

DİJİTAL ÇAĞDA SİNEMA VE TELEVİZYON

Editör

Yavuz KÜÇÜKALKAN

Paradigma Akademi



DİJİTAL ÇAĞDA SİNEMA VE TELEVİZYON

Editör

Yavuz KÜÇÜKALKAN

ISBN: 978-625-6957-56-5

Paradigma Akademi Yayınları

Sertifika No: 69606

Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım

Fetvane Sokak No: 29/A

ÇANAKKALE

e-mail: fahrigoker@gmail.com

Yayın Sorumlusu

Nevin SUR

Kapak

Himmet AKSOY

Matbaa

Bulut Dijital Matbaa LTD. ŞTİ.

Sertifika No: 48120

Kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.

Bu Kitap T.C. Kültür Bakanlığından alınan bandrol ve
ISBN ile satılmaktadır. Bandrolsüz kitap almayınız.

Aralık 2022

Paradigma Akademi



ÖNSÖZ

İnsanlığın tarihi aynı zamanda insanın araçlarının da tarihidir. Bilgi birikimindeki gelişim tekniği ve teknolojiyi ve dolayısıyla araçları ve insan yaşamını da değiştirmiştir. Tekniğin, teknolojinin gelişimi sayesinde icat olunan sinema ve televizyon, teknolojideki gelişimden fazlasıyla etkilenmekte ve yeni imkanlara kavuşmaktadır. Sinema ve televizyon, aralarında kısa bir zaman aralığı olmakla birlikte, yirminci yüzyılın kitle iletişim araçları olarak kabul edilmektedir. Son yüzyıldaki değişimler kitle iletişim aracı olarak televizyonu ve hem kitle iletişim aracı hem de yedinci sanat olarak sinemayı oldukça etkilemiştir.

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ABD merkezli olarak bilgisayar ve internet teknolojisi gelişmiştir. Bu teknolojinin gelişimi sinema ve televizyona yirminci yüzyılın sonlarında yansımaya başlamış ve geri dönüşü olmayacak şekilde değişimlere neden olmuştur. Sinemada dijital teknoloji hem üretim ve yapım, hem de gösterim sürecini kökten değiştirmiştir. Dijitalleşme sinemaya öncelikle kurgu aşamasında girerken zamanla yapım ve gösterim aşamaları da dijitalleşmiştir. Günümüzde bir film tamamen dijital olarak üretilip gösterilebilmektedir. Bu durum yedinci sanat olarak sinemanın estetiğini de etkilemektedir.

Televizyon da dijitalleşmeden payını almış, hem üretim hem de yayıncılık aşamaları dijitalleşmiştir. Son dönemde televizyonlar da dijital dünyada, internette yerini almıştır. Yeni medya, yayıncılığın yeni mecrası olmuştur. Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş başlamış, hatta yoğunlaşmıştır. Dijitalleşme, hayatın her alanına sirayet etmiş ve hakim olmuştur. Kuşak ayrımları yapılmış ve dijitalin içine doğan yeni bir nesil ortaya çıkmıştır. Yıllar geçtikçe de dijital çağa doğan insanların sayısı çoğalmaktadır. Dolayısıyla, dijitalleşmenin etkisi hem araçlar nezdinde hem de insani açıdan artmaktadır.

Editör

Dr. Yavuz Küçükalkan

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
FİLM AFİŞLERİNDE İMGELER: SAUL BASS FİLM AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEMESİ.....	17
<i>Kaan Alp ULUDERE - Serkan ÖZTÜRK</i>	
SOVYET PROPAGANDASINDA “ÖĞRENİLMEMİŞ BİR DERS” ÇİZGİ FİLMİ ÜZERİNDEN DENAZİFİKASYON SÜRECİNİN ELEŞTİRİSİ.....	41
<i>Abdülhakim Bahadır DARI - Caner ÇAKI - Özkan AVCI</i>	
TOPLUMSAL BELLEĞİN İNŞASI VE TİTO'NUN SİNEMASI SİRBİSTAN PLATOSU ÖRNEĞİ.....	53
<i>Doç. Dr. Sibel AKOVA - Doç. Dr. Gökmen KANTAR</i>	
POSTMODERNİZM VE SİNEMA.....	69
<i>Doç.Dr. Ufuk UĞUR - Doç.Dr. Adem YÜCEL</i>	
TELEVİZYON ANLATI YAPISI VE PROGRAM FORMATI YAKLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	89
<i>Mustafa KARA</i>	
MESLEK TEMSİLLERİNİN TÜRK SİNEMASI VE MEZAR TAŞLARINA YANSIMALARI HAKKINDA ANALİTİK BİR İNCELEME (1950-1990)	105
<i>Menderes AKDAĞ</i>	
SİNEMADA KURGUSAL GERÇEKLİK VE İDEOLOJİ	131
<i>Murat TAŞDAN - Serkan ÖZTÜRK</i>	
SAĞLIK İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA KAMU SPOTLARI ANALİZİ	153
<i>Cenk DEMİRKIRAN - Sibel AKOVA Gamze ÖZTÜRK</i>	
TELEVİZYON İZLEYİCİSİNİN DİJİTAL PLATFORMLARLA BİRLİKTE DEĞİŞİMİ: İZLEYİCİNİN SONU MU?.....	177
<i>Esra CİZMECİ ÜMİT</i>	

SİMÜLASYON EVRENİ OLARAK METAVERSE: SIFIR(0) VE BİR(1) OLARAK SİMONE(S1M0NE)

Yavuz KÜÇÜKALKAN¹
Demet YALÇIN²

Giriş

İnsanların daha önce gerçekleşmesini dahi hayal edemeyeceği her türlü görüntü günümüzde mümkün hale gelmiştir. Öyle ki bireyler genetik formüllerini değiştirebilmektedir. İnsanlar bilgi işlem teknolojisinin sağladığı imkânlar ile her türlü görüntüyü değiştirebilmekte hatta yoktan var edebilmektedir. Sanal ilerlemeler neticesinde dijital teknoloji ve bilgi işlem teknolojisi tüm yayın ağlarında hâkim bir güç olmayı hedeflemektedir. Görüntülerin bu teknolojiler tarafından gerçekliğinden kopartılarak sanal hale getirilmediği sürece hiçbir görüntü arzulanabilir nitelikte olmayacaktır. Örneğin fotoğrafçılık teknolojisinde görüntünün gerçekliğinin değişiminin yaygın hale gelmesi ve uygulanmasıyla hipergerçekliğin hâkim olması için büyük bir istek oluşmuştur (Çimen, 2018: 443). Günümüzde özellikle film sektöründe dijital teknolojilerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. İnsan aklının alamayacağı gerçekliğin çok ötesinde görsel şölen sunan sanal dünyalar gerçek dünyanın yerini alırken “Avatar” adı verilen ve bilgisayar ortamında yaratılan oyuncular insanların yerini almıştır. Gerçekten daha gerçek olan fiziki bir bağlamı olmayan sanal, insanın varlığının silindiği, insanların izlemekle yetindiği, kanıksadığı, hayran kaldığı göstergeler sanal ortamları normalleştiren bir hızla toplum geneline yayılmaya devam ediyor. Bu ortamlar insanları pasifize ederek sadece görmeyi, izlemeyi sunmakta, insanlar sadece izleyici olarak konumlanmaktadır. Görsel şölene katılan insanlar, kendilerine sunulan ve karşlarına konan ışık gölge oyunlarına, nesnelerin ışıkla, renklerle, aydınlık ve karanlıkla sunumuna odaklanmakta, görüntünün büyüyle yetinmektedir (Yücel ve Uğur, 2018).

Dijital teknoloji gündelik hayatın her anına girmiş ve etki alanını gün geçtikçe genişletmiştir. İnsanlar artık dijital dünyanın kıyısında hatta içinde yaşamaktadır. Gündelik ilişkiler bile sanal ortama taşınmış, iletişim yeni medya ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleşir olmuştur. Özellikle internet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte metaverse adı verilen gerçeklik evrenleri, üç boyutlu ortamları ile yeni sanal dünyaların kapılarını insanlara açmıştır. 3D, VR lensler, gelişen bilgisayar teknolojileri ile gerçeklik hissini artıran gelişmeler bu alana ilgiyi artırmaktadır.

Metaverse, hastalara psikoterapide kullanılacak kadar sürükleyici bir deneyim sunar. İnsanlar mitlerin ve romanların gerçekçi olmadığını bilirler ama etkilenirler. Benzer şekilde, Metaverse gerçek dünya değildir; ancak somut bir his sağlayabilir. Bu sebeple sürükleyici, kullanıcı etkileşimli hikâyelere dayalı hizmetler sunabilir. Bu şekildeki yaklaşımın temsili bir

¹ Dr. Öğr. Üye. Yalova Üniversitesi, yavuz.kucukalkan@yalova.edu.tr.

² Arş. Gör. Yalova Üniversitesi, demet.yalcin@yalova.edu.tr

örneği, iki yönlü etkileşime dayalı bir oyundur. Metaverse'ye gerçek dünya gibi hizmet verebilmek için, varlıklı bir ortamda sorunsuz ve eşzamanlı etkileşim kurabilmek gerekir. Sürdürülebilir bir metaverse'i sürdürmek için, bu etkileşimlere dayalı olarak kullanıcılar arasındaki ekonomik faaliyet devam etmelidir. Metaverse, bileşenin bakış açısından donanım, yazılım ve içerik olarak açıklanabilir (Park and Kim, 2017: 9).

Bugün sanal evrende insanlar kendi avatarlarını oluşturarak bu dijital ortamlarda var olmaktadır. İleriki süreçlerde gelişen teknolojiler ile dijital ortamların yapay zekâyâ sahip olabileceği öngörülmektedir. Bir noktada bu ortamlarda var olan ve kendi gelişimi üzerinde söz sahibi olan sanal kullanıcıların eylemleri, gelişen sanal teknolojilerin zekâsına yenik düşme endişesi geleceğin kompo teorileri arasındadır. Nitekim buna iyi örneklerden biri kafaya entegre edilen bir cihazla gerçekleştirilen zihin iletişimidir. Cihaz sayesinde bireye sorulan sorular birey tarafından düşünce ile cihaza iletiyor. Cihaz bu soruları internet üzerinden bularak titreşimle insan beynine iletiyor. Sistem, internet ve yapay zekâyâ ikinci bir kişi olarak beyine yerleştiriyor ve kullanıcıların yeteneklerini geliştirmeyi hedefliyor. Bu gibi teknolojik buluşlar metaverse evrenlerin gelecekteki gelişimini hayal ötesi bir konuma taşımaktadır.

Ortaya çıktığı andan itibaren teknolojiyle yakın bir ilişkide olan sinema sanatı, “*Bir Trenin Gara Gelişi*” gibi belge niteliği taşıyan görüntülerin ötesine geçmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle sinema sanatı bütünüyle bilgisayar ortamında oluşturulan filmlere zemin hazırlamıştır (Öztürk ve Odabaş, 2017: 98). Hızlı gelişmelerle sıklıkla öne çıkan dijitalleşme, hareketli görüntü sanatında önemli bir yer tutmaktadır. Dijitalleşme film üretim, dağıtım ve gösterim evrelerini değiştirerek film diline kadar etki etmiştir. Dijital sinema teknolojileri, önceki iletişim şekillerine oranla daha fazla insanla sık sık etkileşime girmeyi, film çekim ve dağıtım sürecinin daha ucuz olmasını sağlamıştır (Sunal, 2016: 306).

Bütün bu gelişmeler sinemada gerçeklik tartışmalarını artırmıştır. Sinema sanatını gerçeğe olabildiğince yakınlaştırma isteği bu işi icra eden sanatçı ve kuramcılar zaman zaman karşı karşıya bırakmıştır. Günümüze gelindiğinde ise sinemanın gerçeklik ile ilişkisinin kapsamı ele alındığında bu yolda ilerleme kaydedildiği ifade edilebilir (Öztürk, 2017: 186). Ancak buradaki gelişme seyircideki gerçeklik hissinde gerçekleşmekte, dijitalleşmeyle birlikte sinema gerçeklikten gün geçtikçe daha fazla uzaklaşmaktadır.

Bu çalışmada 2002 yapımı Simone (Yön: Andrew Niccol) filminin Baudrillard'ın Simülasyon kuramı ve metaverse bağlamında çözümlemesi yapılmıştır. Dijitalleşmeyle birlikte gerçeklik kavramının belirsizleştiği, oyuncu ve fiziki mekân kavramlarının yok edilerek sanal gerçeklikte üretilen filmler, yeni bir içerik üretim alanı ve önemli bir sektörel tür olarak film izleyicisinin ilgisini çekmektedir. Bu bağlamda bu alanın gerçek-sanal ilişkisinin film sektörünün geleceğini öngörme bağlamında önemli bir literatür olması amaçlanmaktadır.

1. Simülasyon Evreni

1970'li yıllarda Fransız düşünür ve sosyolog Jean Baudrillard'ın düşünce dünyası ile şekillendirmeye başladığı simülasyon evreni, 1980'li yılların başında kuram olarak literatürde yerini almıştır. Simülasyon kuramı içerik ve amaç olarak dünya geneli bir perspektif sunmakla birlikte temelde Batı uygarlığını içine almaktadır. Kurama göre Batı belirledikleri amaçlara

ulaşmanın ötesini aşarak illüzyonlarını kaybetmiştir. Batılı toplumlar, bu kaybedişle birlikte hangi yöne doğru ilerleyeceklerini bilemez bir hale gelmiş, kısır bir döngü içerisine girmiştir. Başka bir ifade ile Batı uygarlığı içerik, ideolojik, politik, felsefi ve kültürel bağlamda model olma niteliğini yani simgesel anlamını kaybetmiştir. Maddi olarak sahipliğini kaybetmemek için ise bitmişliğini saklama çabası içerisine girmiştir. Simülasyon evreni bu bitmişliğin saklanmaya çalışıldığı evrendir (Adanır, 2008: 13).

Simülakr, simülasyon, simüle etmek ve hiper-gerçeklik kavramları Simülasyon kuramında öne çıkan kavramlardır. Baudrillard'a (2010: 7) göre simülakr, bir gerçeklik olarak algılanmak istenen görünümdür. Baudrillard, simülasyon kavramını bir araç, makine, sistem veya bir olguya özgü olan işleyiş şeklinin gösterilme ya da ifade edilme hedefiyle bir maket ya da bilgisayar programı vasıtasıyla yapay olarak tekrardan üretilmesi şeklinde tanımlarken simüle etmek kavramını ise gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi gösterme uğraşı içerisinde olmak şeklinde tanımlamaktadır. Hiper-gerçeklik kavramını ise Dündar (2012: 119) geçmiş-gelecek, ben-öteki, birey-toplum, izleyici-sahne gibi kavramlar arası zıtlıkların anlamını kaybettiği, gerçek ile sanal kurgu gibi gerçek olmayan arasındaki farkın ortadan kalktığı durum olarak ifade etmektedir.

İmgeye özgü aşamalar aşağıda sıralanmıştır:

- Derin bir gerçekliğin yansımaları olarak imge
- Derin bir gerçekliği saklayan ve değiştiren imge
- Derin bir gerçekliğin yokluğunu saklayan imge
- Gerçekliğin hiçbir çeşidiyle bağlantılı olmayan, kendi kendinin saf simülakrı olan imge (Baudrillard, 2010: 20).

Birinci durumdaki imge, bir çeşit ayın görevi üstlendiği için olumlu niteliktedir. İkinci durumdaki imge büyü çeşidi gibi olumsuz niteliktedir. Üçüncü durumda olan imge, bir görünümün yerine geçerek büyüleme aracı olma çabasıdadır. Dördüncü durumda olan imge ise artık görüntü düzenine ait değildir. Bu son aşama simülasyon düzenine ait olan bir şeydir (Baudrillard, 2010: 20).

Rönesans'tan bugüne değer yasasındaki değişmelerle doğru orantılı olarak meydana gelen simülakr düzeni şöyle sıralanmaktadır:

1. Rönesans'tan sanayi devrimine klasik dönemi belirleyen biçim kopyalama
2. Sanayileşme dönemine egemen biçim üretim
3. Kodun belirlendiği güncel evredeyse egemen biçim olarak simülasyon
4. Gerçeklikle bütün bağlantısı kopan bütünsel gerçeklik (Philips'ten aktaran Çimen, 2018: 103).

Birinci sıradaki simülakr düzeni doğal değer yasası, ikinci simülakr düzeni ticari değer yasası, üçüncü simülakr düzeni ise yapısal değer yasası tarafından belirlenmektedir. Dördüncü sırada

ise her şey trans hale gelmiştir. Gerçekliği ve yanılmamayı sonlandırarak bir tür gerçeklik üstü aşamadır. Gerçekliğin yerine geçen model ve kodlar sonsuz sayıda üretilebilirler (Çimen, 2018: 103-104).

Başlangıç ve bitişi muğlaklaşan gerçeklikten daha tehlikeli olanın sistemin gerçeklik adına ürettiği her şeyin gerçekliğin kendisi haline gelmesi ve bu gerçekliği üreten şeyin ise simülasyonun tekeline geçebilmesidir. Bilimin simülasyona dönüşmesi durumu da böyle bir ifadenin sonucudur. Temel mantıkta gösterge ve gerçeklik arasında eşdeğerlilik oluşturan gerçekliğin tabiatına zararı olmayan tekrardan canlandırma, simülasyonun değerlerinin karşısında olmasından dolayı sistemce kabul edilmemektedir. Simülasyonu gerçek olmanın ötesinde sahte bir tekrardan canlandırma olarak kabul eden gerçek, yeniden canlandırmaya karşı simülasyon yeniden canlandırmanın tüm değerlerini kendi hizmetine geçirebilen simülakrlar üretmektedir. Gerçekliğin tüm sürecine ilgisiz kalan ve sadece kendi kendini üretme kaygısı taşıyan imgenin, simülakrlara hizmet etmesiyle yeniden canlandırma devre dışı kalmıştır. Aslından daha gerçek olan bir stratejinin devamlılığı sistemin ana temasına dönüşmüştür. Artık gerçekten daha orijinal, özgün olan bir gerçek evrende hayat idame ettirilmektedir Sistemde gösterge olabilen her şey sürekli ikizini üretebilmektedir (Çimen, 2018: 91-92).

Baudrillard'ın, somut örneklerle ifade ettiği simülasyon evreninde her şey sistemin sürekliliği için insana dayatılmaktadır. Bu dayatma hayatın bütününe öyle bir etkisi altına almıştır ki insanlar bunun bir dayatma olduğunu fark etmez. Anormal olan bu fark edilmezlik, herkesin ve her şeyin de anormal bir yapıda olduğu bir evrende gerçekleşmesinden dolayı ortaya çıkmaktadır. Korkulacak derecedeki bu fark edilmezlik büyük bir tehlikeyi de beraberinde getirirken insanların bu dayatmaları fark edememesi sistemin kölesi olmayı benimsemesi anlamına gelmektedir (Önk, 2009: 204).

