olay öncesi olayın geçtiği mekana (ev, kasaba, mahalle, sokak, çevre gibi) ait görüntüler izleyiciye sunulmakta ve olay kişilerinin yaşam biçimi vurgulanmaktadır. Duygu içerikli konularda da aynı yapı görülmektedir. Sağlık için izleyicinin maddi yardım yapması istenen konularda yardım yapılacak kişinin yakın çekimleri ile birlikte yaşam koşulları da gösterilir. Dolap olmadığı için yerlerde gezen eşyalar, küçük bir odaya dolmuş kalabalık aile üyeleri, giyimler, konuşma şekli, geçim kaynağı gibi öğeler izleyiciye sunulurken olayı kahramanının yaşam biçimini ve koşullarını görüp anlaması böylece yardım elini uzatması istenir.

2.1.7. Rol (Toplumsal)

Evlilik öncesi sevdiği adamla cinsel ilişkiye giren genç kız daha sonra sevgilisinin evli olduğunu öğrenir. Cinsel ilişki sonucu kendini onunla evlenmek zorunda gören genç kız bunun gerçekleşmeyeceğini anlayınca bunalıma girer. Çünkü durumundan dolayı başka erkeklerin onunla evlenmek istemeyeceğini düşünür ve yaşamak yerine intihar ederek ölmeyi seçer. Bekaretin evliliğe kadar korunması ailenin ve toplumun genç kıza yüklediği bir rol olarak verilebilir.

Yangında alevler arasında kalan çocuğunu kurtarmak için ateşin ve alevin arasına korkmadan, çekinmeden dalan kadının annelik rolünü en iyi şekilde üstlenmeye çalıştığı söylenebilir.

Çocukluğunda aile içi tartışmalar yüzünden ruhi bunalım geçiren erkek çocuk annesi tarafından zincire bağlı bir yaşama terk edilmiştir. Çevreden gelen maddi yardımların kesilmesinden çekindiği için oğlunu doktora götürmediği söylenen kadının anne rolünü topluma uygun şekilde üstlenmediği söylenebilir.

Doktorun astımlı genç kızı ölüme terketmesi onun doktorluk rolünü başarı ile sürdüremediğini göstermektedir. Bir başka olayda yine bir doktor sadece para kazanabilmek için önemli bir operasyonu steril olmayan muayenehanesinde gerçekleştirmiştir. Bunun sonucunda genç hastanın bütün vücudunu kaplayan iltihap onu ölümlle iç içe yaşamaya sevketmiştir. Bu doktor da nöbetçi olmadığı için astımlı kıza bakmayı reddeden diğer doktor gibi toplumun ve mesleklerinin onlara yüklediği hekimlik (insanları sağlığına kavuşturmak için çaba sarfetme) rolünü üstlenememişler ve iyi bir şekilde yapamamışlardır.

2.1.8. Toplumsallaşma

Bu kavram örnek programlarda sunucunun izleyicileri etkileme ve yönlendirme çabaları ile oluşabilir. Olay sonları verilen nasihatler, maddi yardım için izleyicilere yapılan çağrı mesajları kavramın oluşumunu içerebilecek öğelerdir ve biçimsel olmayan toplumsallaşmaya örnek gösterilebilir.

Astımlı genç kızı ölüme terk eden doktorun ceza görmesi için ilçe halkı birlik olmuş ve imza kampanyası ile diğer şikayetler de toplanmıştır. Bu da halkın insan sağlığına ve yaşamına önem verilmesi için biraraya geldiğini bir göstergesidir.

2.1.9. Statü

Bu kavram, program akışı içerisinde olayların gösterimi sonunda yer alan, konuya en doğru bilgiyi getireceği varsayılan kişilerin (plastik cerrah, psikiyatrist, genel cerrah gibi) toplum içinde üstlendikleri rollerle oluşmaktadır denilebilir.

2.1.10. Stereotip

İncelenen programları yapı ve sunum şekilleri açısından stereotip olarak ele alabiliriz. Konular ele alındığında neden-sonuç ilişkisine bakılmadan eylemler aynı sunum biçimi ile veriliyor denilebilir. Programın yapısı, sunucunun olayları anlatım dili, dramaik yapıyı oluşturmada izlenen yol gibi programa ilişkin bir çok ögenin klişeleştiği söylenebilir.