Baudrillard'a göre (2015: 23) sanal, gerçekliğin peşine düşmüş son avcı ve yağmacıdır. Sanal, yine gerçeklik tarafından bulaşıcı ve yok eden bir öge olarak salgılanmakta ve sanal gerçeklik, gerçeklikle kedinin fare ile oynaması gibi oynayarak nesnel gerçekliğin soyutlanma evresinde dâhil olan bütünsel gerçeklikle sonlanan evrenin son kademesidir. Bu evren kendi kendinin yerine geçtiği için öteki dünyada yok olmuştur. Kendinin yerine mükemmel ikizini geçirerek kusursuz bir serap üretmek simgesel tözün bütünüyle yok olmasıyla sorun da ortadan kalkmıştır. Her şeyin gerçekliğini yitirdiği bu evrende iyiliğin de yok olduğu üzerinde duran Baudrillard; (2012a: 28) evren, sanal ve güncel bir gücün hâkimiyetinde olduğu için iyiliğin varlığını devam ettirmesi için kötülüğe gereksinim kalmadığını çünkü iyilik diye bir şeyin artık hayal ve yanılsamaya dönüşerek var olmadığını belirtir. Araştırma yapılırken zamansal ve coğrafi olmak üzere iki tür sınırlamaya başvurulmuştur. (Yeşiltaş, Özdemir, Koru, 2022:203).

İnsanlar gerçeği yadsıyarak göstergelere sığınarak yaşarken (Baudrillard 2013: 26) gerçeklik ilkesinin en duru hali olan sermaye gerçekliğin kendisine dönüşmüş, bunu gerçekleştirerek kaybolurken gerçekliği de peşi sıra sürüklemiştir. Sermayenin gerçekliğe dönüşmesi ve yok olması aynı dönemde meydana gelmiştir. Sermayenin gelişip daha fazla ilerleme kat edememesiyle yeni bir soyutlama sistemine geçilmiştir. Bu sayısal, elektronik, sanal bir soyutlama sistemi olup maddi evrenden tümüyle kaçılmasına imkân tanıyarak hem evrenin hem de insanın bütünüyle ortadan kaybolmasına neden olmuştur (Baudrillard 2012a: 31). Sanal

evrenle birlikte fiziki mekânda var olan insanı sanal ortamlara taşımak mümkün olmayınca hem evrenin hem de insanın kopyası bu ortamlara taşınmıştır. Bu evren öyle bir sanallık yaratmıştır ki gerçeğinden daha gerçek bir formatta gelişim göstermiştir. İnsanın ve evrenin kayboluşu da işte bu süreçte gerçekleşmiştir. Teknoloji ve kitle iletişim araçlarının yardımıyla sanal evrende artık hiçbir şey imkânsız değildir. Yenidünyalar, yeni avatarlar yaratılarak dünyanın gerçekliği yadsınmaktadır.

İnternet kullanım oranlarının artması, sosyal medya ağlarının genişlemesi ile birlikte (Özden, Kantar, Çınar, 2021: 1019). teknoloji ve gelişen kitle iletişim araçları gerçek olmayan, simülasyon evrenini meydana getirmektedir. Tüketim toplumunda önemli yeri olan teknoloji ve kitle iletişim araçları Baudrillard'a göre bu evrende gerçeklik ilkesini ortadan kaldırmış ve hiper-gerçeklik ilkesinin hâkim olduğu bir düzen getirmiştir. Tüketim toplumunda ayrıca güdülenmiş ihtiyaçlar üzerinden tüketim gerçekleştirilmektedir. Kapitalizmin en üst evresinin yaşandığı bu oluşumda tüketim, doğal ihtiyaçların giderilmesinden ziyade göstergelerin hâkim olduğu bir sistem olarak faaliyet göstermektedir. Postmodernizmin sonuna gelinmesiyle Batı'nın yaratıcılığı da tükenmiştir. Bu tükenmişliği saklama çabası içerisinde olan Batı, hali hazırda olan şeyleri yeniden üretmek için hiper-gerçeklik yaratma yoluna gitmektedir. Bu simülasyon evreninde sanal ve gerçek karışarak ikisi arasında ayırım yapılamaz bir duruma gelmiştir (Kurttaş, 2018: 2013). Özellikle internet teknolojilerinin gelişerek her şeyin görünürlüğüne arttırmasıyla göstergelerle dolup taşan bir sürece girilmiştir. İnsanların yeni kimlikler, imajlar göstergeler yükledikleri bu dijital ortamlar insanların olduğundan farklı algılanmalarına da imkân tanımıştır. Öyle ki gerçek hayatta vasat bir profil çizen çoğu insan bu sanal ortamlarda gerçeğinden bile daha gerçek, aktif ve pozitif bir profil oluşturabilmektedir. Online ortamlarda her şeyin göstergeler üzerinden gerçekleştiği bir tüketim alışkanlığından söz edilebilir. Günümüzde temel gereksinimlerin karşılanmasının ötesinde güdülenmiş tüketim söz konusudur. Tüketim bir imaj ve prestij göstergesi olarak gerçekleştirilmektedir.

2. Metaverse ve Gerçeklik

Metaverse gerçek ile sanalın birleşimiyle elde edilen bir olgu olarak kavramsallaşsa da bu kavramın ayrıntısına girmek yerinde olacaktır. Evren ötesi şeyin ne olduğu üzerine tartışıldığında gerçek olmayan ve somut olmayan bir çıkarım yapılacaktır fakat bu yorum anlamlı bir yaklaşım olarak algılansa da kapsam bakımından yeterli değildir. Nitekim gerçek olan ve sanal olan arasında bulunan metaverse bu iki evrenden de destek almaktadır. Fiziki mekânlarda gerçekte var olan insanların bu mekânlarda olma hali sanal ortamda da var olma yani somutlaşma hissini de beraberinde getirmektedir. Bu hissi en iyi anlatacak örnek ise kafaya takılan VR yani sanal gerçeklik gözlükleridir. Bu hisse başka bir örnek ise sanal ortamda yaratılan avatarlardır. Bireyler metaverse ortamında kendilerine özel sanal temsiller oluşturarak bu ortamlarda var olduğunu gösterebilir ve sanal parmak izini sanal evrende bırakabilir. Bireyler yarattıkları avatarlar ile dijital ortamlarda etkileşime girerek bu ortamlarda yer edinebilir (Çelik, 2022: 69-70).

Sanal ile gerçek arasında bulunan ve bir noktada gerçekte var olma hissini bireylere sunan metaverse ortamlar, günümüzde gelişen sanal teknolojileri ile bireylerin kullanım alanlarında yer edinmeye başlamıştır. Metaverse ortamları gelişen ve gelişmeye devam eden sanal

teknolojiler ile daha uygulanabilir, daha gerçekçi hatta gerçekten daha gerçek sanal ortamların oluşturulmasına imkân tanımaktadır. Sanal gerçekliğin somut gerçeklik hissini alarak fiziki bağlamını yok ettiği metaverse ortamları bireylere gerçekte var olmayan evrenler ve kendi benlikleriyle yarattıkları avatarlar sunmaktadır. İnternetin yaygınlaşarak bireylerin vazgeçilmez bir uğraşı haline gelmesi gibi metaverse ortamların da bu yönde bir alışkanlığa doğru ilerleme kaydettiği söylenebilir. Bu sanal evrenlerin ilerleyen süreçlerde gözlüklere, göz merceğine lens olarak takılabilmesi üzerine yapılan çalışmalar hız kesmeden devam etmektedir.

Mükemmel, sanal ve teknolojik artefaktın (yapay nesne, ekipman) yerleştirilmesi ve sayısallık evrensel zaman hesapları, klonlama ile dünya da kendi yapay kopyasıyla takas edilebilecek hale gelmiştir. Radikal bir çözüm yolu olarak görülen bu takas sayesinde evren başka yerlerden gelen aşkınlıkla veya ereklikle takas etme gereği kalmayacaktır. Bu takasla sonsuz boyutta daha hakiki, var olan gerçek evrenden sonsuz boyutta daha gerçek olan takasın bir sonucu olarak gerçek sorunu ve bu gerçekliğe anlam yükleme hevesi de son bulacaktır. Evrenin bulunmadığı bir ortam da evrenin ortak yazısıyla tam eşdeğerlilik, tam ekran ve son çözümdür. Sanalın yörünge içi veya dışında gönderimi artık yoktur. Bu bağlamda hiçbir şekilde gerçek evren ile kesişmesi de amaçlanmamaktadır (Baudrillard, 2012b: 20).

İnternetin gelişimiyle birlikte hızla hayatımıza dâhil olan sosyal medya ortamları, insanların fiziki gerçekliğini sanal gerçekliğe taşımıştır. İnsanlar; Facebook, Instagram gibi sosyal medya ortamlarında paylaşımlarıyla kendileri hakkında olumlu bir algı oluşturma çabasına girebilmektedirler. Sosyal medya ortamlarında oluşturulan profiller sayesinde insanlar yaşamlarına dair eylemlerini bu ortamlarda paylaşarak kendi göstergelerini üretmektedir. Sonuç olarak internet kullanıcıları, dijital ortamlarda oluşturdukları sanal kimlikler ve avatarlar sayesinde fiziki evrende gerçekleştirmediği bazı gereksinimlerini (beğenilme, takdir edilme, dikkat çekme vb.) bu ortamlardan giderme yoluna gidebilmektedirler.

İnsanların kişiliklerini yansıttıkları profiller dijital ortama taşınırken, paranın da bankalar aracılığıyla dijital ortamlara taşınarak dijital ağlar üzerinde dolaşıma geçen sayısal ifadelere dönüşmesi, paranın maddi değerinin algılanış şeklini muğlak bir yapıya dönüştürmüştür. Bu ağlar üzerinde para akışı büyük bir hız kazanırken paranın tüketimi de hız kazanmıştır. Hatta dijital kripto paralar geliştirilerek paranın da dijitalleşmesi gerçekleşmiştir. Sanal evrende var olma çabaları artarak devam ederken bu dijital ortamlarda arsa satışı da başlamıştır. İlerleyen süreçte bu ve bu gibi dijital atılımların artarak devam edeceği bu gelişmeler neticesinde öngörülebilir.

Baudrillard (2012b: 11) teknik olarak verimli bir yapıya bürünen gerçekliğin bir engel olmaksızın her şeyi gerçeğe dönüştürürken anlamını yok ettiğini ifade etmektedir. Gerçeğin dil ötesi şekilleri ise kendi amacı doğrultusunda elverişli olarak dış merkezli bir düzen ekseninde geliyor. İşarete gelince sanal dünyanın simülasyonunu ve duru kurgusunu baştan ayağa tüm ekranı gezerek orada gerçeklik ile sanal gerçekliğin birbirinden ayrıldığı anda aynı muğlaklık bu ikisinin üzerinde gezinmektedir. Sonuç olarak ne işaret gerçeğin gücünü ne de gerçek işaretin gücünü kazanmaz hale gelir.

Evren ile metaevren arasında bir sıkışmışlık olduğundan dolayı metaverse'yi eleştirel bağlamda ele almakta fayda vardır. Descartes'ın maddi varlığı meydana getiren gerçeklik algısının yerine sanal gelmiştir. Sanal dünyada belirli bir uyarıcı etkilerle gerçeğe yakın olan ve o hissi meydana getiren bir olgu vardır fakat bu hissi durumun gerçek olmadığı için girift bir mesele ortaya çıkardığı görülmektedir. Örnek verilecek olursa VR gözlükler ile oluşturulan bir olay ya da durumun gerçek olup olmadığı üzerine sorulan bir sorunun sonunda ulaşılan cevap yeterli olacaktır (Çelik, 2022: 72).

Doğallığın olmadığı yapay bir devamlılık ortamında; teknikle ve makinelerle meydana getirdiğimiz medyumlarımızın imkanlarıyla devasa iletişim ve bilgi sistemimizde mükemmel bir klon inşa etmekteyiz. Kendi evrenimizin bire bir kopyası; evrenin kapıları sonsuz bir kopyalama ortamına açılan sanal repliğidir (Baudrillard, 2012b: 33). Günümüzde sanallaşarak simülasyonlarını oluşturan bu yenedünyaların bireyin gerçeklik algısında bir yadsımaya neden olduğu açıktır. Zira bu sanal evrenler, insanlara sanallığın yanında eğlenme, boş zamanını keyifli geçirme, kendi varlığını bu evrende tekrardan yaratarak şekillendirme imkânı tanırken; bir noktada kendi oluşturduğu dijital dünyasının efendisiymiş gibi bir algı hissi de yaşattırmaktadırlar. Pozitif görünürlüğün büyümesine kapılan bireylerin, gerçekliğin ne olduğu sorusunun ötesinde kendi halinden memnun, kendi ürettiği kısmen de olsa kendi yeteneklerini sergileyerek oluşturduğu avatarları ile fiziki varlığından daha tatmin edici simülasyonundan kopmak çokta mümkün olmayabilir.

Simone Filminin Simülasyon Kuramı ve Metaverse Bağlamında Analizi

Simone Filmi Hakkında

Gattaca(1997), Truman Show(1998), The Terminal(2004), Lord of War(Savaş Tanrısı) ve In Time(Zamana Karşı) filmleriyle tanıdığımız yapımcı, senarist ve yönetmen Andrew Niccol filmlerinde, yapay zeka, simülasyon, kitle iletişimi ve kitle iletişim araçları, gelecek tasarımları, sosyal, kültürel ve siyasi konulara eğilmektedir. Andrew Niccol'un yönetmenliğini yaptığı 2002 Hollywood yapımı Simone filmi, stilize edilmiş haliyle SIMONE, simülasyon, sanal gerçeklik, film teknolojisindeki gelişmeler ve dijitalleşme konularına odaklanmaktadır. Film, bilimkurgu olarak değerlendirilmesine karşın aslında pek uzak bir geleceği değil, hatta gerçekleşmiş bir durumu gözler önüne sermektedir. Film teknolojisindeki gelişmeler ve dijitalleşme günümüzde yönetmenin anlattığı durumun daha ilerisine taşınmıştır. Sinemadaki dijitalleşme sadece film üretimi noktasında kalmamış, gösterim aşamasını da kapsar hale gelmiştir. Salonda film izleme deneyiminde boyutlar çoğalmış, iki boyutlu perde üç boyutlu hale gelirken gerçeklik etkisini artırmak için ışın içine koku, rüzgar, su, sıcaklık-soğukluk, VR teknolojileri de girmiştir. Film, üretim olarak gerçekten uzaklaşmakta, gerçeklik etkisi ise tam tersine artmaya devam etmektedir.

Simone filminde yönetmen Victor Taransky, başrol oyuncularının kapislerinden bıkmış biridir. Yönetmen olarak yaratıcılığını ortaya koymaya ve istediği filmi çekmeye çalışmaktadır. Ancak Hollywood'un yıldız sisteminde yönetmenden daha fazla oyuncular ön plandadır. Yeni filminde başrol oyuncusu Nicola Anders çekip gidince çaresiz kalan Taransky'nin imdadına

Hank Alone adında dahi bir matematikçinin yazılımı yetiştir. Hank'ın ölmeden önce yönetmene ulaştırdığı diskteki programı kullanan Taransky, sanal ortamda Simone adında kadın bir oyuncu yaratarak filmlerinde onu oynatır ve gerçek bir insan-oyuncu olarak öne çıkarır. Böylece cin şişeden çıkar ve hem Taransky'nin hayatı hem de yönetmenlerin, film üreticilerinin ve izleyicilerinin hayatı bir daha eski haline dönmek üzere değişir. Al Pacino, Catherine Keener, Evan Rachel Wood, Rachel Roberts, Jay Mohr ve Winona Ryder'ın başrolleri paylaştığı Simone, konusu ve tartışmaya açtığı başlıklar itibariyle konuşulmaya ve analiz edilmeye değer bir filmidir.

Simülasyon Evreninin ve Metavere'ün Habercisi Olarak Simone(SIMONE)

Filmle ilgili yapılan literatür taramasında ülkemizde üzerine yazılı sınırlı sayıda metin olduğu görülmüştür. Farklı çalışmalarda kısaca değinilmekle birlikte filmi doğrudan inceleme konusu yapan başlıca çalışma Yıldız Derya Birincioğlu Vural'ın "Hollywood Sinemasındaki Software Anlatılarda Yer Alan Posthümanist Bakış Açısını Oluş Felsefesi Dahilinde Okumak" başlıklı makalesidir. Bu makalede Simone filmi, Her (Spike Jonze, Aşk, 2013) ve Transcendence (Wally Pfister, Evrim, 2014) filmleriyle birlikte posthümanist bakış açısından Deleuze ve Guattari'nin kavramları ekseninde feminist açıdan incelenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda Simone filminin simülasyon kuramı ve gerçeklik-sanallık, sinemada dijitalleşmenin sonuçları eksenlerinde değerlendirilmediği gözlenmiştir.

Sinema tarihinde, bilimkurgu sinemasında, özellikle son yıllarda gerçeklik, sanallık, yanılsama ve düş gibi konuları konu edinen epeyce film birikmiştir. Bilimkurgu filmlerinden özellikle bu kavramların tartışıldığı ilk dönem filmlerinde kahraman, yönetmen ve dolayısıyla film gerçeğin yanında yer almış, sanalı mahkûm etmiştir. Simone filminde de yönetmen Niccol ve kahramanı Taransky aslında gerçeğin yanında yer almakla birlikte durumu kabullenmek zorunda kalmaktadır. Cin şişeden çıkmıştır artık ve geri şişeye sokmak mümkün değildir. Gerçeğin ölümü gerçekleşmeye, sanal her tarafa yayılmaya başlamıştır. Gerçeğin yerine simülakr geçmeye başlayınca önu alınmaz bir durum ortaya çıkmıştır. İnsanın gerçekle arasındaki makas ve mesafe açılınca zaman ilerledikçe geri dönüşü olmayan bir yola girilmiştir. Gün geçtikçe dünyada gerçeğin payı azalmakta, simülakrın payı ise artmaktadır.

Dijital teknolojideki hızlı gelişmenin ilk evrelerinde çekilen film, sinemada dijitalleşmenin başlangıç aşamasını görünür kılmaktadır. Film boyunca gerçek-sanal ve simülasyon kavramları bolca kullanılmakta, sanal gerçeklik tartışmaya açılmaktadır. Filmin çekildiği tarihten günümüze yirmi yıl geçmiş olmasına rağmen sinema endüstrisinde büyük atılımlar olmuş, dijitalleşme sinemanın her tarafına yayılmış, filmin öngörülleri gerçekleşmiştir. Özellikle son birkaç yıldır bunun izleri daha fazla görülmektedir. Yapay zeka, metaverse ve sanal gerçeklik tartışmalarını gündeme getirip bunu anlatan Ready Player One (Steven Spielberg, 2018) bunun örneklerinden biridir. Ayrıca oyuncuların imajlarını ve görünümlemlerini yapımcılara sattıkları, kendilerinin yerine avatarlarının oyunculuk yaptığı Beowulf(Robert Zemeckis, 2007) filmi Simone filminin öngörüllerinin gerçekleştiğinin ispatıdır.

Sinemadaki teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme, günümüzde, Simone filmindeki öngörülerin ötesine geçmiş, sadece yapım sürecinde değil yapım sonrası ve gösterim aşamalarında da dijitalleşme gerçekleşmiştir. Bugün artık tamamen bilgisayarda, sanal ortamda bir film üretilebilmekte, seyirci, gerçek sandığı dijital imgeyi izlemektedir. Sadece izlememekte, o imgeyi gerçek olarak kabul etmektedir. “İmgeyi olduğu şey olarak alırsanız (boya bulaşmış ya da boyanmış bir kâğıt parçası), hedefine ulaşamaz. Uyandırmayı amaçladığı şey olarak alırsanız, bunu başarır. Fotoğrafta, resimde, çizimde imgeye “güveninizin olması” gerekir”. Günümüzde imge, somut nesnelere bağlantısını da kaybetmekte, tamamen dijitalleşmekte, dijitalleşen imgenin maddeyle bağı kopmaktadır. İzleyici dijital imgeye inanmakta, sinema ise gerçekten uzaklaşmasına karşın gerçeklik hissini artırmaktadır. “Bir tür büyü sayesinde imgeler, ulaştıklarını (ve yeniden üretiyormuş gibi yaptıklarını) şeylere, mevcudiyeti simülakraya, şimdi'ye, bu'na dönüştürürler” (Lefebvre, 2017: 48-49).

Sinemaya yönelik idealler taşıyan yönetmen Victor Taransky, hem Hollywood'daki yıldız sisteminden hem de oyuncuların kaptislerinden şikâyet etmektedir. İzleyiciye bir hikâye anlatma, istediği gibi bir film yapma çabasında olan Taransky, Hollywood'un gişeyi önemseyen kapitalist çarkını eleştirmektedir. “Karanlık sinemada bir ışık yakmak istedik. Bir gerçek ışığıyla akılları ve yürekleri aydınlatmak istedik.” sözleriyle Taransky, ideallerini ortaya koymaktadır. Buna rağmen ideallerini ancak sanal bir oyuncuyla gerçekleştirmesi yönetmenin en büyük çelişkisidir. Yönetmen, bu çelişkisini ve çıkışsızlığını film boyunca birçok diyalogunda gerçekliğe ve gerçekliğin ölümüne değinerek ortaya sermektedir. Simone ile yaptığı ilk filmi çok beğenilen Taransky “Simone, sayısallaştırılmış bir yıldız. Bu ne demek biliyor musun? Yeni bir boyuta ayak bastık. Sahtekârlığı yaratma yeteneğimiz artık onu fark etme yeteneğimizi aştı.” derken Simone “Ben gerçeğin ölümüyüm.”... “Ben sadece bir bilgisayar koduydum. Birlerden ve sıfırlardan ibarettim. Bir hiçtim.” sözleriyle sanal bir karakter oluşunun altını çizmektedir.



Film boyunca Taransky ile Simone'un karşılıklı konuşmasını izlerken Taransky'nin içindeki çelişkinin tanığı olunmaktadır. Simone'u konuşturan Taransky, sanal gerçekliğin, simülasyonun ilk kurbanı olarak ortadadır. Teknoloji ile sanatı karşılaştıran Taransky, kendisini "Bu klasik bir dava. Teknolojinin bir sanatçı araması. Dürüst biri. Vizyonu olan biri. Et ve kanı olan bu mantıksız bağımlılığın ötesini görebilen biri." ifadeleriyle sanatçı olarak tanımlamakta, yaptığı şeyi ise "... gerçek nedir ki artık? Bugünlerde çoğu aktöre sayısal olarak müdahale ediliyor. Bu gri bir bölge. Tek somut gerçek olan şey, iş." cümleleriyle haklı çıkarmaya çalışmaktadır.

Simone'u gerçek bir insan ve oyuncu sanan herkes onu merak etmekte ve görmek istemektedir. Taransky ise sadece kitle iletişim araçları aracılığıyla iletişim kurulmasına müsaade etmekte, televizyonlara, gazete ve dergilere çıkarmaktadır. Taransky dışında herkes Simone ile sadece kitle iletişim araçlarıyla bağ kurabilmektedir. Simone'u kıskanan Taransky'nin eski eşi ve yapımcısı Elaine, bir yandan da onu fazlasıyla yücelterek kendisini ona rakip olamayacak kadar aşığı görmektedir.

Simone ile ilgili uydurma çocukluk fotoğrafları ve hatıraları dergi ve gazetelerde yayınlanmaktadır. Yüz bin kişiye stadyumda konser veren Simone, Oscar için de kendi kendisiyle yarışmaktadır. Oscar törenine katılamaması ise Üçüncü Dünya Ülkelerine yaptığı hayır ziyareti ile açıklanmakta, Hollywood yıldızlarının yardım faaliyetlerine ve sosyal sorumluluk projelerine katılmaları imaj ve reklam çalışması olarak değerlendirilmektedir. Bu ziyaret, Simone'un ölümü açıklanmaya çalışılırken virüs bulaşması şeklinde olumsuz olarak tekrar kullanılacaktır. Üçüncü Dünya Ülkeleri fakir, yardıma muhtaç, pis ve hastalıktır denmektedir.

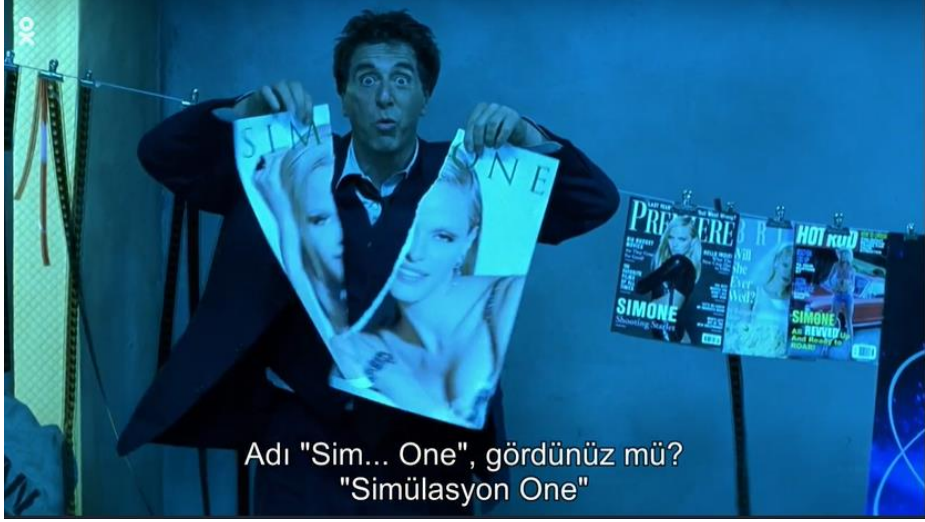
Eski eşiyle buluştuğu bir gün durumu Elaine'e "Simone gerçek biri değil. Onu ben yarattım. O hava gazı. Piksellerden ibaret. Matematiksel bir denklemden oluşan bilgisayar kodlarının tarafımdan şekillendirilmesi. Bana çılgın bir adamdan miras kaldı. Simone diye biri yok. Simone benim. İmkânsızı gerçekleştirdim. Bir insanın sonsuz nüanslarını, insan ruhunu yeniden yarattım. Hiçbir şeyi aldım ve bir şey yaptım. Bir makineye hayat verdim. Bir mucize yarattım." şeklinde açıklamaktadır. Ancak Elaine, "Victor, seni yapan o." sözleriyle karşılık vermektedir. Medyanın ve halkın ilgisi, kendi isminin önüne geçmesi nedenleriyle sıkılan ve Simone'u kıskanan Taransky, halkın gözünden düşürmeye çalıştıkça onun daha fazla yüceldiğine şahit olmaktadır. Ona, toplumun kolay kolay kabul edemeyeceği okullarda atış poligonu yapılmasını, ozon tabakasında delik olmadığını, göçlere karşı ve kalabalıktan şikâyetçi olduğunu, Tanrı'nın kürklü hayvanları giyinmek için yarattığını, yunus etinin lezzetli ve sigaranın da yararlı olduğunu savunduruyor. Kendi yarattığı imgenin/karakterin/ kahramanın simgesel ölümünü gerçekleştirmeye çalışıyor. Diğer ünlüler gibi olmadığı, içinden geçenleri söylediği gerekçeleriyle takdirle karşılanıyor. Time dergisi Simone'u yılın kişisi seçiyor.

Taransky, çaresiz kaldığı bir gün, Simone yazılımını üreten Hank Alone'un mezarını ziyarete gidiyor. "Seni öldürdü Hank. Şimdi de beni öldürüyor. O bir seri katil. Ama onu nasıl durduracağımı bilmiyorum. Demek istediğim, kendine ait bir yaşamı oldu." şeklinde şikâyetini dile getiren Taransky, artık dönüşsüz bir yola girildiğini "cini lambasına geri koyamam" sözleriyle anlatmaktadır. Simone'u öldürmeye karar veren Taransky, "Bu sahte ve şişirilmiş bir

dünya. Hepimiz kocaman bir yalanın içinde yaşıyoruz. Öyleyse, neden sen de yaşamayasın ki? Sana tapan bu insanlardan daha orijinalsın. Sorun da bu zaten. Asıl sahtekâra bakan sensin. Kendi kendime hepsinin sadece iş olduğunu söylüyordum. Ama bu gerçek olsaydı bütün ilgiyi senin toplaman beni rahatsız etmezdi. Ama ediyor. Üzgünüm Simone. Burada, bütün dünyayı, senin yaşadığına dair ikna etmeye çalışıyordum. Ama asıl yapmaya çalıştığım şey onları benim var olduğuma dair ikna etmektir. Bunun insan olmamanla bir ilgisi yok. Benim insan olmamla bir ilgisi var.” cümleleriyle kendine itirafta bulunmakta, bir nevi günah çıkarmaktadır. Yönetmen, dosyayı silmek için bilgisayara disket takıyor ve Simone siliniyor. Bütün disketleri, cdleri, harddiski bir sandığa koyup gece denize atıyor. Ertesi gün medyaya Simone’un Üçüncü Dünya Ülkelerinde kaptığı bir virüsten dolayı öldüğünü açıklayıp cenaze töreni düzenliyor. Ancak hem medya hem de polisler yönetmenin Simone’u öldürdüğünü düşünüyorlar. Polis sorgusunda Simone’un sanal bir karakter, bir yazılım olduğunu söylese de kimse Taransky’ye inanmıyor. Hatta bazıları Taransky’nin Simone’a şiddet uyguladığına yönelik şahitlik yapıyor. Babasının doğru söylüyor olabileceğine ihtimal veren kızı Lainey, durumun tuhaf olduğunun farkındadır. Annesine, onunla hiç fiziksel olarak yakın olmadığını, onu yakından görmediğini ve ona dokunmadığını söylüyor. Lainey, sadece ekranlardan ve fotoğraflardan gördüğü, yakın olmadığı, dokunmadığı birinin gerçekliğinden şüphe etmektedir. Dokunma, insanın, insan olmanın en sahici yanlarından biridir. *“Dokunmanın önemi o kadar büyüktür ki, handiyse antropolojik diye tanımlayabiliriz onu: İnsan olmak, ona bağlıdır. Her bireyin hayatında iyice diplere atılmış bir çapadır bu tecrübe: Dokunuyor ve dokunuluyorsam, duysal olarak, ruhsal olarak, zihinsel olarak ve ola ki aşkın anlamda da, yaşıyorumdur. Dokunma olmadan, hayatı hissedemem. Rene Descartes’in 17. yüzyılda Yeniçağ’ın başlangıcında insan olmanın çekirdeğini gördüğü “Düşünüyorum, o halde varım”ının, Cogito ergo sum’unun aksine, “Dokunuyorum, dokunuluyorum, o halde varım,” demek lazımdı: Tango tangor ergo sum.”* (Schmid, 2021: 15). Dokunma, insan için önemini hayat boyunca devam ettirir. *“Dokunuşlar, sadece Ben’i ötekilerle ve bütün dünyayla birleştiren duysallığı harekete geçirmekle bile, bir duysal doygunluk yaratırlar. ... O, sağlığın ve iyi hissetmenin bir unsurudur. Bunu, insanın teninden geçen o duyuya borçluyuzdur; ekranı(display’i) parmaklayıp ovalamakla tam tatmine varamayan bir duyuy.”* (Schmid, 2021: 14-16). Dokunma duysuna çokça seslenen günümüz ekranları bu duyunun hakkını verememekte, yaratması gereken etkiyi ve hissi yaratamamakta, dolayısıyla dokunmayı insanî özünden ve işlevinden uzak kılmaktadır. Henüz ekranların dokunmatik olmadığı dönemde çekilen Simone filminde dokunmak gerçekliği ve gerçeklik hissini en önemli parçası olarak yer almaktadır. Lainey Simone’a hiç kimsenin, kendilerinin dokunmadığını ifade ederek gerçekliğini sorgulamakta, sanallığını güçlü bir ihtimal olarak ortaya koymaktadır. Ancak insanların bir yalana kapıldıklarını kabul etmemek için Victor’a inanmak istemediklerini dile getirmektedir. İnsan aldatılsa da bunu bilmek istemez. Ya da Prestij (2006) filmindeki replikte ifade edildiği gibi kandırılmak istediği için dikkatli bakmaz. Lainey, “Babama inanmak istemiyoruz çünkü kendimizin de bu yalana kapıldığımızı kabul etmek istemiyoruz.” sözleriyle bu durumu veciz bir şekilde anlatmaktadır.

Polis sorgusunda Simone’un ve her şeyin, filmlerin, televizyon programlarının, dergi kapaklarının, internet söyleşilerinin, reklam ve çocukluk fotoğraflarının sahte olduğunu anlatan Taransky, fan kulübün gerçek olduğunu ancak taptıkları varlığın bir bilgisayar kodu, sıfırlar ve

birlerden ibaret olduğunu dile getiriyor. Taransky, Simone isminin olduğu afişi “Sim” ve “One” şeklinde ikiye ayırarak “Simone diye biri yok! Bakın, adı bile sahte. Adı Simone değil. Adı “Sim..One”, gördünüz mü? “Simülasyon One. O bir bilgisayar kodu!” savunmasını yapsa da kendisine inanılmamaktadır.



Pes eden Taransky Simone’u öldürdüğünü kabul ettiği anda televizyonda yaşadığına dair o günün gazetesiyle çekilmiş fotoğrafı yayınlıyor. Bilgisayarda unutulmuş diskette Simone’u tekrar çalıştıran Lainey babasını kurtarıyor. Taransky “O kesinlikle yok edilemez.” sözleriyle durumu kabulleniyor. Sorgu çıkışında Taransky’yi karşılayan Elaine, başladığı işi bitirmesi gerektiğini, sadece Simone ile kalmamaları gerektiğini, tüm kadroyu sanal olarak kurmak istediğini söylüyor. Televizyon programına katılan Simone, kariyer planı olarak siyasete atılmayı düşündüğünü, sebebinin ise Taransky ile sahip oldukları “Chip” adındaki oğullarının geleceği meselesinin olduğunu söylüyor. Filmin sonunda Taransky, Simone’un kucağındaki oğlunu okşarken görülüyor ve devamında bunun GreenBox teknolojisiyle yapılan bir çekim olduğu seyirciye gösteriliyor. Bu hareketle film kendi üzerine dönüyor, kendi üzerine düşünüyor ve dikkatleri Simone filmine çekmekte, kendi üzerine düşünen bir film haline gelmektedir. Stüdyoda yeşil bir perde önünde oyuncularını oynatarak yapılan çekimler başka bir görüntünün üstüne yerleştirilerek çok farklı mekânlarda çekimler yapılmış gibi gösterilmektedir. Böylece tehlikeli, hatta imkânsız sahneler kolayca çekilebilmekte, çok ucuza mal edilebilmektedir. 1940’lardan beridir uygulanan bu teknik, günümüzde neredeyse bütün film, reklam veya kliplerde kullanılmaktadır.



Simone filmi, bu sahneyle, sinema sektörünün uyguladığı bir tekniği geniş kitlelere göstermekte, onlara ne izlediğini anlatmaktadır. Simone karakteriyle de gelecekte neleri izleyeceğini ifade etmektedir.

Filmin kendisine yönelik düşünmesi, seyirciye izlediğinin bir film olduğunu hatırlatması birkaç sahnede Taransky ve Simone'un kameraya bakışında da görülmektedir.



Sinemada dördüncü duvarın yıkılması olarak adlandırılan bu durumda, seyirciyi filme yabancılaştırmakta ve izlediğinin bir kurgu olduğu vurgulanmaktadır. Yukarıdaki çekimlerden de görüldüğü gibi oyuncular kameraya bakarak doğrudan izleyici ile bağ kurmaktadır. Aynı durum, Taransky'nin Simone afişini yırtıp Sim+One olarak ikiye ayırdığı sahnede kameraya bakışında da görülmektedir. Taransky, izleyiciye kendisinin de bir simülasyonun içinde olduğunu, simülakrlar evreninde yaşadığını, yakında sinemada tamamen sanal karakterlere geçileceğini hatırlatmaktadır.

Sonuç

Gerçeğin ya da hakikatin, yalanın veya sanalın ne olduğu, insanın gerçeğe nasıl ulaşacağı, sahteden ya da yalandan nasıl kaçıp kurtulacağı insanlık tarihi boyunca sorun edilmiş ve tartışılmıştır. Bu tartışmalar kitle iletişim araçlarının gelişimiyle beraber daha artmış ve farklı boyutlar kazanmıştır. Medyanın ortaya çıkıp gelişmesiyle varlık düzleminde başlayan tartışma kitle iletişim araçlarının içeriği ve sunduklarına yönelik gerçeklik tartışmasını kapsar hale gelmiştir. Kitle iletişim araçları ve 20. yüzyılın sanatı olarak sinema da bu tartışmaya konu olmuş ve buna yönelik birçok kuramcı farklı fikirler ortaya atmıştır. Bunlardan biri olan Fransız kuramcı Jean Baudrillard, simülasyon kuramı ile hem medyaya hem de medyatik gerçeklik, gerçek-hipergerçek, gerçek-sanal, simülasyon kavramları ekseninde medya, birey ve toplum okuması yapmış ve hem yaşadığı dönemi hem de geleceği açıklamaya çalışmıştır. Medyanın

birey ve toplum hayatındaki yerinin artışına paralel olarak etkileri de büyümüş ve Baudrillard'ın kavramlarıyla söylersek, insanları ve dünyayı bir simülasyon evrenine hapsedmiştir. Gerçeğin ortadan kalktığı, yerini simülakların aldığı, taklidin-kopyanın gerçek gibi davrandığı hatta tek gerçek olarak ortada kaldığı bir dönemi anlatan Baudrillard, simülasyon kuramıyla geleceğin dünyasına ışık tutmuştur. Bugün dijital teknolojinin gelişimiyle beraber tartışmaya başladığımız metaverse ve yapay zeka kavramlarının işaretleri ve içerikleri simülasyon kuramının içinde yer almaktadır. Sanalın/simülakrın insan hayatındaki yeri ve etkisi arttıkça gerçek ortadan kalkmış ve insanlık sanal bir gerçekliğe mahkûm olmuştur. Gerçek evrenin yerini almaya başlayan ve son dönemde daha fazla duyulur ve tartışılır hale gelen metaverse kavramı ve ima ettikleri bunun bir göstergesidir.