2.1.11. Değerler

Kültür bölümünde yer alan kültürel norm ve değerlerle ilgili özellikler buradaki değerler için de geçerlidir. İnsan davranışlarını belirleyen, belli bir yaptırım gücüne sahip olan kültürle norm ve değerler “toplumbilimsel çözümleme” içinde yer alan değerler kavramında belirlenmesini sağlarlar. Örneğin bizim toplumumuzdaki iyi ve kötü kavramı (iyi anne ya da kötü anne gibi) kültürümüzde yer alan norm ve değerlere göre belirlenir. Norm ve değerlerimize uygun olarak üstlendiğimiz rolleri gerçekleştirsek iyi tersi durumunda ise kötü ve yanlış davranmış oluruz.

İncelenen programların konularını oluşturan iyi ve kötü eğilimler örnek verilebilir. Cinayet, tecavüz, katliam, dayak, şiddet gösterimi, adam kaçırmaya gibi eğilimlerin kabul görmeyen, bireyler ve toplum tarafından hoş karşılanmayan kötü değerlere girdiği söylenebilir. Yardım etme, ilgi ve sevgi gösterme gibi eğilimler de iyi değerler arasında yer alabilir.

2.1.12. Bürokrasi

İncelenen örnek programlarda cinayet ve ölümlerle sonuçlanan olayların içinde bürokrasi kavramının var olduğu söylenebilir. Ölümlerin akrabalar

tarafından cesedinin alınması ya da götürülmesi ancak yetkili kişilerin inceleme ve onayından sonra mümkün olabilmektedir.

Genç bir hemşire tartışmalı ve sıkıntılı geçen evliliği yüzünden üç aylık kızını ve kendini öldürür. Cesetlerin kaldırılması ancak savcı geldikten sonra mümkün olacaktır ve savcı ertesi sabah gelir. Cesetler bürokratik engeller yüzünden bir günden fazla bir süre kaldırılamaz.

2.1.13. Cinsiyet (Seks)

Genç kız üvey anneden gördüğü işkenceye dayanamaz ve evden kaçarak kötü yola düşmemek için bir akraba kadının yanına sığınır. Bu kadından ve kızından da işkence görmeye başlar ama kötü yola düşmemek için bu işkenceye uzunca bir süre dayanmak zorunda kalır. Vücudu gördüğü işkenceyi çekemeyecek hale gelince bu programı (Sıcağı Sıcağına'yı) arar ve yardım ister. Bu olayda genç bir kızın cinsiyeti yüzünden işkenceden kaçamaması göze çarpmaktadır. Kadının yüklendiği cinsel rolün çok ön planda yer alması yüzünden bu kız kötü yola düşeceğinden korkmuş ve yataklık oluncaya kadar işkenceye göz yummuştur.

2.2. Kullanımlar

Bu bölümde kitle iletişim araçlarının sunduğu ve giderilmesine yardımcı olduğu ihtiyaçların hangilerinin örnek programlarda yer aldığı incelenecektir.

2.2.1. Merakın tatmini ve bilgilendirilmek

Sıcağı Sıcağına programlarında yer alan konuların haber amaçlı verildiği söylenebilir. Program içinde yer alan ve izleyicinin en fazla ilgisini çekeceği düşünülen haber, izleyici üzerinde daha fazla etki yaratabilmek için en çarpıcı ve şiddet dolu görüntülerle süslenir ve programın başından itibaren seçilen

özet görüntülerle flash haber şeklinde yer yer program içeriğinde sunulur ancak programın sonunda gösterilir. Böylece flash olayı izlemek isteyen seyirci programı sonuna kadar seyredebilir.

2.2.2. Duygu katılımı deneyimi

Sıcağı Sıcağına programını seyreden izleyicinin olaylara ve bu olayları oluşturan kişilere sevinme, üzülmeye gibi tepkiler göstermeleri, kişilerin psikolojik durumlarını paylaşmaları; bunlardan haz duymaları beklenir. İzleyen kişilerde de bu amaç görülebilir.