Bu tartışmaya sinema da girmiş, özellikle bilimkurgu filmleriyle kendisine bir konum belirlemiştir. Gelecek öngörülerine odaklanan bilimkurgu filmleri, geleceğe olumlu ya da olumsuz tavır alma konusunda ayrılmakla birlikte, geleceğin temel belirleyicisinin teknoloji olduğu konusunda hemfikirdir. Gerçek-hipergerçek/sanal, düş, hayal, yanılısama gibi konuları işleyen filmlerin ilk dönemlerinde yönetmenler genelde gerçekten yana tavır alıp sanalı mahkûm ederken zamanla gidişatı kabul ya da onaylama söz konusu olmuştur. Yönetmenliğini Andrew Niccol'un yaptığı 2002 ABD yapımı Simone (SIMONE) filmi, gerçek-hipergerçek/sanal tartışmasına odaklanarak gerçeğin yanında yer almak, ancak sanalın da varlığını kabullenmek zorunda kalmaktadır. Simone filmi, kendi üzerine de düşünmeyi teşvik edecek bir tarzda, sinemadaki teknolojik gelişmeyi ve dijitalleşmeyi konu edinmekte, sanallığın sinemayı da etkisi altına almaya başladığını ifade etmektedir. Bir yandan sanal bir karakter yaratmayı bir yandan da GreenBox teknolojisini anlatmakta, hayatımızda yeri her geçen gün artan bilgisayarların sinema endüstrisi için ne anlama geldiğini perdeye taşımaktadır. Oyuncuların kaptislerinden bıkan, seyirciye gerçekleri anlatarak onları aydınlatmayı hedefleyen bir yönetmenin hikâyesini anlatan film, sanal bir karakter olarak Simone'un oluşturulması, sinemaya ve seyircisine etkisini konu edinmektedir. Simone'u, Taransky dışındaki herkes gerçek bir insan olduğunu sanmaktadır. Sanal bir karakterle gerçek bir evren yaratan yönetmen Taransky, Simone'la birlikte artık gerçeğin öldüğünü, Simone'un/sanalın/simülakrın ise ölümsüz olduğunu kabul etmek zorunda kalmaktadır. Bir karakterle başlayan sanalın yolculuğu artık bütün oyuncular ve filmin bütünü için geçerli hale gelmiştir. İnsan hayatında ve sinemada gerçeğin payı her geçen gün azalmakta ve simülakrın/kopyaların alanı genişlemektedir. Günümüzde sinemada her şey masa başında ve sanal olarak yapılabilmektedir. Bir film masa başında bilgisayarda üretilebilmekte, buna karşın uygulanan yeni tekniklerle gerçeklik etkisini ise artırabilmektedir. Başlangıcındaki, gerçeği kaydeden sanat olma özelliğini tamamen kaybeden sinema, gerçekle bağımlı yitirmiş bir duruma ulaşmıştır. Tamamen sanal olarak bir filmin içine giren izleyici, gerçek bir dünyaymış gibi orada yaşayabilmektedir. Sinemada dijitalleşmeyi, GreenBox teknolojisini konu edinen, gerçeğin ölümünü haber veren ve sanalın hayatımıza ve sanatımıza hâkim olacağını söyleyen Simone filminin öngörüsünün yerine geldiği, metaverse kavramı ve Ready Player One filmiyle görülmektedir. Dördüncü duvarı yıkarak hepimize seslenen Simone filminin de öngördüğü gibi, sanallık artık sadece sanatta ve sinemada değil hayatın bütün alanlarına hâkim olmaya başlamıştır. Yeni medya ve sosyal medya, yeni iletişim teknolojileri ve dijitalleşme her geçen

gün bizi metaverse, sanal dünyaya daha fazla sokmaktadır. Simone filminin üzerinden yaklaşık yirmi yıllık dönemi gözeterik teknolojik ilerlemeye odaklanırsak bir yirmi yıl sonra metaverse evreninde yaşayacağımızı söyleyebiliriz. Baş döndürücü bir hızda ilerleyen teknoloji, tüm dünyayı dijital bir evrene, sanal bir dünyaya sokmakta ve orada yaşayıp orada mutluluğu aramaya mecbur bırakmaktadır. Yine bir filmde replikle konumuzu bağlarsak: Sanal gerçeğin renkli ve bol etkili çölüne hoş geldiniz.

Kaynakça

Adanır, O. (2008) Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleşiler (1. Basım) İstanbul: Hayal Et Kitap Yayınları

Baudrillard, J. (2010) Simülakrlar ve Simülasyon. (Çev. Adanır, O.), (5. Basım) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

_____, (2012a) Karnaval ve Yamyam (Çev. Adanır, O.), (1. Basım) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayın Evi.

_____, (2012b) İmkânsız Takas (Çev. Sönmezay, A.), (2. Basım) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

_____, (2013) Tüketim Toplumu. (Çev. Deliceçaylı, H. ve Keskin, F.), (6. Basım) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

_____, (2015) Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği (Çev. Adanır, O.), (3. Basım) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Çimen, Ü. (2018) Jean Baudrillard'ın İletişim Kuramı, Ata-türk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İletişim Bi-limleri Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.

Dündar, F. N. (2012). Reklam - Simulasyon Etkileşimi . Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi , 4 (1) , 117-124 . <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobiadsbd/issue/11353/135671> Erişim Tarihi: (21.12.2022).

Kurtdaş, M. Ç. (2018). Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramında Kitle İletişim Araçları Ve Toplumsalın Sonu. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (3) , 2012-2023 .

DOI: 10.17218/hititsosbil.408137

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/hititsosbil/issue/39369/408137#:~:text=Baudrillard'a%20g%C3%B6re%20teknoloji%20ve.zamanda%20de%C4%9Ferler%20de%20yok%20olmu%C5%9Ftur.> Erişim Tarihi: (22.12.2022).

Lefebvre, Henri. (2017). Ritimanaliz. Çev: Ayşe Lucie Batur. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Özden, M., Kantar, G., Çınar, S. / Journal of Yasar University, 2021, 16/62, 1005-1021.

Öztürk, S. Odabaş, B. (2017). Alternatif Medya Örneği Olarak Kısa Film, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(1), s. 95-120.

Öztürk, S. (2017). Sinema ve Gerçeklik İlişkisinin Yılmaz Güney Filmlerine Yansıması: “Sürü” Filmi, *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(15), s. 185-198.

Önk, Ü. (2013). Baudrillard Perspektifinden Bir Kitle İletişim ve Sanat Aracı Olarak Simülasyon Evreninde Televizyon. *Selçuk İletişim*, 5 (4), 201-218. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19018/200678> Erişim Tarihi: (21.12.2022).

Sunal, G. (2016). Sanal Gerçeklik Ve Dijital Sinemanın Olanakları. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 1 (2), 294-309. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/inifedergi/issue/45222/566372> Erişim Tarihi: (20.12.2022).

Park, S., M. and Kim, G., Y. (2022) A Metaverse: Taxonomy, Components, Applications, and Open Challenges. Ocak 2022IEEE Erişimi PP(99):1-1 DOI:10.1109/ERİŞİM.2021.3140175 https://www.researchgate.net/publication/357596453_A_Metaverse_Taxonomy_Components_Applications_and_Open_Challenges Erişim Tarihi: (25.12.2022).

Schmid, Wilhelm. (2021). Dokunmanın Gücü Üzerine. 2. Baskı. Çev: Tanıl Bora. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yeşiltaş, M., Özdemir, D. M. & Kuru, S. (2022). Türkiye Terörizm Olayları Platformu Verilerinin Analizi: PKK Terörünün Etkileri (1984-2022). *Terörizm ve Radikalleşme Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 202-253. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/traddergi/issue/72257/1165680>.

YÜCEL, A., & UĞUR, U. (2018). Resim ve Sinema Renk İlişkisinin Film Afişlerine Yansıması. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8(2).

FİLM AFİŞLERİNDE İMGELER: SAUL BASS FİLM AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEMESİ

Kaan Alp ULUDERE¹

Serkan ÖZTÜRK²

GİRİŞ

Bu araştırma, “Grafik tasarımcı Saul Bass’ın bir döneme damgasını vuran, yalın ve basit tasarımları; “ikonik ve illüstratif film afişlerinin” günümüz dijital çağında bile hala neden sanat ve tasarım değeri taşıdığı?” sorusundan hareketle ortaya çıkmıştır. Film afişleri, dünya sinema sektöründe önemli bir sanat ve tasarım ürünüdür. Birçok grafik tasarım okulu film afişlerini önemli bir iletişim tasarım aracı olarak kabul ederek, tasarım projelerine ders programlarında yer vermektedirler. Yine, grafik tasarımda uzmanlaşma alanı olarak kabul gören film afiş tasarımı bu konuda birçok sanat ve tasarımcıya geçmişten günümüze uygulama alanı yaratmıştır. Film afişleriyle ilgili tanımlamalarda genelde filminin bir tanıtım aracı olarak sanatsal ve tasarım yönünden noksan, dar bir kapsamda sadece “film bildirisi” gibi ele alındıkları görülür. Bu tanımlama bu konuda yapılmış birçok özgün tasarım için ne yazık ki yanlış bir tutum olacaktır. Dolayısıyla film afişleriyle ilgili yapılacak tanımlar, onu “sıgılaştıracak” biçimde değil tam tersi özelliklerini ortaya koyacak şekilde ele alınmalıdır. Bu bağlamda araştırmanın amaçlarından birisi, film afişinin biçim ve içerik özelliklerini ortaya koyacak ölçüde kapsamlı bir film afiş tanımı yapmaktır. Çalışmanın bir diğer önemli amacı ise araştırmada ele alınan örneklemeler üzerinden film afişinin biçim ve içerik özelliklerini ortaya koymak ve bu sayede film afişinin kültürel iletişimde düşün boyutuna verdiği katkı hakkında farkındalık oluşturmaktır.

Sinema, bir sanat dalı olarak kabul görmesine rağmen aynı zamanda da bir ideayı da üzerinde taşıyor olması ve toplumları etkilemesi bakımından onu ideolojik bir araç yapar. Varlık nedeni; toplumu bilinçlendirmek ve düşünmeye teşvik ederek toplumsal bir farkındalık yaratmaktır. Bir sanat ve tasarım ürünü olarak ortaya konan film ve afişi için “tasar” diyebilmemiz için; “bir amacının olmasını, bir düşünce ya da fikir ürünü olarak ortaya çıkmasını, alışlagelenden ve daha önceden yapılmış olanlardan farklılık göstermesini ve en önemlisi kendine has özelliğinin olması” beklenir. O halde her ikisi de aynı unsurlara ihtiyaç duymalarından dolayı, film afişinin tasarım değeri de filmine katma değer sağlar. Dünya sinemasının ürettiği film sayısının gün geçtikçe artması ve bu niceliksel artışın hem film üretiminde hem de onun afiş dönüşürülmesindeki düşün aşamasındaki nitelik sorunları da tartışma alanlarından biridir.

¹ Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Sanatları Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, kaanuludere@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-1091-1062, 0537 504 06 94

² Doç. Dr., Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, serkan.ozturk@yalova.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-8882-3607, 0533 218 58 01

Film afişlerinin, filmler ile kurdukları anlamsal ilişkinin çözümlenmesi bir okuma edimidir. Kültürel ihtiyacımız, günümüzün tüketim kültüründe sıkça gördüğümüz, reklam afişleri benzeri film afişleri yerine, filmin asıl görevi olan toplumsal bilinç ve eleştirel düşünce üretme görevini afiş olarak tamamlayan, filmiyle sıkı bir anlamsal ilişkiye giren, ama aynı zamanda filminden de bağımsız olarak bir sanat ve tasarım değeri olan sosyal, politik, kültürel kodlara sahip, düşündüren, yeni fikirlerle olanak tanıyan, yaratıcı ve en önemlisi tasarımcısının “gizli imzası” nı taşıyan yeni tasarımlardır.

Hemen hemen her sanat disiplini ışık, renk, kompozisyon vb. unsurlar ile temsili anlamlar üretirler. Sanatçının bu üretim sürecinde iç dünyasında özellikle nesnenin yorumlanması ve biçimlenmesinde ışık ve renkten yararlandığı görülür. Dış dünyaya yapılan göndermeler için bir tavırla renklerin betimlemesiyle ifade edilir. Her imgenin aslına ait olduğu sanatsal ifade türlerinde dış dünya tasvir edilir (Yücel, A., Uğur, U., 2018).

Saul Bass film afişleri, her biri birer el çizimi olarak ortaya konması, serigraf ipek baskı ile sınırlı sayıda ve imzalı olarak basılması, döneminin sanat akımlarını yansıtmaması, tasarımcısının grafik tasarım ekolünü yansıtan bir okuldan mezun olması, döneminde tasarımlarının Amerikan sinema sektörü tarafından kabul görüp uygulanması gibi faktörler onun eserlerini bir sanat eserine dönüştürür. Afişlerinde kullandığı tasar elemanı sayısındaki “en az” kuralı, tasar prensiplerindeki “en önemli” olanın doğru seçimi, Gestalt ile algı kurallarını kullanma yeteneği, tasarım yapma becerisinin birer göstergesidir. Tasarımları halen günümüzde de bir değer olarak kabul edilen illüstratif, ikonik ve simgesel çalışmalardır.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmanın amacı, film afişlerinde bir döneme damgasını vurmuş olan Saul Bass’ın film afişlerini biçim ve içerik yönüyle ele alarak göstergebilimsel incelemektir. Afiş görsellerinin grafik öge ve ilkeleri; biçim yönüyle, göstergelerin ortaya koydukları anlamları ise içerik yönüyle analizidir. İncelemede amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen 2 ikonik ve simgesel tasar (afiş) çalışması çözümlenmesi yer almaktadır. Bu genel amaç çerçevesinde araştırma çalışması şu soru cümleleriyle somutlaştırılabilir:

1. Saul Bass film afişlerinin, doğrudan anlatımlı film afişlerden farkını ortaya koyan özellikler nelerdir?
2. Saul Bass film afişlerinin “tasarım değeri”ni ortaya koyan özellikleri nelerdir?
3. Saul Bass film afişlerinin biçim ve içerik yönüyle diğer film afişlerinden ayıran özellikler nelerdir?

Araştırma sonuçlarının grafik iletişim ve grafik tasarım alanında yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Varsayımlar

Bu araştırma yapılırken aşağıda belirtilen unsurların varlığı irdelenmeyecek, çalışmaya zemin oluşturacak bu maddelerin doğruluğu sorgusuz kabul edilecektir.

1. Grafik tasarımcı Saul Bass, hazırladığı her film afişine ıslak imzasını atarak onları bir tasarım ürünü olarak kabul edilmesini sağlamıştır.

2. Tasar olarak ortaya koyduğu afişleri -serigraf ipek el baskı yöntemiyle- sınırlı sayıda basılmasını sağlayarak “değer” olmasının yolunu açmıştır.
3. Grafik tasarım alanında bir döneme damga vurmuş fotoğrafsız afiş tasarımları grafik otoriteleri tarafından kabul görmüştür.

Hipotezler

1. Saul Bass afişleri; fotoğraf imgesi kullanmadan her tür konu ve içeriği ele alarak görselleştirir.
2. Saul Bass film afişleri; tasarım değeri olarak ortaya koyduklarıyla, filmine sadece tanıtım amaçlı hizmet vermekten öte, onunla kurduğu anlamsal bağın izleyici/okuyucu üzerindeki afişi okuma, anlama ve anlamlandırma boyutunu da ortaya çıkarır.
3. Saul Bass film afişleri; içeriği ile izleyici/okuyucu üzerindeki anlamsal etkisini tasarım kuramlarına göre ele alınan biçim unsurlarıyla da ortaya koyar.

Ortaya konulan hipotezler, çalışma kapsamında incelenecek olan Saul Bass’ın film afişleri üzerinden, Roland Barthes’ in bir afişin tüm katmanlarını irdeleyecek şekilde göstergebilimsel analiz kapsamında ortaya koyduğu üç karşıtlıklar bağlamında çözümlenecektir.

Sınırlılıklar

Bu araştırma, Saul Bass’ın tasarım evreninden seçilen 2 film afişi; Roland Barthes’in göstergebilimsel çözümlemesine göre tasarım kuramları olarak “biçim”, anlamsal ve kavramsal olarak “içerik” analiziyle sınırlıdır.

Anahtar Kavramlar

Bu çalışmada; tasarım kavramı, tasarım kuramları: Temel tasarım öğeleri ve temel tasarım ilkeleri ile göstergebilim kavramları ele alınmış olup ilgili bölümlerde ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

Tasarım Kavramı: Tasarlamak, tasarı, tasar açıklanırken, ortaya konulan bir çalışmaya tasar ya da tasarım denmesinin şartları açıklanmıştır.

Tasarım Kuramları: Bahaus okulunun temel tasar ilkeleri doğrultusunda bir tasar’ı ortaya koyan temel öğe ve ilkeler ile organizasyon prensiplerini kapsamaktadır.

Göstergebilim: İnsanların birbirleriyle anlaşmalarında kullandıkları sözlü ya da yazılı diller, jest ve mimikler, trafik işaretleri, şehir tabelaları, moda, mimarlık, reklam ve film afişleri gibi bildirişim görevi taşıyan taşımanın her türlü anlam oluşturan birimlerden oluşan bir dizgedir.

Verilerin Toplanması ve İşlenmesi

Saul Bass film afişleri, kendi isimli resmi sitesinden, diğer görseller ilgili web sitelerinden temin edilmiştir.

1. BİR TASARIM TÜRÜ OLARAK GRAFİK TASARIM VE AFİŞ TASARIMI

1.1.Tasarım Kavramı

Tasarım sözcüğü, günlük hayatta; mühendislikten mimarlığa, modadan endüstriyel ürünlere, kadar pek çok farklı alanda sıkça kullanılan bir terimdir. Tasarım sözcüğü hem bir kavramı, hem de bir nesneyi tanımlar. Çoğu zaman beğenilen bir ürünün diğerlerine göre farkını işaret etmek anlamında “güzel bir tasarım” ifadesi kullanılır. Tasarım, Türkçeye “dizayn” olarak girmiş eş anlamlı bir sözcüktür. Bu bağlamda Güngör, tasarım terimini mimarlık terminolojisinden açıklamaktadır:

Tasarım sözcüğü; İtalyanca’da *disegno composizione*, İngilizce’de *design*, kelimelerinden gelmektedir. Tasarım kavramı, “bir yapı ya da aygıtın kısımlarının kağıt üzerine çizilmiş biçimi” anlamında kullanılan ve “tasar” kökünden türetilmiş olan “tasarı” ya dayanmaktadır. Tasarı, bir kimsenin yapmayı düşündüğü şey, olması ya da yapılması istenen bir şeyin tasarlama sonucu zihinde aldığı biçim olarak kullanılmaktadır. Tasarım kavramı, Arapça “suret” kökünden gelen “tasavvur” sözcüğüyle eş anlamlı olup, “göz önünde canlandırmak, zihinde canlandırmak (tasavvur etmek), düşünmek” karşılığıdır. Günümüzde tasarım, “zihinde canlandırılan biçim, duyuların ya da belleğin anlığa sunduğu görüntü” olarak tanımlanmaktadır. Tasarım sözcüğünün İngilizce karşılığı olan *design*, Latince *designare*, *dissignare* köklerinden gelmekte olup, “göstermek, işaret etmek, tanımlamak, tayin etmek” anlamlarını taşır (Güngör, 2005:5).

Yukarıdaki açıklamaya göre tasarımın birden fazla anlamı vardır. “Tasavvur” sözcüğü ile zihinsel boyutu, “göstermek” ile de şekilsel, biçimsel, eylemsel boyutuna dikkat çekilmektedir. Tasarım aşamalarını belirtmekte kullanılan sözcükler; tasarlamak ya da tasarımılamak, tasarım, tasarı ve tasardır. Bunları sırasıyla tanımlamaya çalışırsak.

- **Tasarlamak:** Türkçede tasarlamak, bir düşüncüyü, bir hareketi gerçekleştirmek için zihinde canlandırmak veya tasavvur etmek anlamına gelir. Diğer bir ifadeyle, hayal etmek suretiyle zihinde oluşturulan bir imge olarak tanımlanır. Tasarlamak eyleminde bir özlem ya da bir ihtiyaç vardır.
- **Tasarım:** Tasavvur edilenin zihinde somutlaşmasıdır. Örneğin, orman evi dendiğinde zihinde canlanan ahşap ya da taştan yapılmış tek katlı orman içinde çevresinde çiti olan bir yapı canlanmaktadır. Tasarı haline dönüşmeden önce zihindeki netleşmiş biçimi tasarımıdır. Tasarım sözcüğünün mimarlıktaki karşılığı form (şekil, biçim...) sözcüğüdür. Tasarım süreci zihinsel bir eylem olup, fikirlerin yazılı, çizili bir göstergeye dönüşmeden önceki halidir.

Sonuç olarak, tasarım sözcüğü “tasavvur-tasarım-tasarı ve tasar” kavramlarını kapsayıcı bir özelliktedir. “Temel tasarım” ya da “temel tasar” aynı anlamlara geliyor gibi görünse de, aslında temel tasarım, “süreç”in analizini, temel tasar ise “tasar” yani “ürün” olarak en son halî üzerindeki kodlanmış tasarım imgelerinin “biçim” ve “içerik” yönüyle analizini ya da çözümlemesini ifade eder.

Mimari tasarım, endüstri ürünleri tasarımı ya da grafik tasarım dendiğinde aynı zamanda bu alandaki çalışmaların tasarımdan bağımsız düşünülmemeyeceği de anlaşılır.

Bir uğraşa tasarım denilebilmesi için;

- Bir Amaçla Görevli Bulunmak
- Bir Düşünce Ürünü Olarak Bilinçli Olmak
- Alışıl gelmişten Ayrıcalıklı ve Özgün Olmak
- Tümüyle Kendine Özgü Bir Nitelik Taşımak (Saldıray, 1973: 34)

Bunlardan biri eksik olduğu takdirde yapılan sadece bir iş ya da zanaat olur. Sanat ve tasarım değeri taşımaz. Sonuç olarak, tasarım sözcüğü “tasavvur-tasarım-tasarı ve tasar” kavramlarını kapsayıcı bir özelliktedir. “Temel tasarım” ya da “temel tasar” aynı anlamlara geliyor gibi görünse de aslında temel tasarım, “süreç”in analizini, temel tasar ise “tasar” yani “ürün” olarak en son hali üzerindeki kodlanmış tasarım imgelerinin “biçim” ve “içerik” yönüyle analizini ya da çözümlemesini ifade eder.

- **Tasarı:** Tasarı, tasavvur edileni, bir kalem ya da başka bir araçla çizerek ortaya koymaktır. Bu çizim; taslak, eskiz, şema gibi genelde kendimize tarif etmek için yapılan ön çizimler şeklinde olup, proje haline gelmeden önceki aşamayı ifade etmektedir. Bu yolla zihinde yapılan tasarım, tasarı vasıtasıyla bir şekle dönüştürülerek zihin-göz bağı kurulmuş olur. Tasarılar tekrarlanarak elde edilen tasarımların son haline getirilmesiyle tasar halini alır.
- **Tasar:** Türkçe sözlükte: 1. Bir iş, düşüncenin sırasını, düzenini gösteren resim, yazı vb. 2. Bir cisim, makine, yapı vb. yatay izdüşümü” (TDK, 1974:677). Bu bağlamda Güngör (2005:5) “herhangi bir tasarım, tasarı haline gelip daha sonra geliştirilerek kesinleştirilse bile ortaya çıkan son şekle her zaman tasar demek kabil değildir” der.

O halde, bir çalışmaya tasar diyebilmek için;

1. Bir amacı olmalı,
2. Bir düşünce ve fikir ürünü olarak ortaya çıkmalı,
3. Alışıl gелenden ve daha önceden yapılmış olanlardan farklılık göstermeli,
4. Kendine has özelliği bulunmalıdır. (Saldıray, 1973: 38)

Burada “tasar”a iki önemli görev düşmektedir. Öncelikle tasar, bir amaca hizmet etmeli, işlevi olmalıdır. Bu amaçla tasar için “temel tasarım kuramları”na uygun olacak biçimde tasar’ın temel tasarım öğeleri (nokta, çizgi, şekil vb.), tasar ilkeleri (denge, orantı, vb.) çerçevesinde - bir düşünce ve fikir ürünü olarak ortaya çıkacak şekilde- uyum ve birlik içinde bir araya gelirler. Son olarak, bu çalışmanın, bir tasarım ürünü (tasar) olduğunu söylemek için de bu tasar’ın diğerlerinden olan farkını ve karakteristik özelliklerini ortaya koyması gerekir.

Tasar, tasarım süreci sonunda elde edilen ürünün kendisidir. Uygulamalı tasarım alanına giren grafik tasarımda, tasarım süreci sonunda ortaya konan ürün örneğin, bir afiş ise buna aynı zamanda “tasar”, ya da “grafik tasar olarak afiş” denilir.

Sonuç olarak, tasarım sözcüğü “tasarlama-tasarım-tasarı ve tasar” kavramlarını kapsayıcı bir özelliktedir. “Temel tasarım” ya da “temel tasar” aynı anlamlarda kullanılan sözcüklerdir. Mimari bir tasar, mekanın kendisidir. Duvar, kapı, pencere vb. yapı elamanlarıyla

oluşturulmuştur. Bunlar onun biçimsel yönüdür. İçinde yaşayanlar onu kullanırken eskiyen mobilyaları, duvarda solan boyaları, gıcırdayan döşemenin sesi, doğan ya da ölen aile fertlerinin tüm anı ve duyguları mekana yansır. Mekan, içinde yaşayanlara bir şeyler anlatır. Hatıralar ile anlamlar karışır. Bu yönüyle içerik ortaya çıkar. Artık mekanın bir dili ve sözü vardır. Kullanıcısıyla kurduğu görsel iletişimidir.

Tasar her zaman mimari bir amaçla yapılmaz. Bu bağlamda Becer tasar sözcüğünü farklı sanat ve tasarım alanlarından örnekler vererek açıklar;

Mimari tasar ilkeleri aynı zamanda resim, heykel, dans, müzik ve hatta edebiyat için de geçerlidir. Mimarlık, resim ve heykel görsel sanatlardır. Bu sanatlara ait tasarımlar veya gerçekleşmiş yapıtlar çoğu kez bir bakışta toplu olarak görülebildiklerinden, genellikle bir anda algılanırlar. Fakat bir oyun, bir dans tamamen seyredilmeden, bir müzik tamamen dinlenmeden bir şiir, bir edebi yapıt tamamıyla okunmadan tümüyle anlaşılmaz. Bu gibi sanatlar zamana bağlı olarak algılanırlar (Güngör, 2005:5).

Bu ifadeye göre, örneğin film afişi tasarımında da zamana bağlı bir algılama söz konusudur. Seyirci gözünden film afişinin anlaşılması için filmin izlenmesi ya da konusu hakkında bilgilenmesi gerekecektir. Özellikle simgesel ve ikonik afişlerin algılanması, dolaysız anlatımlı (simgesel olmayan ve fotoğrafı kullanan) afişlere göre daha zordur.

1.2.Afiş Tasarımında Görsel İmgeleri Bütünleştirme İlkeleri

Grafik tasarımcılar Ambrose, Billson' ın afiş düzenlemesinde “görsel imgeyi sunma” başlığında beş yaklaşım sunarlar. Bunlar; yazı ve imge, bitişiklik, üst üste bindirme, montaj ve etkileşimdir (Ambrose, Billson, 2013:115) (Tablo 1).

1.2.1. Yazı ve İmge

Tipografik yapıya imaj eklendiği hallerde sonuç genellikle ekstra anlam ve mesajlar içerir. Tasarım çalışmasında imgelerin kullanımıyla ilgili yapılacak deneyler tasarımcıya anlamın nasıl oluşturulabileceğine dair engin bir anlayış kazandıracaktır.

Tablo 1:M&C Saatchi Melbourne, Afiş Görseli

İşaret	Afiş Görseli	Açıklama
<p>A</p> <p>+</p> 		<p>Tasarım: M&C Saatchi Melbourne</p> <p>Müşteri: Australia Post</p> <p>Kampanya: Haberleşme ve posta hizmetleri</p> <p>Teknik: Yazı ve İmge Birleşmesi</p> <p>Hizmet ve Kullanım Alanı: Sosyal</p>

Kaynak: (Web, theinspirationroom)

Afiş; mektup kağıdının insan formuna dönüştürüldüğü ve okuyucusu ile sarılarak kucaklaştığı bir anlatım.

Sevdiklerimizden alınan bir mektubun bizlerde yarattığı olumlu duygu.

1.2.2. Bitişiklik

Bu, birden çok imgenin birbirine yakın konumlanmasıdır. Bitişiklik, birbiriyle zıtlaşan nesne, imge veya imgelere izleyicinin dikkatini çekmenin kullanışlı bir yolu haline gelebilir. Karşılaştırma veya zıtlık önermenin kullanışlı bir yolu olabilir.

1.2.3.Üst Üste Bindirme

Üst üste bindirme, bir imgenin yerine veya üzerine bir katman halinde başka bir imgenin yerleştirilmesidir. Bu yaklaşım çoğunlukla genel imge etkisini artırmada kullanılır ancak bazen de bir şeyi saklamak için kullanılabilir.

1.2.4. Montaj

Montaj imge ya da imgeler, kesme ve/veya birleştirme yoluyla tek bir bileşim haline getirmektedir.

1.2.5. Etkileşim

İmgelerin birbiri veya diğer nesnelere arasında olan etkileşimi.

1.3. Film Afiş Tasarımında Saul Bass Etkisi

1.3.1. Tasarım Üslubu

Saul Bass, Bauhaus ekolünün temsilcileri olan Howard Trafton ve modernist György Kepes'in öğrencisi olarak aynı ekolü grafik tasarımlarında da devam ettirmiştir. Temel tasarım problemlerini bu ekolün verdiği bilgilerle çözerken aynı zamanda zamanın sanatsal akımlarından da etkilenen çalışmalar ortaya çıkarmıştır. Tasarımlarında kübizm, pop art ve minimalist ekollerin etkisini de görmek mümkündür. Bauhaus tasarım üslubu işlevcilik üzerine inşa edilmişti. Zanaat ve sanatı birleştirici yönüyle ele alıp uygulamaya ve üretime ağırlık veriyordu. Mimarlık odaklı olan bu akımın Almanya'da ve Amerika'da kurduğu okullarda mimarlık, sanat ve tasarım ve endüstri ürünleri tasarım derslerinde form, oran, ritim, malzeme, renk, mekân gibi konular işlenmekteydi. Saul Bass'ın tüm çalışmalarında bu temel öğeleri görmek mümkündür. Tasarımlarında; nokta, çizgi, şekil/biçim, renk vb. gibi temel öğeleri, tekrar, zıtlık, egemenlik, denge gibi temel tasarım ilkeleri çerçevesinde ele almış ve minimalist bir yaklaşımla tasarlarını oluşturmuştur.

1.3.2. Film Afiş Tasarımına Getirdiği Yeni Anlayış

Saul Bass öncesi film afişleri başrol oyuncularının fotoğraflarının olduğu tanıtım görselleriyken, Bass'ın, fotoğrafsız afişleri sinema sektörüne yeni bir bakış açısı kazandırdı. Başrol oyuncusu ya da filmin önemli bir sahnesinin fotoğrafı olmadığı bir afiş tasarımı için cesaret ve onay gerekiyordu. Bass tarafından kararlı bir biçimde uygulanan bu yöntem göre; fotoğrafın kaldırılmasıyla ortaya çıkan biçim ve içerik boşluğunu, illüstrasyon ve serbest el yazı kullanarak, fotoğrafın yerine ikonları, simgeleri ya da işaretleri kullanarak doldururken, filmin ana fikrini bu imgeler yardımıyla mesajlar yoluyla izleyiciye aktarabilmiştir. Bu yaklaşımla film afişi sadece filmi tanıtan ve filmden sonrada işlevini yitiren bir görsel olma durumundan kurtularak film öncesi ve sonrası tekrar tekrar irdelenmesi gereken bir tasarım ürününe dönüşmüştür. Bu yaklaşım afiş tasarımı getirdiği yeni anlayıştır.

1.3.3. Saul Bass Film Afişlerinin Genel Özellikleri

- 25*35 cm boyutlarında, ipek serigraf baskı olup çok az sayıda basılmıştır.
- Tasarımlarda Bauhaus Okulu etkisi vardır. Temel tasarım kuramları çerçevesinde çözümlenirler.
- Minimalist bir anlatım dili tercih edilmiştir; en az renk ve en az biçim kullanılmıştır.
- Poster zemini (fon) tek renklidir.
- Biçimler oluşturulurken zeminden de faydalanılır. Şekil-zemin etkilidir.
- Başlık yazısı tasarımın bir parçası olarak el yazısıdır ve biçimle birlikte ele alınmıştır.
- Kolaj tekniği uygulanmıştır. Geometrilere parçalıdır.
- Filmin ana temasını vurgularken ikonlardan yararlanılır.
- Simge ve belirtke kullanılır.
- Metaforik bir anlatım dili vardır, kültürel kodlar taşır.

- Afiş, film öncesi merak uyandırıcı niteliktedir. Ne, anlatıyor sorusunu sordurur.
- Afiş, filmi sonuna kadar izlendikten sonra da değerlendirme ihtiyacı gösterir.
- Mesaj verir.
- Tasarımcının imzası afiş üzerinde görünür bir konumda yer alır.

2. FİLM AFİŞİNDE GÖSTERGELER VE GÖSTERGEBİLİM

İlk filmle birlikte ortaya çıkan film afişleri, sinemayı tanıtmaya ve duyuru niteliği taşıyan resimli bildirilerdi. Zamanla, filmin yönetmen ve oyuncularını belirten, yapımcı ve teknik bilgilerini gösteren, kullandığı fotoğraf, resim ve başlık yazısıyla da konu hakkında fikir veren ve aynı zamanda sanat ve tasarım değeri taşıyan birer postere dönüştü. Günümüzde afişler filmin basılı bir yüzeyde temsili olmaktan çıkıp hareketli, sesli ya da üç boyutlu görsellerde ifade bulmaktadırlar. Afişler, toplumsal yaşam içerisinde sosyal ve kültürel ihtiyaçlara aracılık eden nitelikte bir iletişim aracı görevi taşırlar. Haber verirler, uyarırlar, bilgilendirirler ve/veya yönlendirirler. Tasarım değeri taşıyan bu afişler aynı zamanda bildiri niteliği kazanmış birer göstergelerdir. Bizlere bir şeyleri gösterirken bir şeyleri de anlatma gayreti içinde olan bir bildirişim aracıdırlar.

Dil, kendine özgü kuralları ile insanlar arasında anlaşmayı sağlayan doğal bir araçtır ve diğer insanlar ile sosyal ilişkilerimizi koordine etmekte, insan hayatın her aşamasında varlığını devam ettirmektedir (Yalçın, 2020: 196). Toplumsal yaşamda insanın; kendini ifade edebilmek amacıyla kurduğu iletişimde kullandığı dil, en yaygın öğretilebilir bildirişim aracıdır. Konuşmanın dışında insanın, “dil” ile sanatsal ifadeler içerisinde ortaya koyduğu bildirişim niteliği taşıyan tasarım ürünleri de benzerlikler gösterir. Bu benzerlik, dilbilgisini model olarak kurulan yapı içinde tasarımın, dil gibi öğretilebilir bir sistem haline getirilmesine imkan vermektedir. Tasarım kavramı, “bir anlamı bir biçimle ifade etmede kullanılan dil” olarak ele alındığında, ortaya konulan her tasarım ürünü içinde, yaratıldığı dönemin kültürel değerlerini de aktaran bir anlatım değerine sahip olduğu anlaşılır. Tasarım ile dilin yapısal benzerliğini “biçimlendirme” başlıklı çalışmasında açıklayan Aksoy’a göre:

İnsanların duygu, düşünce ve eğilimlerinin karşılıklı olarak iletilmesini ve bu yoldan toplumun yaşam deneyleri birikiminin aktarılmasını sağlayan bir anlatım-iletim aracı olarak dil. (Aksoy, 1977:1)

ifadesini kullanır. Bu yaklaşıma göre, grafik tasarım disiplininde ortaya konulan; resim, fotoğraf, illüstrasyon, tipografi gibi tasarım etkinliğine dayalı biçimler (kitap kapağı, ambalaj, reklam afişi, film afişi) onları oluşturan temel öğeleri (nokta, çizgi, şekil, renk vb.) yardımıyla dil yapısı içerisinde çözümlenebilirler. Bu temel öğelerde aynı zamanda bir göstergedir. Bunların tasarım prensipleri yoluyla bir anlam oluşturacak biçimde algıda yarattığı ifadedir. Temel öğeler “dil”, algıda yarattığı ise “söz” dür.

Bu ifade “göstergelerin mantıksal bir düzen içerisinde çözümlenmeleri” olarak tanımlanan göstergebilim alanına girmektedir. Bu bağlamda Rifat şu açıklamayı yapmaktadır:

Gösterge dizgelerini betimlemek, göstergelerin birbirleriyle kurdukları bağıntıları saptamak, anlamların eklenerek oluşma biçimlerini bulmak, göstergeleri ve dizgelerini sınıflandırmak ya da insanla insan, insanla doğa arasındaki etkileşimi açıklamak.... (Rifat, 1998:111)

Bu tanıma göre örneğin; grafik tasarımda “insanla insan” arasındaki etkileşim “tasarımcı ile izleyici” etkileşimine, “insanla doğa” arasındaki etkileşim “izleyici afiş” arasında kurulmaktadır. Afiş yüzeyinin üzerindeki tasarım unsurlarının (fotoğraf, illüstrasyon, tipografi) anlam karşılıklarının sınıflandırmaları, tanımlanacak “gösterge dizgeleri” ni oluşturmaktadır. Bu yaklaşım, tasarımcıya; yüzey tasarımında vermek istediği ifade ve imayı bir dil işlerliği ile kullanarak, sanatsal bir dilsel metin hazırlar gibi oluşturma imkanı vermektedir. Bu ise göstergebilimin kapsamı içinde gerçekleşebilir. Rifat’ın göstergebilimin kapsamı üzerine açıklaması önemlidir:

Bu amaçla da bilimkuramsal (epistemolojik), yöntembilimsel (metodolojik) ve betimsel (Deskriptif) açıdan tümü kapsayıcı, tutarlı ve yalnız bir kuram oluşturmak gibi bir birden farklı bir çok araştırmaya Türkçe’de göstergebilim diye adlandırılan bir bilim dalının alanına girer. (Rifat, 1998:111).