2.2.3. Taklit edecek modeller bulma

Bu programlarda verilen iyi değerlerin uygulanması beklenebilir. Bunun tersi durumlarında olduğu söylenebilir. İzlerken o kişilerin yaşamı ile özdeşleşen izleyici kendi yaşamına taklit edeceği kötü değerler ve olumsuz unsurlarda bulabilir. (İntihar, cinayet ve tecavüz gibi). Bu programları seyreden kişi, önce izleyerek öğrenip, sonra da bu programlara malzeme olabilir.

2.2.4. Özdeşlik kazanma

Kendi sıfatından insanların, yaşam biçimlerinin, problemlerinin yer aldığı olayları gören izleyici; bu benzerliklerden yola çıkarak özdeşlik kazanabilir. Gördüğü olayın ve kişinin tepkisinin, duygularının, düşüncelerinin kendisinininki ile benzer olması izleyicinin programa ilgisini ve katılımını arttırabilir.

2.2.5. Adalet inancımızın pekiştirilmesi

Sıcağı Sıcağına programlarında yer alan olaylarda kötü değerlerin içeren tecavüz, cinayet, şiddet gösterimi sonucunda davranışı sergileyen kişinin yetkililerce tutuklanması, hapse atılması, kötünün cezalandırılması izleyicinin görmek istediği sonu oluşturur. İncelenen programlarda yer alan olayların ancak bazılarının bu şekilde sona erdiği söylenebilir.

2.2.6. Başkalarının hatasını görmek

Yaşanan olumsuzlukların, sıkıntıların ve problemlerin sonucunda şiddet sergilenmesi ve bu yüzden olayların program konusu olması, izleyicinin bu olaylardan ve sonuçlarından bazı çıkarımlar yapmasına neden olabilir. İzleyici olayı yaşayan kişiyi ya kınar ya da aynı hatayı yaptıysa kendini daha az suçlu hisseder denilebilir.

2.2.7. Hoşa gitmeyen duygulardan (arınmak) temizlenmek

Bireyler, günlük yaşamlarında oluşan sıkıntı ve gerilimleri sanatsal yolla arındırmaktadırlar. Sıcağı Sıcağına programlarında gösterilen şiddetin bütün izleyenlerin gerçek hayatta şiddet uygulamalarını bir noktaya kadar önlediği söylenebilir. Bireyin, izlediği şiddet öğeleri içeren olaylarla doyuma ulaştığı, bunun devamında arınma ve rahatlama duygusu hissettiği böylelikle günlük hayatında daha az şiddet sergilediği söylenebilir.

2.2.8. Kötüleri eylemde görmek

Sıcağı Sıcağına'nın konu temasını oluşturan şiddet öğeleri içeren ve uygulayan kötü değerlere sahip karakterler, programın ilgi çekici noktasını

oluştururlar. Bu kişilerin eylemleri dramatik yapı ve görsel efektlerle süslenir ve izleyiciye sunulur. Programlarda yer alan kötülerin her türlü vahşeti sergileyebilmeleri, bunların canlandırma ile psikolojik etkiyi, gerilim ve stresi artırıcı biçimde verilmeleri izleyici ilgisini çeken öğelerdir.

BÖLÜM VIII

ÖZET, YARGI, ÖNERİLER

1. ÖZET

Çalışma sekiz bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde tezin hazırlanımını sağlayan problemin tanımına, amaç ve önemine, sınırlılıklarına, varsayımlarına ve araştırmanın yöntemine yer verilmiştir.

İkinci bölümde, insanların toplumsal varlıklar haline gelmesini, sosyal ilişkileri öğrenmelerini sağlayan “kültür” kavramına değinilmiş; kültür olgusu üzerinde durularak, tanımları, kültürel norm ve değerlerin neler olduğu, kültürel gelişim sürecinde alt kültürlerin oluşumu, kültürel yaşam ve iletişim ilişkisi anlatılmıştır.