Yukarıdaki açıklamaya göre; göstergebilim kapsamında (afiş tasarımında imgelerin yapısal çözümlenmesi gibi); ilgili bilim dallarına uygun (bilimkuramsal), mantıksal bir düzen içeren (yöntembilimsel) ve insanın algılama süreci içinde tanımlanabilir (betimsel) özellikleri ile genel (tümü kapsayıcı), anlaşılır (tutarlı) ve kolay uygulanabilir (yalın) olması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Buna göre; göstergelerin sınıflandırılarak tanımlanmasından oluşan yöntem, ele alınan disiplini (grafik tasarım gibi) destekleyen bilim ve sanat dallarının (fotoğraf, tipografi, illüstrasyon gibi) belirlediği genel (tümü kapsayıcı) mantık çerçevesinde kurulmalı; anlaşılır (tutarlı) ve kolay uygulanabilir (yalın) olabilmesi için insanın (kullanıcı) algılama süreci içinde tanımlanmalıdır.

Türkçede göstergebilim tek bir kavram altında ifade edilirken aynı zamanda bir yanılgıda ortaya çıkmaktadır. Batı dillerinde, semiyoloji bilimi (sözcük-kavram) olarak dili konu alırken, biçim-anlam olarak ele alan semiyotik bilimi ayrı kavramlar olarak ele alınmaktadır. Bu araştırma çalışmasında göstergebilim kavramı “insanın tasarım etkinliği içinde yarattığı ifadelerin anlamlarının çözümlenerek, yaratıcılık olgusuna dilbilgisel bir yapı kazandırılması amacı ile yöntem kuramları oluşturan semiyotik kavramına eş olarak” kullanıldığını belirtmek gerekmektedir. Böylelikle bu araştırma çalışmasının amacı olan, göstergebilimsel çözümleme kavramına da açıklık getirilmiş olmaktadır.

Günümüzde siyaset bilimi, tarih, iletişim ve güzel sanatlar gibi çeşitli alanlarda yararlanılan bir araştırma yöntemi olan göstergebilim (Karaca vd., 2021a: 6), dilbilimin yapısalçı çözümleme yöntemini tüm kültür görünümlerine yayarak, bu görünümlerin taşıdığını varsaydığı anlamları araştırır. Göstergebilim terimini ilk kullanan Ferdinand de Saussure olmuştur. O, anlam dizgelerinden (çizgi, şekil, renk gibi anlam bildiren ifadelerin kurdukları yapılar) bahsederken dili anlam belirten bir dizge olarak tanımlar. Saussure toplumdaki dil göstergelerini (sözcükler) inceleyerek, toplumun tüm göstergelerini çözümlemeye bir model oluşturacağına işaret eder (Kantar, 2018: 6). Bu yaklaşımı ile göstergebilimi genel bir bilim dalı olarak ele almaktadır. Diğer bir göstergebilim kuramcısı olan Peirce ise Saussure’ün genel yaklaşımının aksine bir bilim dalı olarak göstergebilimi tanımlamıştır. Bu sayede dil dışında anlam dizgelerinin kurulması ve bu yolla düşüncelerin iletilmesi fikrinin üzerinde durmuştur. Bu ifade

tasarımcının, sanatçının ortaya koyduklarıyla kendini ifade etme biçimini açıklamaktadır. Pierce göstergeyi (1978:121) “bir kişinin zihninde başka bir yansımanın yaratılmasını sağlayarak herhangi bir şeyin yerini, herhangi bir sıfatla tutan şey”, olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre, bir anlam dizgesi olarak afiş tasarımında gösterge, kullanıcının algılama sürecinde zihninde belirli kavramları çağrıştıran yüzey öğelerinden oluşmaktadır.

Göstergebilimde, Hjelmslev dili yapısal çözümleme içerisinde ele alarak anlam dizgelerini mantıksal bir düzene sokmuştur. Aynı zamanda araştırma yapılırken zamansal ve mekânsal (coğrafi) olmak üzere iki tür sınırlamaya başvurulmuştur. (Yeşiltaş, Özdemir, Kuru, 2022: 203). Dilin matematiksel yönünü ortaya koymuştur. Hjelmslev’in “düzanlam ve yananlam” olarak tanımlamasıyla da göstergeleri anlam bildiren ifadeler olarak belirtmiştir. Bu yaklaşım Barthes tarafından da geliştirilerek günümüz göstergebilimin genel kuramlarını oluşturmuştur. Üstdil olarak tanımlanan bu durum tasarımın ortaya koyduğu anlam-iletişimi de açıklamaktadır. Tasarımcı-kullanıcı/izleyici ilişkisinde göstergebilim bu süreci analiz etmeye ve çözümlenmeye imkan veren bir etkinlik alanı olmaktadır. “Dil cebiri” olarak da tanımlanan matematiksel bir model içinde ele alınan anlam dizgeleri öğretilbilir ya da tersi çözümlenebilir. Buna göre tasarım kavramı da anlam bildiren dizgeler olarak bir sistem içerisinde ele alınabilirler. Tasarımcının dil dışında ortaya koyduğu nesne; resim, fotoğraf, heykel gibi sanat ve tasarım ürünlerinin her birisi birer göstergedir.

Göstergebilim, açık ve gizli mesajların ortaya konulmasında yararlanılan bir yöntemdir (Karaca, 2021b: 16). Göstergebilimle göstergeler üzerinden insanların birbirlerine vermek istedikleri mesajlar açıklanmaya çalışılmaktadır. Benzer şekilde afişler üzerinden verilmek istenen mesajların ortaya konulmasında da göstergebilimden yararlanılabilmektedir.

3. SAUL BASS FİLM AFİŞLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

3.1. Roland Barthes’in Göstergebilimsel Çözümleme Yöntemi

Roland Barthes, Sorbonne’da öğrenim gördükten sonra Fransız Bilimsel Araştırma Ulusal Merkezi’nde çalışmış ve Collège de France’ta göstergebilim dersleri vermiştir. Yapısalcı bir yazar ve filozoftur. Barthes sosyoloji, sanat, politika, antropoloji ve popüler medya konularında çalışmalar yürütmüştür. Barthes’in düşünce evrimini sınıflandırmak kolay değildir. Çünkü onun yapısalcılık’tan postyapısalcılık’a uzanan düşünsel serüveni kolayca sınıflandırmaya elverişli değildir. Onu hem postmodern felsefe’nin oluşturucuları arasında saymak, hem de bizzat postmodern düşüncenin en özgün kuramsal uygulayıcılarından biri olarak anmak gerekir. Düşünsel serüvenini anlamak için çalışmalarının seyri izlenebilir.

1950’li yıllar Barthes’in yazın çalışmalarının başlangıç yıllarıdır. Bu yıllardan itibaren, dilbilimle, edebiyatla, müzikle, göstergebilimin bir bilim olarak kuruluşuyla uğraşacak, giderek boyut değiştiren ve derinlik gösteren bir yönde yapıtları ortaya çıkacaktır.

Barthes, dilbilim’in (Saussure’cü Dilbilim) tezlerini göstergebilimine taşımaya çalışır. Çünkü belli bir noktadan sonra onun için her şey gösterge dizgeleri olarak okunabilecek bir görünüm alır. Günlük hayattaki rastgele öğelerden yüksek sanat yapıtlarına her şey bir gösterge olarak analiz edilebilir ve edilmelidir. Onun göstergebilim anlayışı bu noktada bu gösterge

dizgelerini anlamak, işleyiş yapılarını çözmek ve dolayısıyla anlam dünyasının yapısını açıklamak çabasından ileri gelir.

Barthes'in görsel göstergeler üzerinden yaptığı çözümlenelerde; "göstergebilim" kavramını "insan-tasarım etkinliği içinde yarattığı ifadelerin anlamlarının çözümlenerek, yaratıcılık olgusuna dilbilgisel bir yapı kazandırılması" olarak ele aldığı görülmektedir.

Birinci bölümde açıklanan "tasarım kavramı" tanım ve amacı ile örtüşen bu ifade, farklı bir açıdan ele alınacak olursa; göstergebilim yardımıyla bir tasarımı açıklayabilir ya da o "şey" in bir "tasarım ürünü" olup olmadığına karar verilebilir. Diğer bir ifadeyle göstergeyi oluşturan temel öğeler açığa çıkartılarak, tasarım ilkeleri ve algı prensipleri açısından; "bir tasar olarak ortaya konmasında izlenen yol" bakımından doğrulukları irdelenip üzerinde bir fikir birliğine varılabilir.

Tasarım olarak ortaya konulan bir ürün (tasar) ister iki boyutlu isterse de üç boyutlu olsun "tasarım" kavramı içerisinde nitelendirildiği takdirde; amaca yönelik ortaya konmasında, "sıradan olmayan" ve "karakteristik özellik" te, düşün ve fikir ürünü olmalıdır. Tersi olan ise sadece görseldir, ifadesiz ve manasızdır. Ya da sözünü yitirmiş "dil" dir.

Karşıtlık filmlerin sahne tasarımında sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Filmlerde var edilen zıtlıkları Akdağ, yapısal zıtlıklar, tematik zıtlıklar, retorik temelli zıtlıklar, hareket bağlı zıtlıklar, imge ve ikon temelli zıtlıklar, sahneler arası geçişte sağlanan zıtlıklar, obje-sath zıtlıkları şeklinde başlıklar altında toplamıştır. Elbette karşıtlık ilkesini filmin önsözü sayılabilecek film afişlerinde de kullanılmıştır. Erken dönemde Ronald Barthes film afişlerinde kullanılan zıtlıkları tanımlamıştır. Film sahnelerindeki zıtlıkların amacı filmin izlenirliğini sağlamaktır. Film afişi tasarımındaki var edilen zıtlıkların temel amacı ise filme izleyici çekmektir (Akdağ, 2021: 238-243). Roland Barthes göstergebilim kuramlarını, yapısal dilbilime göre oluşturup dil/söz olarak anlam karşıtlıklarından hareketle dört ana başlıkta toplamıştır.

Bunlar sırasıyla;

1. Dil ve Söz Kavram Karşıtlıkları
2. Gösterilen ve Gösteren Kavram Karşıtlıkları
3. Dizim ve dizi Kavram Karşıtlıkları
4. Düzanlam ve Yananlam Kavram Karşıtlıkları

Araştırmada analiz edilecek olan afişlere ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo2. Çalışmada Analiz Edilecek Afişler

SIRASI	AFİŞİN ADI	YÖNETMEN	YAYIN YILI	SIRA
01	The Man with the Golden Arm	Otto Preminger	1955	1/23
02	Storm Center	Daniel Taradash	1956	2/23

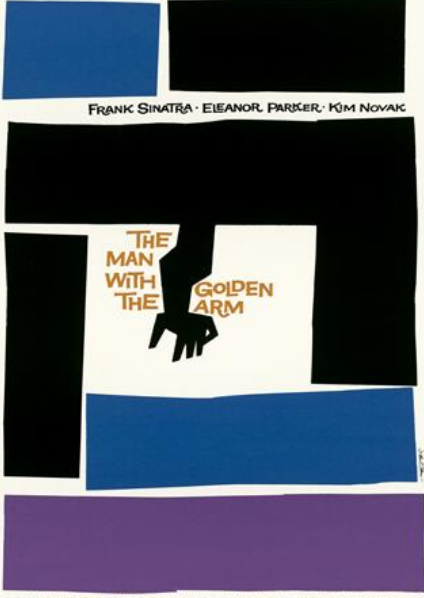
3.2. Bulgular

3.2.1. “The Man with the Golden Arm”

Filmin kısa konusu: Uzun süre kaldığı hapishaneden, uyuşturucu tedavisi sayesinde “temizlenmiş” olarak çıkan “Frankie”, önceki yaşamından farklı bir hayat çizgisi sürmeye kararlıdır; kumardan ve uyuşturucudan uzak kalma gayretiyle bir caz grubunda bateri çalarak hayatını kazanmaya çalışır. Geçmişinden kurtulma mücadelesi, iki kadın arasında kalan bir yaşam ve geçim sıkıntısı peşini bırakmayan sorunlarıdır.

Konunun temel terim ve sözcükleri: Altın Kol, temizlenme, caz davulcusu, uyuşturucu

Tablo 3. “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
 <p>FRANK SINATRA · ELEANOR PARKER · KIM NOVAK</p> <p>THE MAN WITH THE GOLDEN ARM</p> <p>A FILM BY OTTO PREMINGER · FROM THE NOVEL BY NELSON ALGREN · MUSIC BY ELMER BERNSTEIN · PRODUCED & DIRECTED BY OTTO PREMINGER</p>	<p>Filmin Orijinal Adı: The Man with the Golden Arm Yönetmen: Otto Preminger Oyuncular: Frank Sinatra, Eleanor Parker, Kim Novak Roman: Nelson Algren Muzik: Elmer Bernstein Türü: Drama Süre: 119 dk. Yapım Yılı: 1955 (ABD)</p>
	Afiş Künyesi
	<p>Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipeki baskı Renk: 4 Renkli Boyut: 25*35 Yıl: 1955 No: 1/23</p>

Kaynak: (Web, saulbassposterarchive,1/23)

Afişin Gösterdikleri

Açık gri fon üzerine, siyah, mavi ve mor renkli çizgisel şekiller, kol figürü, “The Man with the Golden Arm” başlık yazısı ve başrol oyuncularının isimleri yer alırken, alt başlıkta da yönetmen, yapımcı ve firma hakkında bilgiler verilmiştir. Afişin ön yüzünde, Tasarımcı Saul Bass’ ın imzası dikey konumlanmış biçimde sağ alt hizadadır. Tasarım ögesi olarak “kırık çizgi” kol figürü, siyah, mavi, mor harf şekiller, serbest el yazı kullanılır. Görüntü ilkin tözü dilsel olan

bir ileti sunar. Görselde kol figürünün çevresinde yer alan yazı çizgisel öğelerle çerçevelenerek desteklenir.

“**Golden Arm**”: Değerli kol, altın vuruş (argo) olarak kullanılır. (Redhouse, 1962:454).

Sözcüğün afişte kullanımı: Afişte, davul çalan kol ve uyuşturucu anlamlarında kullanılmaktadır.

Tablo 4. “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri
TEKNİK GÖSTERGELER

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrafsız
	İllüstrasyon	Kolaj Çalışması
	Tipografi / Yazı	Serbest El Yazı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	“Çizgi”. İfade: Kırık, Kırık Çizgi
	Tasarım İlkesi	Tekrar ve Vurgu
	Gestalt	Yakınlık, Ayırt Edici Özellik
	Renk	Siyah, Mavi, Mor

Tablo 5. “The Man with the Golden Arm” Film Afişinin Göstergebilimsel Çözümlemesi
DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI

DİL - SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	İnsan Kolu Figürü
	Belirti	Kırık çizgi
	Simge	Kol
KOD	Dilsel	“Altın Kollu Adam”
	Görsel	Kol
	Mesaj	Bağımlılık
GÖSTEREN-GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	Kırık Çizgi Kol ve Renkli Harf Şekiller
GÖSTERİLEN	İçerik	Bağımlılık Kavramı
	Mesaj	Uyuşturucu ile mücadele
DİZİM-DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Eroin-Kol, Bağımlılık-Sağlık, Yaşam-Ölüm
	Dizge	Eroin-Ölüm, Bağımlılık-Kol, Yaşam-Sağlık
DÜZANLAM-YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Kırık kol, hareket eden kol, davul çalma
YANANLAM	Metonim	Altın vuruş, Uyuşturucu-Kriz, Bağımlılık-Kurtuluş

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti: Gösterge öncelikle tözü dil olan bir ileti sunar:

- Başlık yazısı: The Man with the Golden Arm
- Üst başlık: Üç başrol oyuncusunun isimleri

1.2. Görsel ileti: Töze bağlı görsel sunar:

- Blok şekiller arasında kol figürü
- Mavi, siyah ve mor renkli şekiller

2. Gösteren:

2.1. Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- “Golden Arm” (işaret),
- Serbest el yazı (belirti/işaret),
- Parlak sarı renk (simge)

2.2. Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Blok olarak kesilmiş parçalar (ikon)
- Kırık çizgi ifadeli kol (işaret ve ikon)
- Parçaların renkleri siyah, mavi ve mor (simge)

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1. Yazının gösterilenleri:

- “Golden Arm”: Altın kol, “değerli” anlamında ya da “eroin” ve eroinmanlık olarak argo anlamlarında kullanılır.
- Serbest el yazı: el izi, insan yapısı anlamlarında kullanılır.

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- Kırık çizgi ifadeli kol: Hareket, vurma, kasılma, kırılma
- Şekiller ve harfler: Kol figürü siyah L harfini F harfine dönüştürmektedir.
- F harfi

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Bağımlı-Kurtulmak
- Temiz-Kirli
- Direnmek-Kabul etmek

5. Düzanlam

Kalın çizgi şekillerin çerçevelediği kırık ya da hareket ifadeli kol siyah renkte tasarlanmıştır. Kol siyah çerçeve ile birleştiğinde F harfini oluşturur. Bu ifadeden hareketle Frank’ın “F”si, diğer oyuncuların isimlerinden Elonor’ un “E”si ve Kim’in “İ”si de gösterilmiştir. “F” siyah, “E” siyah ve “İ” siyah ve maviden oluşmaktadır. Siyah ölümü, mavi melankoliyi, mor hüznü çağrıştırmaktadır. Kalın harflerin çerçevesi arasında kalmış kol figürü beyaz yüzeyi davul olarak kullanır. Sarı renkle yazılmış başlık yazısı “Altın Kol” u vurgular. Harfleri oluşturan kalın kopartılmış ifadeli çizgiler davulun çalınmasında kullanılan bagetleri ifade eder. Harfler kopuk çizgilerden oluşturulurken, çerçeve şekiller labirenti göstermektedir. Düzanlamı ortaya çıkartan metafor; afişin göstereni olan “davul çalan kol” dur.

6. Yananlam

“Altın Kollu Adam” başlık yazısı, eroin bağımlıların kullandığı tabir olan “Altın Vuruş” a atıfta bulunur. Kırık kol davul çalan kola, oradan da bir eroinman’ın koluna dönüşür. Gösterilenler; çerçeve, sıkışmışlık, bağımlılıktan kurtulma mücadelesi kavramlarıdır. Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Düzanlamı belirleyen metafor’un bir üst katmanı olan metonim düzlemidir. Metonim dilsel iletideki “Altın Vuruş” olup afişte onu temsil eden “eroinman” koludur.

Sonuç

Saul Bass, afişi iki varyasyonda hazırlamıştır. Diğer versiyonda üç oyuncunun fotomekanik suretleri(siyah-beyaz) birinci tasarımın içine yerleştirilerek sunulmuştur. Tercih edilen ve uygulanan tasarımda bu olmuştur. Tasarımın genel karakterini oluşturan tasar öğesi çizgi olurken onların “yakınlık” prensibiyle bir araya gelmelerinden harfler ortaya çıkarılmıştır. Şekil-zemin ve benzerlik ilişkileri görsel algı bakımından kullanılmıştır. Tasarım diğer çalışmalarında olduğu gibi üç renk-üç şekil olarak ortaya konmuştur.

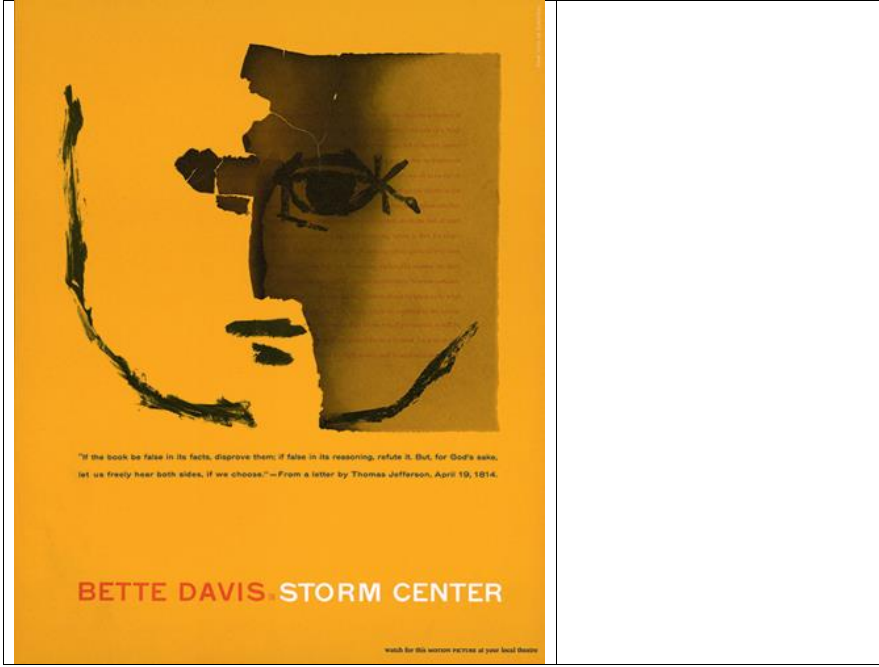
3.2.2. “Storm Center”

Filmin kısa konusu: Kendini, çocukları okuma keyfi ile tanıştırmaya adanmış küçük bir kasaba kitapçısının, tartışmalı bir kitabı kitapevinin raflarından indirmeyi reddettiği andan itibaren yerel politikacılar ve kasabanın ileri gelenleri tarafından kara listeye alınıp dışlanmasını, yanında çalışan çocuk tarafından da işyerinin kundaklanmasını konu eder.

Konunun temel öğeleri: Güç merkezi, Kitap, Kütüphane, Yangın

Tablo 6. “Storm Center” Film Afişinin Teknik Göstergeleri

Tasar: Film Afişi	Film Künyesi
	<p>Filmin Orijinal Adı: Storm Center Yönetmen: Daniel Taradash Senaryo: Daniel Taradash Elick Moll Roman: Daniel Taradash Elick Moll Oyuncular: Bette Davis Muzik: George Duning Türü: Dram Süre: 86 dk. Yapım Yılı: 1956 (ABD)</p>
	Afiş Künyesi
	<p>Tasarımcı: Saul Bass Türü: İkonik Film Afişi Tasarım Yöntemi: İllüstrasyon Baskı Tekniği: Serigrafi- ipek baskı Renk: 4 Renkli Boyut: 25*35 Yıl: 1956 No: 2/23</p>



Kaynak: (Web, saulbassposterarchive, 2/23)

Afişin Gösterdikleri

Turuncu zemin üzerinde yer alan iç içe geçmiş iki yüz ifadesi, yanmış bir kitaptan kalmış bir sayfa parçası yer almaktadır. Resmin altında, Thomas Jefferson' dan bir alıntı; "If the book be false in its facts, disprove them; if false in its reasoning, refute it. But, for God's sake, let us freely hear both sides, if we choose" cümlesi yer almaktadır. Alt başlıkta "Bette Davis in Strom Center" kırmızı ve beyaz renklerle dik ve büyük harflerle yazılmıştır.

Strom Center: Güç merkezi (politik), yönetim anlamlarında kullanılmaktadır.

Sözcüğün afişte kullanımı: Belediye meclisi, yargıç gibi idari ve yönetim mercii.

Tablo 7. “Storm Center” Film Afişinin Temel Tasarım Göstergeleri

TEKNİK GÖSTERGELER		
GRAFİK UNSURLAR	Fotoğraf	Fotoğrfsız afiş
	İllüstrasyon	Elle çizilmiş serigraf baskılı afiş
	Tipografi / Yazı	Dışavurumcu karakterli el yazısı
TEMEL TASARIM	Tasarım Ögesi	Çizgi, değer
	Tasarım İlkesi	Ritim, Vurgu
	Gestalt	Yakınlık, Benzerlik Şekil-Zemin anlatım, Tamamlama
	Renk	Siyah-Mavi-Beyaz

Tablo 8. “Storm Center” Film Afişinin Göstergibilimsel Çözümlemesi

DİL- SÖZ KARŞITLIKLARI		
İMGE	İkon	Yüzler (Kadın ve çocuk yüzü)
	Belirti	Kadın ve çocuk yüzünün birleştirilmesi
	Simge	Turuncu renk ve yanmış kitaptan bir sayfa
KOD	Dilsel	Merkezi Otorite
	Görsel	Kitap sayfası
	Mesaj	Otorite
GÖSTEREN- GÖSTERİLEN KARŞITLIKLARI		
GÖSTEREN	Biçim	İki kişi ve tek yüz (iki beden tek ruh)
GÖSTERİLEN	İçerik	Yüzün yarısı yanmış: İhanete uğrama
	Mesaj	Politik baskı
DİZİM- DİZGE KARŞITLIKLARI		
DİZİMSEL	Dizim	Kütüphane her dünya görüşü
	Dizge	Güçlülük-Zayıflık, Komünist-Kapitalist, Halk-Otorite
DÜZANLAM- YANANLAM KARŞITLIKLARI		
DÜZANLAM	Metafor	Yanmış kitap sayfası
YANANLAM	Metonim	Merkezi Otarite

1. Gösterge: Afişin gösterdikleri

1.1. Dilsel ileti

- Başlık yazısı: “Storm Center” (Fırtına Merkezi)
- Üst başlık: Yok

- Alt başlık: Thomas Jefforson’ dan alıntı.

1.2.Görsel ileti

- Çizgi ifadeli iç içe geçmiş iki yüz (erkek ve kadın)

2. Gösteren:

2.1.Yazının gösterenleri: Dilsel ileti gösterenleridir.

- Dik majüskül tırnaksız beyaz renk harf “Storm Center” başlığını “simge” ler.
- Bette Davis in Storm Center, oyuncuyu merkeze çeker.

2.2.Şekil gösterenleri: Görsel ileti gösterenleridir.

- Yüz “ikon”
- İki yüz birleşimi “işaret”
- Turuncu renk zemin ve mektup “simge”

3. Gösterilen: Afişin “içerik” yönüyle gösterdikleri,

3.1. Yazının gösterilenleri:

- “Storm Center” ; kurumsal, yönetim, otorite, mahkeme
- Bette Davis in Strom Center ile Bette Davis’i “Güç Merkezi”nin öznesi olması
- Kırmızı ve beyaz yazı, dinamik-statik dengesi

3.2. Şeklin gösterilenleri:

- İki yüzün tek yüzü göstermesi yönüyle; sevgi, birlik, güven gibi kavramları,
- Yüzün kontür şeklinde çizilmesi, belirsizlik,
- Yüzde büyük göz ile çocuk ifadesi,
- Çocuk yüzü altında yer alan yanmış bir kitaptan sayfa ile yangın,
- Metnin kırmızı ve daktilo yazısı olması yönüyle “resmi yazı”, “tebliğ” ya da yasak bir metin/yayın,
- Turuncu renk ile dikkat ya da tehlike

4. Dizim-dizge karşıtlıkları:

- Kitap okuma- Okumama
- Yanmak-Yanmamak
- Güvenmek – Hayal kırıklığı

5. Düzanlam

Düzanlam, gösteren ve gösterilenin biçim yönüyle metaforudur. Başlık yazısı ve figürle ortaya konan metafor dizimsel karşıtlıkların içindedir. Başlık yazısının sözcük anlamı “Strom Center” ifadesi “güç merkezi” anlamındadır. Afişin göstereni: iki insan bir yüz ve yanık sayfa. Gösterileni: Yanık sayfanın yangını çağrıştırmasıdır. Metafor: Yanmış kitap sayfasıdır. Afiş, okuyucu/izleyiciye düzanlamın iletisi olarak bu sözcüğün anlamlarını çağrıştırmaktadır.

6. Yananlam

Tanım olarak yananlam, düzanlamı içerik yönüyle kapsayıcı bir anlamlama aracıdır. Yananlamı belirleyen metonimiye ortaya çıkarabilmek için, filmin kısa konusuna başvurulur. Konunun temel dilsel öğeleri; Güç Merkezi, Kitap, kütüphane, yangın olarak saptanmıştır. O halde metonim: merkezi otoritenin yok etme gücüdür. Metafor kitabın yakılması, metonimi ise “merkezi otoritenin gücüdür”.

Sonuç

Saul Bass, “Strom Center” başlıklı film afişinde; tasarım ögesi olarak, şekil ve biçimi kullanırken, serbest el kontür çizgiler ile iki insanı bir yüzde birleştirirken üçüncü yüzde profil olarak ortaya çıkar. Birinci yüz, kitapevi sahibi, ikinci yüz çocuk ve üçüncü yüz ise “merkezi otarite” olarak betimler. Yüzün diğer kısmını yanık kağıttan oluşturması, kendisi kadar güvendiği ve sevdiği çocuk tarafından yakılan kitapların verdiği hüznün ve hayal kırıklığının yüzüne yansması olarak betimler.

SONUÇ

1895 yılında Lumiere Kardeşler tarafından icat edilen sinematografi sayesinde “görüntülerin kayıt altına alınıp bunların bir yüzey üzerine yansıtılması”yla başlayan sinema serüveni beraberinde filmin tanıtım ihtiyacını doğurmuş ve bu doğrultuda afişler kullanılmaya başlanmıştır. Filmin kendisi bir öykü anlatırken film afişi ise bu öykünün gösterenlerinin toplandığı görsel bir tasarım ürünü olarak ortaya çıkmıştır. İlk film afişleri, temsil ettiği filminden ziyade, “sinema salonunu merak eden kalabalığı” betimler fotoğrafsız illüstrasyonlardı. Bir asırı geçen sürede analogdan dijitale geçişle birlikte, bilgisayar ve program dillerindeki olağanüstü değişim hızı, sinema teknolojilerini değiştirirken onun bir ürünü olan film afişlerini de gerek baskı gerek sunum yönüyle değişime zorlamıştır. Görsel bir tasarım ürünü olan film afişleri, günümüz çağında sabit bir poster olmaktan çok öte, hareketli, sesli, üç boyutlu gibi çok farklı biçimlerde seyirciye sunulmaktadır. Bütün bu biçimsel değişimlere rağmen, afişin filmini tanıtmaya görevi, ilk basıldığı günden bu zamana hiç değişmeden devam etmektedir. Afiş tasarımı ciddi bir yaratıcılık süreci gerektiren ve milyon dolar bütçeli çekilen bir filmi sadece kısıtlı bir yüzey üzerinde temsil edecek bilgi ve belgeleri sunan tasarım aracıdır.

Grafik tasarım alanında görsel bir iletişim aracı olarak tasarlanan film afişlerinin görevi temsil ettiği film hakkında potansiyel izleyicisine sınırlı ön bilgi aktarmasıdır. Bunlar dilsel gösterge olarak; filmin başlık yazısı, başrol oyuncularının isimleri, yönetmen ve yapımcı şirket bilgileridir. Görsel gösterge olarak, film karelerinden seçilmiş fotoğraflar ya da illüstrasyonlar ile, dilsel göstergeleri tamamlar mahiyettedir.

Film afişleri, fotoğraf ya da fotoğrafa yakın illüstrasyon kullanımı ile filmin önemli sahnesini vurgu olarak kullanmayı tercih ederken, çok azıda yaratıcı bir yaklaşımla, seyirci-film-afiş arasında anlamsal bir bağ kurmayı hedeflemektedir.

Birinci anlatım tercihinde, film hakkında dolaysız ön bilgi vermek iken, ikinci tercihte filmden ziyade afişin anlatmak istediklerine odaklanmak ya da anlamaya çalışarak dolaylı -kavramsal- bir anlatım hedeflenmektedir. Her ikisinin de amacı; dikkat çekmek, merak uyandırmak, tanıtmak gibi temel gereksinimlere yanıt oluşturmaktır. Doğrudan anlatımlı afişin görevi filmin izleyicisi ile buluşmadan önceki süreçte tamamladığı varsayılabilir. Simgesel anlatımı tasarım dili olarak kullanan afiş ise, anlatmak istediklerini film izlendikten sonra da sürdürmeye devam ettirme eğilimindedir. Bunun nedeni filmin ana fikrinin bir ikona, sembole ve belirtiyeye

dönüşmüş olmasındandır. Kodları ve mesajları barındıran bu grafik yüzey, artık seyirci/okuyucu için çözülmesi gereken problem gibidir.

Sembollerini kullanan görsel (afiş) ima yoluyla bir şeyleri anlatma eğilimindedir. Gizli olan ya da keşfedilmeyi bekleyen şeylerdir. Burada izleyicinin kültürü ve değerlendirmesi önem kazanmaktadır. Afişin etkisi film ile kurduğu anlamsal bağın olumlu olmasına bağlıdır. Bir tasarım ürünü olarak ortaya konmuş sinema filmini tek bir görsele “sığdırma” düşüncesinde de önemli bir sadeleştirme çabası gerekmektedir. Bunun yolu da düşünce ya da kavramların görsel bir biçime dönüştürülmesinde simge/sembollerin kullanılmasıdır.

Semboller kavramları, metaforları çağırıştırır. Gösterilenin ötesinde yan anlamlarıyla değerlendirilmesi gereken kültürel bir bilgi birikimine ihtiyaç vardır. Göstergibilimsel yaklaşımla afiş bir göstergedir. Grafik öğeleri üzerinde taşıyan kültürel bir iletişim aracıdır. Kavramsallaştırılması ise gösterilendir. Simge/sembollerle yapılan iletişim doğrudan yapılan iletişime göre daha derin bir boyutta gerçekleşir.

Bu tür afişlerin temsil ettiği filme olan katkısı film-afiş ikilisinden belki de daha öte bir anlama doğru evrilebilir. Hatta afişin -filmden bağımsız- tasarımcısının da etkisiyle sanat-afiş döngüsüne taşınabilir. “Estetik ve değer” unsurlarını barındıran bir sanat eserine dönüşebilir.

Sinemanın idealde asıl görevi izleyiciyi toplumsal ve sosyal konularda “düşünmeye ve sorgulamaya teşvik etmek” olduğundan, onun ürün olarak ortaya koyduğu filmin temsilini yapan afişi de aynı amacı paylaşmak durumundadır. Tasarım hangi alanda ve ne amaçla yapılırsa yapılsın asıl mevcudiyetini iletişimde insan davranışlarını olumlu anlamda biçimlendirme üzerine oluşturur.

Bu anlamda bir tasarım ürünü olan film afişleri de iletişimde oldukça önemli bir görev üstlenir. Düşünen ve sorgulayan izleyici/okuyucular için; bir film afişinin salt bir tanıtım görseli olmaktan çıkıp, “okunacak-çözülecek” bir metne dönüşmeleri, filmin konusundan beslenirken onu en yalın şekilde; en az çizgi, şekil, renk ve en az yazı ile ifade edebilir olmaları, bağlam olarak ortak kültürel referanslara atıfta bulunmaları ve en önemlisi taşıdıkları mesajlara bir üstünlük katkısı sunmaları beklenir. Bu bağlamda grafik tasarımında asıl görevi de budur.

Bu araştırma, film afişlerinin filmi ile kurduğu anlamsal bağda onu sadece bir tanıtım aracı yapmaktan öte, “Grafik Tasarım Değeri” ni oluşturan unsurlar nelerdir? sorusundan hareketle ortaya çıkmıştır.

Ortaya atılan bu soru, aşağıdaki alt soru cümleleriyle desteklenmektedir.

1. Çalışma evreninde incelenen film afişlerinde hangi temalar ön plana çıkartılmıştır?
2. İncelenen film afişlerinin biçim ve içerik yönüyle “Tasarım Kavramı” ile ne ölçüde uyumaktadır?
3. İncelenen film afişleri temsil ettiği filminden nasıl bağımsız olarak da bir değer olarak kabul edilmektedirler?

Bu çalışmada, Saul Bass'ın 23 film afişi evreninden, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen 2 film afişi analiz edilmiştir. Analiz sırasıyla şu adımlarda yapılmıştır:

1. Filmin kısa konusu belirtilmiş ve başlık içinde yer alan anahtar sözcük açıklanmıştır.
2. Film afişinin ve Saul Bass posterin künye bilgileri; teknik göstergeler başlığında incelenmiştir.
3. Afişin gösterdikleri (gösterge), yorumsuz betimlenmiştir.
4. Afişin temel unsurları (illüstrasyon, yazı) ve tasarım öge ve ilkeleri; tasarım kuramları başlığında “biçim” yönüyle incelenmiştir.
5. Afişin anlam bakımından “içerik” çözümlemesi Roland Barthes'in göstergebilimsel inceleme yöntemine göre çözümlemeleri yapılmıştır.
6. Saul Bass'ın tasarımında vurgu olarak kullandığı ögeler neler olduğu ortaya konmuştur.

Bu çalışmada tasarımcı Saul Bass'ın afişleri ve göstergebilimci Roland Barthes'in “çözümleme yöntemi” kullanılmıştır. Diğer inceleme alanlarında olduğu gibi göstergebilimsel çözümlemede de birçok farklı kuramcıya ait farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada Roland Barthes'in geliştirmiş olduğu dört değişken den hareketle “bir reklam afişini tüm yönleriyle” ele aldığı göstergebilimsel çözümleme örneği, Saul Bass film afişleri çözümlemesi içinde benimsenmiştir. Barthes'in; fotoğraf, moda, reklam gibi konulara yoğunlaşan göstergebilimci olması, bu tercihin en önemli nedenlerinden biridir. Çalışmada ele alınan film afişleri, onun görselleşmesini sağlayan unsurlar olan fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi ile onların temel ögeleri; tasarım kuramları kapsamında, afişi “biçim” yönüyle ele alınmasını sağlarken, anlamı yaratan gösterilenleri de “içerik” yönüyle irdelenmiştir. Bu çalışmayla biçim unsurlarının içeriği ortaya koymasındaki belirleyici yönü yukarıda yer alan soru cümleleri bağlamında irdelenmiştir.

Çalışma kapsamında çözümlenen 2 film afişinde kullanılan imgeler ve kodlar; ikon, simge, belirti ve mesaj, “dil-söz” karşıtlıklarında irdelenmiştir. Tasarımcı Saul Bass tarafından kültürel kodların bilinçli bir biçimde yerleştirildikleri varsayılmaktadır. Kültürel kodlar bir toplumun içinde yer alan bireylerin nesilden nesile aktarılan kavramları imgelere dönüştürerek ifade etmeleridir. Tasarımcı Saul Bass kültürel kodları, evrensel anlamda kullanarak her kültürün çözebileceği bir mesaja dönüştürmektedir. Örneğin; siyah renk, kırık kol, şapka hem yerel kültürde hem de toplumlar arası ortak referanslara dönüşebilmektedir.