İnsanoğlunun birlikte yaşamaya başlaması ve toplumsallaşmasıyla “iletişim” adı verilen kavramdaha önemli hale gelmiştir. Bu noktadan yola çıkılarak “İletişim ve Kitle İletişimi” adı altında ele alınan üçüncü bölümde ilk önce iletişim olgusuna değinilerek, yapılan tanımlamaları açıklanmıştır. Kültür ile iletişim arasındaki bağ anlatılmış; süreç kavramından yola çıkılarak iletişimin temel öğeleri ile amaç ve işlevleri verilmiştir. İletişimin sınıflandırılması yapıldıktan sonra kullanım biçimleri içinde en yaygını olan kitle iletişiminin tanımına, amaçlarına, işlevlerine ve sınıflandırılmasına değinilmiştir.

Dördüncü bölümde iletişim araçlarından en yaygın kullanıma sahip olduğu düşünülen televizyonun, Dünya’da ve Türkiye’de ortaya çıkışı ve gelişimi ele alınmıştır. Televizyonun kavram olarak tanımı, 19. ve 20.yüzyıllar arasındaki gelişimi ve günümüzde ulaştığı nokta incelenmiş, Türkiye’nin renkli ve çok kanallı televizyona geçiş dönemi anlatılmıştır. Televizyonun yaygın bir kitle iletişim aracı olması ve geniş bir halk kitlesine ulaşabilmesi bir takım sorumlulukları da beraberinde getirmiştir.

Beşinci bölüm; geniş bir izleyici kitlesine ulaşabilen televizyonun işlevlerine ve program türlerine ayrılmıştır. Bu bölümde televizyonun işlevlerinin neler olduğu ve yayınlarda yer alan programların hangi türler altında oluştuğu açıklanmıştır.

Altıncı bölümde, kitle iletişim ürünlerinin çözümlerine ilişkin yöntem ve yaklaşımlara yer verilmiş ve bu bağlamda; Göstergibilimsel, Marksist, Ruhbilimsel ve Toplumbilimsel çözümlerinin kavram ve kullanımları anlatılmıştır.

Yedinci bölümde; popüler kültürün bir uzantısı olduğu kabul edilen ve çok kanallı döneme geçişle televizyon yayınlarında yerini alan Reality Show program türlerinden biri olan “Sıcağı Sıcağına” programı yapısal olarak incelenmiş ve Toplumbilimsel çözümlerine yöntemi ile çözümlenmeye çalışılmıştır.

Sekizinci ve son bölüm ise; yapılan çalışmayı tamamlayan özet, sonuç ve önerilerden oluşmaktadır. Çalışmanın bitiminde varılan sonuçların neler olduğu, araştırılan konuların özeti ve çalışmaya dayalı öneriler bu bölümde açıklanmıştır.

2. YARGI

Reality show program türleri, içinde yer alan “Sıcağı Sıcağına” programlarında incelenen dört örneklem sonucunda bu programların aynı

yapıyı, anlatımı ve konulaştırmayı içerdiği söylenebilir. Örnek programların toplumbilimsel çözümleme yönteminin içerdiği kavramlar açısından yapılan inceleme sonucunda; şu bulgular ortaya çıkmıştır:

1-Programların desenlenen genel içerik yapısı izleyici kitlede yabancılaşmaya ilişkin özellikler taşıdığı söylenebilir.

2-Programlarda işlenen konu kahramanları anomik bir duruma zemin hazırlayan bir öge olarak nitelendirilebilir.

3-Programlara konu olan kişilerin bürokratik sıkıntılarla karşı karşıya kaldığı söylenebilir.

4-Programa konu olan bireylerin alt sosyo-ekonomik sınıflarda yer aldığı ve ekonomik sıkıntı çektiği, görüntülerde yer alan yaşam biçimleri ile belirlenmiştir. Bu durum da sınıf ve sınıf çatışması kavramlarına baz oluşturabilecek niteliktedir.

5-Programa konu olan bireylerde tecavüz ve şiddet sergileme gibi sapkın davranışların olduğu belirtilebilir.

6-Programlarda sosyo-ekonomik durumdan kötü durumda olan kişilerin genelde şiddet sergilediği, seçkinlerin ise bu açıdan bakıldığında programlarda fazla yer almadığı vurgulanabilir.

7-Programlar aşırı dozda şiddet ögesi taşımakta ve izleyici bir süre sonra bu vahşet içeren programları ya kanıksar ya da katlanamaz duruma gelmektedir. Bunun yanı sıra bu olayların gösterimi neden-sonuç ilişkisine dayandırılmamaktadır. Bu açıdan ele alındığında programların işlevselcilik açısından bozucu ve yıkıcı öğeler taşıdığı söylenebilir.

8-Programa konu olan kişilerin çoğunluğunun toplumsal yapıda kendilerine yüklenen rolleri istenilen şekilde yerine getiremedikleri ve bununla da program olaylarının kahramanı haline geldikleri varılan sonuçlar arasında gösterilebilir.

9-Program yapısı içerisinde yer alan sunucunun yorumlarını taşıyan sözde öneri türünde imişçesine yer verilen ancak gerçekteki nasihatların biçimsel olmayan toplumsallaşmayı oluşturucu unsur taşıdığı söylenebilir.

10-Reality Show programlarının popöler kültürün bir uzantısı olarak program türleri içinde yer aldığı ve seçtikleri örnek olayların alt kültüre (popöler kültüre) bağlı yaşam süren insanların hayatlarını içerdiği söylenebilir.

11-Kültürel norm ve değerlerin bu programlar içinde yer alan olayların ve insanların iyi ya da kötü olarak nitelendirilmesinde belirgin bir rol oynadığı belirtilebilir.

Programlar genel olarak ele alındığında; içerdikleri konular ve olaylar itibariyle izleyici hiddetlendirici, eğlendirici (şiddetin yol açtığı bir işlev), korkutucu ya da nefret doldurucu duygularla etkilediği görülebilir. Bunun sonucu olarak izleyicinin her an toplum için zararlı bir bireye dönüşebileceği gözardı edilmemelidir. İzleyicinin önce örnek olayları izleyerek öğrenmesi sonra da bunları yaşamına uygulayarak bu programlara malzeme olması sonucu doğabilecek olumsuzluk arasındadır.

Özel televizyon kanallarının rekabet ve kâr amacını düşünerek yayınlarında bu programlara yer vermesi; programları izlenme oranının yüksek olduğu zamanlar içerisinde sunması böylelikle kan, şiddet, vahşet gibi öğeleri toplumun günlük yaşamı içerisinde bir eğlence amacı ile göstermesi, bireylerin ve zamanla da toplumun bu tip olaylara ve değerlere duyarsızlaşmasını ve hatta yabancılaşmasını sağlayabilir.

3. ÖNERİLER

Araştırma; reality show program türüne örnek olan "Sıcağı Sıcağına" programının, kitle iletişiminde çözümleme yöntemlerinden biri olan toplumbilimsel çözümleme yönteminin içerdiği kavramların incelenmesi ile sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda verilebilecek öneriler üç bölümde oluşturulabilir:

1.Araştırma örneği Türkiye'de yayınlanan reality show programlarından seçilmiştir. İleride yapılabilecek daha kapsamlı araştırmalarda, diğer ülke

televizyonlarında yer alan reality show program örneklerind araştırmaya dahil edilerek incelenebilir ve elde edilen veriler Türkiye’de yer alan araştırma örneklerindeki veriler ile karşılaştırılabilir.

2.Araştırma örneği kitle iletişiminde çözümlene yöntemlerinden biri olan toplumbilimsel çözümlene içinde incelenmiştir. Kitle iletişiminde yer alan diğer çözümlene yöntemleri tek tek ele alınarak program örneklerinin çözümlenesinin yapıldığı benzer araştırmalar desenlenebilir.

3.Araştırma izleyici ağıısından ele alınarak; programların izleyici kitlesi, izleme nedenleri ve izleyiciye yönelik etkisinin arandığı alan araştırması buna bağlı olarak da anket hazırlanması yapılabilir.

Araştırmanın sonuçlarının bir yol gösterici olabileceği düşünülürse, reality show programlarını hazırlayan yapım aşamasında karar verici olarak yer alan kişiler; eğitime, bilgilendirme ve eğlendirme gibi televizyonun işlevlerinin verilen tanımları doğrultusunda yeni program yapıları ve içerikleri oluşturabilirler.

KAYNAKÇA

- ALEMDAR, Korkmaz-Raşit KAYA. **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar**. Savaş Yayınları, Ankara, 1983.
- ALEMDAR, Korkmaz-İrfan ERDOĞAN. **Popüler Kültür ve İletişim**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994.
- AND, Metin-Ergun ŞENLİK-Erkan CANAK. **Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1981.
- AŞKUN, İnal Cem. "Kültürel İletişim Politikası", **Anadolu Üniversitesi AÖF İletişim Bilimleri Kurgu Dergisi Sayı 7**, AÖF Yayın No: 149, Eskişehir, 1990.
- _____. "İletişimin Kavramsal Anlamı Üzerine Düşünceleri", **Anadolu Üniversitesi AÖF İletişim Bilimleri Kurgu Dergisi Sayı:6**, AÖF Yayınları, Eskişehir, 1989.
- AYMAZ, Göksel. **Kitle İletişiminde Meta Seyri ve "Reality Show"**, **Evensel Kültür Dergisi**, Sayı: 27, İstanbul, Mart 1994.
- AZİZ, Aysel. **Radyo ve Televizyonla Eğitim**, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Araştırma Merkezi Yayın No:2, Ankara, 1982.
- _____. **Radyo ve Televizyona Giriş**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Yayın No:393, Ankara, 1976.

BATMAZ, Veysel. "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar",
İletişim, Sayı: 1, 1981.

BAYMUR, Feriha. **Genel Psikoloji**. İnkılap ve Aka Kitapevleri, Geliştirilmiş
5.Baskı, İstanbul, 1989.

BERBEROĞLU, Güneş N. **Basın İşletmeciliği**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları
No: 34, İstanbul, 1991.

BERGER, Arthur Asa. **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, (Çev.:
Nazlı KIRMIZI, Murat BARKAN, A.Haluk YÜKSEL), Ana.Üni.Eğit.Sağ.ve
Bil.Araş. Çalışmaları Vakfı Yay.No: 91, Eskişehir, 1996.

BURKE, Peter. **Tarih ve Toplumsal Kuram**. (Çev: Mete TUNÇAY), Tarih Vakfı
Yurt Yayınları, İstanbul, 1994.

BURTON, Graeme. **Görünenden Fazlası**. (Çev: Nefin DİNÇ), Alan Yayıncılık,
İstanbul, 1995.

CERECİ, Sedat. **Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum**. Şule Yayınları, İstanbul,
1992.

ÇALIŞLAR, Aziz. **Ulusal Kültür ve Sanat**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1988.

ÇELEBİ, Nilgün. **Sosyoloji Nedir?** Atilla Kitapevi, Ankara, 1996.

DEMİRAY, Uğur. **İletişimötesi İletişim**. Turkuaz Yayınları, Bilimsel Araştırma
Dizisi No: 943, Eskişehir, 1994.

DOĞAN, Atilla. "Kitle Kültürü Karşısında Seçkin Kültür ve Türkiye'deki Durumu",
Anadolu Üniversitesi AÖF İletişim Bilimleri Dergisi Kurgu Sayı:7,
AÖF Yayınları No: 149, Eskişehir, Ocak, 1990.

DOĞAN, İsmail. **Sosyoloji**. Sistem Yayıncılık, Ankara, 1995.

DÖKMEN, Üstün. **İletişim Çatışmaları ve Empati**. Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1995.

DURMAZ, Ahmet. **Televizyon Tekniği 1**. Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları No: 393, Eskişehir, 1994.

DURMAZ, Berrin. Televizyon Haber Programlarında Gerçekliğin Sunumu, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 1996.

DÜNDAR, Can. "Televizyon ve Şiddet", **Şiddet Dergisi**, Sayı: 6-7 Kış-Bahar 96, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1996.

DÜNDAR, Can-Nuri ÇOLAKOĞLU-Ünsal OSKAY. **El, Dil, Göz, Kulak: İletişim İşim**, Salı Toplantıları 93-94, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1994.

ERDOĞAN, İ.-K.ALEMDAR. **İletişim ve Toplum**. Ankara: Bilgi Yayınevi, 1990.

ESSLIN, Martin. **Televizyon Beyaz Camın Arkası**. (Çev: Murat ÇİFTKAYA), Pınar Yayınları No: 55, İstanbul, 1991.

GENÇTAN, Engin. **Psikanaliz ve Sonrası**. Remzi Kitabevi, Geliştirilmiş 5.Baskı, İstanbul, 1993.

GOULDNER, Alvin W. **The Dialectic of Ideology and Technology**. MacMillan Press, 1976.

GÖKÇE, Orhan. **İletişim Bilimine Giriş**. Turhan Kitabevi, Ankara, 1993.

GÖNÜLLÜ, Erdoğan. **Milliyet Gazetesi**, 21.Temmuz.1980.

GÜÇHAN, Naci. **Sistem Yaklaşımı İle Televizyon Eğitim Program Yapımı**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 286, Eskişehir, 1988.

GRÖOMBRIDGE, Brian. **Televizyon ve İnsanlar**. (Çev: İbrahim ŞENER), Der Yayınları No:120, İstanbul.

_____. **Televizyon ve Toplum**. İstanbul Reklam Yayınları No:41, İstanbul, 1976.

GÜLİZAR, Jülide. **TRT Meydan Savaşı**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1995.

GÜLER, Deniz. **Eğitim İletişimi Kurumu Olarak Çocuk Televizyonu ve Uygulamaları ile Bir Model Önerisi**. Anadolu Üniversitesi Yayınları No:533, Eskişehir, 1991.

GÜVENÇ, Bozkurt. **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1984.

_____. **Kültür Konusu ve Sorunlarımız**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1985.

_____. **Antropoloji (İnsan Bilim)**. Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları No:340, Eskişehir, 1993.

HANÇERLİOĞLU, Orhan. **Felsefe Sözlüğü**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1993.

KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem. **İnsan ve İnsanlar**. Evrim Yayınevi, Geliştirilmiş 7. Baskı, İstanbul, 1988.

KAYA, Raşit, A. **Kitle İletişim Sistemleri**, Teori Yayınları, Ankara, 1985.

KILIÇ, Levend. **Televizyon Eğitim Programlarında Yapım-Yönetim**. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:110, Eskişehir, 1987.

KOŖGAR, Emre. **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1981.

MICHAUD, Yves. **Şiddet**. (Çev: Cem MUHTAROğLU), Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları Yeni Yüzyıl Kitaplığı.

McQUAIL, Denis. **Kitle İletişim Kuramı (Giriş)**. (Çev: A.Haluk YÜKSEL), Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir, 1994.

McQUAIL, D.-Sven, WINDAHL, **Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri**. (Çev: Uğur DEMİRAY-Banu DAğTAŞ), Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağ. ve Bil.Araş.Çalışmaları Vakfı Yayınları, No: 92, Eskişehir,1994.

MOLES, Abraham A. **Kültürün Toplumsal Dinamiği**, (Çev: Nuri BİLGİN), Ege Üniversitesi, İzmir, 1983.

MUTLU, Erol . **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınevi, Ankara, 1993.

_____. **Televizyonu Anlamak**. Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991.

OSKAY, Ünsal. "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları", EİTİA, **TÖEF Dergisi**, Sayı:3, Ekim, 1980.

_____. **İletişimin ABC'si**. Simavi Yayınları, ABC Dizisi:9, İstanbul, 1994.

_____. **XIX.Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**. Der Yayınları, İstanbul, 1993.

OZANKAYA, Özer. **Toplumbilime Giriş**. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayın No: 431, Ankara, 1979.

_____. **Toplumbilim**, Cem Yayınevi, Genişletilmiş 8.basım, İstanbul, 1994.

ÖNGÖREN, M.Tali. **Televizyon Kılavuzu**, Milliyet Yayınları, Eylül 1972.

_____. **İletişim**, AİTİA Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yayın No:8, Ankara, 1982.

ÖZBEK, Meral. **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.

ÖZKALP, Enver. **Sosyolojiye Giriş**, Anadolu Ün. Eğitim, Sağlık ve Bil.Araş.Çalışmaları Vakfı Yay.No: 87, Eskişehir, 1994.

ÖZKÖK, Ertuğrul. **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Tan Yay., Ankara, 1985.

_____. **Sanat, İletişim ve İktidar**, Tan Yayınları, Ankara, 1982.

PARSA, Seyide. **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:3, İzmir, 1993.

RICHES, David. **Antropolojik Açından Şiddet**. (Çev: Dilek HATTATOĞLU), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1989.

RİFAT, M.- S. Rifat, **Göstergebilimsel Serüven**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, Geliştirilmiş 2.Baskı, 1993.

RİGEL, Nurdoğan. Satılık Gerçek, Hediyesi Şiddet, **AÖF Dergisi**, Sayı: 2, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1995.

_____. **Şahlanan Şiddet**, Der Yayınları, İstanbul, 1995.

SARIOĞLU, Güner. **Televizyon Program Yapımı ve Yönetimi**. Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1976.

SEVERIN, Werner -James W. TANKARD, Wr. **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları.** (Çeviren: Ali Atıf BİR-Serdar SEVER). Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir, 1994.

SHILS, Edward. **Center and Periphery. Essay in Macrosociology,** Chicago Press, 1975.

SWALLOW, Norman. **Televizyonun Gerçek Gücü.** (Çev: Süheyl GÜRBAŞKAN), Reklam Yayınları No:32, İstanbul, 1973.

ŞENER, Erman. **Televizyon Video,** İmge Yayıncılık, Ankara, 1984.

ŞENYAPILI, Önder. **Toplum ve İletişim.** Turhan Kitabevi, Bilimsel Eserler Dizisi No: 8, Ankara, 1981.

TAMER, Kezban. **“İletişim”, Davranış Bilimleri (2),** Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları No:59, Eskişehir, 1986.

TEKARSLAN, Erdal- A.Can BAYSAL- Hüner ŞENCAN- Tanıl KILINÇ, **Sosyalpsikoloji,** Filiz Kitabevi, İstanbul, 1989.

TOLAN, Barlas. **Toplumbilimlerine Giriş.** Ankara: Kalite Matbaası, 1975.

TURAM, Emir. **Medyanın Siyasi Hayatta Etkileri,** İrfan Yayıncılık, İstanbul, 1994.

_____. **“2000’li Yıllara Doğru” Türkiye’de TV.** Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1996.

USLUATA, Ayseli. **İletişim.** Cep Üniversitesi İletişim Yayınları, İstanbul, 1995.

UYGUR, Nermi. **Kültür Kuramı,** Remzi Kitabevi, İstanbul, 1984.

WICKS, Kacit. "Televizyon". **Bilim ve Teknik Dergisi**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1977.

YENGİN, Hülya. **Ekranın Büyüsü**, Der Yayınları, İstanbul, 1994.

YÜKSEL, A.Haluk. **Atatürkçü Düşünce Sisteminde Kültürel İletişimin Modele Dayalı Boyutları**. Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları No: 123, Eskişehir, 1987.

_____. "İletişim Süreci ve Sistem Yaklaşımı Açısından İletişim Sürecinin İncelenmesi", **Anadolu Üniversitesi AÖF İletişim Bilimleri Kurgu Dergisi Sayı:6**, 1989.

_____. "İletişimin Toplumsal Boyutu Olarak Kitle İletişimi", **Anadolu Üniversitesi AÖF İletişim Bilimleri Kurgu Dergisi Sayı:7**, No: 149, Eskişehir, 1990.

_____. **Bireylerarası İletişime Giriş**. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları No: 96, Eskişehir, 1994.

ZILLIOĞLU, Merih. **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1993.

_____. **İletişime Giriş**. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Yüksekokulu Yayın No: 6, Eskişehir, 1992.

ZILLIOĞLU, Merih-YÜKSEL, A.Haluk, **İletişim Bilgisi**. Anadolu Üniversitesi, AÖF Yayınları No: 369, Eskişehir, 1994.