Çalışmanın başında belirlenen alt soru cümleleri bağlamında;

1. Çalışma evreninde doğrudan ya da dolaylı anlatımlı film afişlerinden dolayı anlatımlı Saul Bass film afişleri seçilerek incelenmiştir. Bu afişlerin ortak özellikleri; fotoğraf kullanmadan, anlamı ikon, simge ve belirti imgeleri yoluyla, kod ve mesajlar yoluyla ortaya koymasındır. Fotoğrafın yerini alan, ikon ya da simgelerin anlam oluşturabilmesi ve okuyucu/izleyici ile iletişim kurabilmesi için; kültürel bir bilgiye ihtiyaç vardır. Afiş bu yönüyle okuyucu/izleyici için çözümlenmesi gereken bir metin haline dönüşmektedir.
2. Saul Bass film afişlerinin tasarım değerini ortaya koyan etmen; bir “düşünce ürünü” olarak amaca yönelik olarak ortaya konan tasarımlarının, döneminde yapılan diğer çalışmalara göre “alışıla gelmişlikten uzak” ve “farklı” olmasıdır. Bu aynı zamanda afişlerine; “kendine has bir özellik” te kazandırdığından tasarımcısıyla birlikte “Saul Bass afişleri” olarak anılmaktadır. Bu yönüyle tasarımcı kimliği afişin önüne geçmektedir.
3. Saul Bass film afişleri; ikonik ve simgesel imgeler yoluyla örüntülü bir dili kullanarak kodları ve mesajları verirken ortaya çıkardığı anlam (söz) “içerik” yönüyle kültürel bir okuma gerektirir. Dili, ortaya koyan tasarım öge ve ilkeleri “dil cebiri” gibi afişin “biçim” yönünü ortaya çıkarmaktadır.

Çalışmanın başında belirtilen hipotezler bağlamında;

1. Saul Bass film afişlerinin; fotoğraf imgesi kullanmadan her tür konu ve içeriği ele alarak görselleştirdiği,
2. Saul Bass film afişlerinin; tasarım değeri olarak ortaya koyduklarıyla, filmine sadece tanıtım amaçlı hizmet vermekten öte, onunla kurduğu anlamsal bağın izleyici/okuyucu üzerindeki afişi okuma, anlama ve anlamlandırma boyutunu da ortaya çıkarttığı,
3. Saul Bass film afişlerinin; içeriği ile izleyici/okuyucu üzerindeki anlamsal etkisini tasarım kuramlarına göre ele alınan biçim unsurlarıyla da ortaya koyduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

Akdağ, M. (2021). *Medyanın Çocukları: Çocuğa Dönük Medya İçeriği Tasarımı*. Ankara: Dorlion Yay.

Aksoy, Ö. (1977). *Biçimlendirme*. Trabzon: KTÜ Yay.

Ambrose, G. ve N. A. Bilson. (2011). *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*. İstanbul: Literatür Yay.

Ambrose, G. ve P. Harris. (2013). *Grafik Tasarımda İmge*. İstanbul: Literatür Yay.

Barthes, R. (2009). *Göstergebilimsel Serüven*. İstanbul: Yapı Kredi Yay.

Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Yay.

Güngör, İ.H. (2005). *Görsel Sanatlar ve Mimarlık İçin Temel Tasarım*. İstanbul: Esen Ofset

Kantar Gökmen (2018). *Söylem Üzerine Notlar* Detay Yayıncılık, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 118, ISBN:978-605-2323-70-0, Türkçe, Bilimsel Kitap, Ankara

- Karaca, M., Çakı, C. & Darı, A. B. (2021a). Soğuk Savaş Döneminde Sovyetler Birliği'nin ABD Karşısı Propagandasında Duygu Merkezli Dil Kullanımı. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 1-14.
- Karaca, M., Darı, A. B., & Çakı, C. (2021b). 1929 Büyük Buhranı'ndan Sonra Almanya Komünist Partisi'nin Seçim Kampanyaları. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 4(2), 8-28.
- Peirce, C.S. (1955). *Philosophical Writings of Peirce*. New York: Ed. Justus Buckler, Dover pb.
- Redhouse, J.W. (1962). Vised Redhouse Dictionary English-Turkish, (Cilt: 1: 454)
- Rifat, M. (2014). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yay.
- Saldıray, S. (1973-1979). *Gözlemsel Çözümsel Yöntemle Yeni Düzen Yeni Biçim*. İstanbul: İ.D.G.S.A.
- Saussure, F. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri*. İstanbul: Multilingual Yay.
- Yalçın, D. (2020) *Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Eğitim Sürecinde Kültürün Aktarılması: Dil Faktörü*, 194-214, Uluslararası Türk Kültür ve Sanatı Sempozyumu, Etimesgut Belediye Başkanlığı Kültür Yayınları.
- Yücel, A., & Uğur, U. (2018). Resim ve Sinema Renk İlişkisinin Film Afişlerine Yansıması. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8(2).

SOVYET PROPAGANDASINDA “ÖĞRENİLMEMİŞ BİR DERS” ÇİZGİ FİLMİ ÜZERİNDEN DENAZİFİKASYON SÜRECİNİN ELEŞTİRİSİ

Abdülhakim Bahadır DARI¹

Caner ÇAKI²

Özkan AVCI³

Giriş

İkinci Dünya Savaşı'ndan yenilgiye çıkmasından sonra Almanya, dört Müttefik Devleti (ABD, Sovyetler Birliği, İngiltere ve Fransa) tarafından işgal edilmiştir. İlerleyen süreçte ABD, İngiltere ve Fransa'nın işgali altındaki Alman topraklarında Batı Almanya adı verilen Almanya Federal Cumhuriyeti, Sovyetler Birliği'nin işgali altındaki Alman topraklarında ise Doğu Almanya adı verilen Demokratik Alman Cumhuriyeti kurulmuştur. Almanya'nın işgaliyle birlikte Müttefik Devletleri tarafından Denazifikasyon adı verilen, Almanya'nın Nazilerden arındırılma süreci başlatılmıştır. Denazifikasyon süreci kapsamında Almanya'da Nazilerle ilgili kuruluşlar kapatılmış, Nazi rejimini ve Nazizm ideolojisini temsil eden simgeler yasaklanmıştır. Ayrıca Nazi rejiminin liderleri mahkemelerde çeşitli cezalara çarptırılmıştır.

ABD'nin İkinci Dünya Savaşı'na dâhil olduğu 1941 yılının sonlarından Japonya'nın teslim olduğu 1945 yılının Eylül ayına kadar geçen süreçte Müttefik Devletleri, rakipleri Mihver Devletleri'ne karşı ortak hareket etmiştir. Buna karşılık İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra başlayan Soğuk Savaş döneminde ise Müttefik Devletleri'nden ABD'nin öncülük ettiği Batı Blok'u ve yine diğer bir Müttefik Devleti olan Sovyetler Birliği'nin öncülük ettiği Doğu Blok'u meydana gelmiştir. Soğuk Savaş döneminde uluslararası siyaset başta olmak üzere pek çok alanda değişimler yaşanmıştır. Bu dönemde yaşanan ayrılık, Denazifikasyon süreci üzerinde de etkili olmuştur. Sovyetler Birliği, Almanya Federal Cumhuriyeti'nden Nazilerin korunduğuna yönelik eleştiride bulunmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyetler Birliği, Almanya'ya karşı propaganda yaparken (Gülada, 2019: 55), Soğuk Savaş döneminde ise Müttefik Devletleri'ne karşı propagandaya yönelmiştir. Sovyetler Birliği, propaganda faaliyetleriyle Sovyetler Birliği halkının duygularına hitap ederek, ABD'yi itibarsızlaştırmaya çalışmıştır (Karaca vd., 2021: 3). Soğuk Savaş döneminde Sovyet propagandası hazırladığı çeşitli basılı yayınlarda ABD'yi doğrudan Nazilere benzetmiştir. Sovyetler Birliği'nin propagandası, çizgi filmde de yer almış ve Valentin Karavaev yönetmenliğinde 1971 yapımı *Öğrenilmemiş Bir Ders* adlı çizgi filmde

¹ Yalova Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Türkiye, daribahadir@gmail.com, Orcid: 0000-0003-3525-5823

² Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Mucur Meslek Yüksekokulu, Türkiye, caner.caki@ahievran.edu.tr, Orcid: 0000-0002-1523-4649

³ Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu, Türkiye, ozkanavci@bartin.edu.tr, Orcid: 0000-0003-1524-1379

de Almanya Federal Cumhuriyeti'ne yönelik anti-faşizm propagandası yapılmıştır (IMDb, 1971).

Bu anlayış doğrultusunda başlayan değişim, (Özden, Kantar, Çınar, 2021: 1018). denazifikasyon süreci gündem yaratan bir olgu halini almıştır. Denazifikasyon süreci üzerine çeşitli akademik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar içerisinde: Plischke (1947), Denazifikasyon yasası ve prosedürünü; Herz (1948), Almanya'da Denazifikasyon başarısızlığını; Griffith (1950), Almanya'nın ABD bölgesinde Denazifikasyon'u; Gimbel (1960), Amerikan denazifikasyonu ve Alman yerel siyasetini; Tent (1982), Amerikan işgalindeki Almanya'da yeniden eğitim ve Denazifikasyon'u; Lacroix-Riz (1990), Amerikan işgal bölgesinin ekonomik açıdan Denazifikasyon'u; Vollnhals (1992), kovuşturma ve Denazifikasyon'u; Leach (1997), Doğu Avrupa'nın Denazifikasyon'unu; Remy (2002), bir Alman üniversitesinin Nazifikasyon'u ve Denazifikasyon'unu; Monod (2005), Alman müziği, Denazifikasyon ve Amerikalıları; Knight (2007), Avusturya'nın Karintiya Eyaletinde Denazifikasyon ve entegrasyonu; Donson (2008), Sovyet işgalindeki Almanya'da Denazifikasyon'u; Ahrens (2010), Batı Almanya ekonomisinin Denazifikasyon'unu; Taylor (2011), Almanya'nın işgali ve Denazifikasyon'u; Vincent (2014), Denazifikasyon'dan devlet memurlarının göreve iadesini; Levy (2015), demokrasi ve Denazifikasyon'un teşvik edilmesini ve Schuhmann (2017), Dekolonizasyon ve Denazifikasyon'u incelemiştir.

Çalışmada *Öğrenilmemiş Bir Ders* adlı çizgi film üzerinden Sovyet propagandasının Soğuk Savaş dönemindeki Denazifikasyon eleştirisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada çizgi filmin konuya ilişkin sekansları Denazifikasyon eleştirisi bağlamında göstergebilimsel açıdan analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında aşağıda yer alan sorulara yanıt verilmeye çalışılmıştır:

- Öğrenilmemiş Bir Ders adlı çizgi film üzerinden Batı Blok'undaki Denazifikasyon hangi açılardan eleştirilmiştir?

- Öğrenilmemiş Bir Ders adlı çizgi film üzerinden Batı Blok'undaki Denazifikasyon süreci ne açıdan Doğu Blok'u için tehdit olarak sunulmuştur?

Çalışma, Soğuk Savaş döneminde Sovyetler Birliği'nin Batı Blok'undaki Denazifikasyon sürecine yönelik propagandasına ışık tutması bakımından önem taşımaktadır. Bu açıdan çalışmanın, Soğuk Savaş propagandası üzerine çalışan, iletişim, tarih ve siyaset bilimi alanındaki araştırmacıların yararlanabileceği bir kaynak olması amaçlanmıştır.

1. Soğuk Savaş Döneminde Anti-Faşizm

İkinci Dünya Savaşı sonrasında devletlerin yeniden düzen tesis etmesi ve demokrasi inşa süreçlerinde milliyetçi duygular ile anti-komünizm ve anti-liberalizm görüşlerini savunan Nazizm ve Faşizmin kalıntılarının yok edilmesi için mücadeleye devam ettikleri görülmektedir. Bu mücadelede en çok ön plana çıkan iki ülke birbirlerine karşı da kültürel ve ideolojik güç gösterisi yapan Sovyetler Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri olmuştur.

Soğuk savaş döneminde; istikrarsızlık, siyasi ve sosyal çatışma döngüleri, devlet ve ulus inşasının eksiklikleri ve çelişkileri, milliyetçi, emperyalist, ırkçı ve Yahudi aleyhtarı söylem ve

pratiklerin oluşum ve dolaşımı, demokratik kurumların tekrarlayan krizleri ve totaliter faşizm deneyimine karşılık anti-faşizm görüş ön plana çıkmaya başlamıştır (Bresciani, 2021: 123). Anti-Faşizm'in kültür yoluyla siyasal denetiminde ise sinema rol oynamıştır. Örneğin Sovyet animasyon sinemasının ürünleri olarak “Fascist Boots on our Homeland”, Hitler'i ve Nazileri kötülemektedir; “A Lesson Not Learned”, Rusya'nın yeniden birleşmiş, intikamcı ve Amerika destekli bir Almanya'ya ilişkin korkularını; “Vasilyok”, “The Adventures of the Red Ties” ve “The Violin of the Pioneer Pen”, faşizmle karşılaşan ve ona karşı duran cesur ve sadık Sovyet çocuklarının hikâyelerini yansıtmaktadır (Borsten, 2006).

2. Sovyetler Birliği'nde Soğuk Savaş Döneminde Faşizm Karşıtı Propaganda

Sovyet bakış açısıyla faşizm, belirli bir rejim veya ideolojiden öte politik bir davranış anlamına gelen sembollerle pekiştirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda dönemin posterleri, karikatürleri ve animasyonlarında sınıf veya ulusal çıkarlara ihanet etme, kişisel diktatörlük kurma, agresif sosyal psikoloji geliştirme, saldırgan savaş politikası yürütme, Ortodoks Komünizm karşıtı ideoloji ile militarizm, intikamcılık ve Nazizmi ilke edinen Faşizmin olumsuzlukları yansıtılmaya çalışılmıştır (Fedosov, 2017: 169). 1940'lerde savaştan zarar görmüş olan Avrupa'da Stalin hükümeti, ulusal kurtuluş, anti-faşizm, toplumsal eşitlik ve demokratikleşme özellikleriyle dolu bir propaganda ile hareket etmiştir (Ražnjević, 2022: 137). Başka bir ifadeyle Stalin, Avrupa'daki meşruiyetini tesis etmek ve toplumsal konsolidasyonu sağlamak için propagandayı bir medyatik mekanizma olarak kullanmıştır (Ünal, 2022).

Sovyetler Birliği, komünizme karşı akla gelebilecek hemen her muhalefeti faşist olarak ele almış ve kapitalizme uygulanan bir etiket olarak kullanmıştır (Payne, 2003: 56). Sovyetler Birliği'nin faşizm karşıtı olarak yürüttüğü propaganda da hedef kitlesi sosyalist ülkeler, kapitalist ülkeler ve bağlantısız uluslar olmak üzere üç gruba ayrılmakta ve ideolojisini “tüm ilerici insanlık” ve “iyi niyetli insanlar” üzerine kurgulamaktadır. Bu bağlamda öncelikle sosyalist ülkeler arasında yer alan Arnavutluk (1968'e kadar), Bulgaristan, Çekoslovakya, Doğu Almanya (1990'a kadar), Macaristan, Polonya, Romanya gibi coğrafi olarak yakın Varşova Paktı ülkelerine özel ilgi gösterilmiştir. Soğuk savaş döneminde Sovyetler Birliği'nin uygulamış olduğu kamu diplomasisi (kültürel diplomasi, yurttaş diplomasisi, kalkınma yardımı, uluslararası yayıncılık, bilim diplomasisi) ile anti-faşizm propagandası etkisini daha da göstermiştir (Velikaya, 2022: 89).

3. Yöntem

Çalışma kapsamında *Öğrenilmemiş Bir Ders* adlı çizgi filmin konuya ilişkin sekiz temel sekansı olduğuna karar verilmiş ve bu sekiz sekans İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure'ün göstergen ve gösterilen kavramları ışığında analiz edilmiştir. Saussure'ün göstergen kavramı, göstergenin ilk akla gelen temel anlamını, gösterilen kavramı ise göstergenin ilk anlamının dışında kültür içerisinde şekillenen ve kültürden kültüre farklılaşabilen ikinci anlamını ifade etmektedir. Saussure'ün göstergebilim anlayışı, göstergebilim üzerine çalışan uzmanların bir kısmını etkilemiştir (Gülada, 2019b: 91). Gösteren ve gösterilen kavramları, göstergelerin anlamlarını ana hatlarıyla açıklamalarından dolayı çalışmadaki çizgi filmin her iki kavram üzerinden incelenmesi kararlaştırılmıştır.

4. Analiz ve Bulgular

“Bu sorumluluk bilinciyle hazırlanan bu çalışmanın” (Çolak, Türkmen, Haniççe, 2017: 88). bu kısmında sırasıyla çizgi film içerisinde seçilen Nazizm, Berlin, Batı Blok’u, Hitler, özgürlük, intikam, Berlin Duvarı ve Doğu Blok’u konulu sekiz sekans göstergebilimsel açıdan incelenmiştir.

4. 1. “Nazizm” Sekansı

Çizgi filmin Nazizm konulu sekansı gösteren açısından incelendiğinde çizgi filmde Nazi Almanya’sının bayrağı yakılmaktadır. Çizgi filmde üst üste dizilmiş Wehrmacht’a (Nazi Almanya’sı döneminde Alman ordusuna verilen isim) ait asker kasklarına ve üstünde kızıl bir bayrak olan Reichstag binasına yer verilmektedir.

Görsel 1. “Nazizm” Sekansı



1945 yılının Mayıs ayı içerisinde Nazi Almanya’sı Müttefik Devletleri’ne teslim olmuş ve Nazi rejiminin Almanya üzerindeki denetimi de son bulmuştur. Gösterilen açıdan incelendiğinde bu sekansta Nazi Almanya’sının bayrağı, Nazi rejimini ve Nazizm ideolojisini temsil etmektedir. Nazi Almanya’sının bayrağının yanmasıyla Müttefik Devletleri’nin Nazi Almanya’sını işgal ettiği ve Nazi rejiminin yıkıldığı mesajı verilmektedir. Wehrmacht’a ait asker kaskları Alman ordusunun sinekdoşu olarak kullanılmaktadır. Bu açıdan Wehrmacht’a ait asker kasklarının üst üste dizilmesiyle de İkinci Dünya Savaşı sırasında Alman ordusunun etkisiz hale geldiği aktarılmaktadır. Reichstag, Alman yönetiminin metonimi olarak kullanılırken, kızıl bayrak ise Sovyetler Birliği’ni simgelemektedir. Bu nedenle Reichstag binasının üstüne kızıl bayrağın konulmasıyla Nazi Almanya’sının işgal edildiği anlatılmaktadır.

4. 2. “Berlin” Sekansı

Çizgi filmin Berlin konulu sekansı gösteren boyutunda ele alındığında çizgi filmde Berlin’de elinde beyaz bir bayrak sallayan, yüzünde koyun maskesi ve sırtında koyun postu olan bir Alman komutana yer verilmektedir. Alman komutan, emekleyerek, üstünde gamalı haç ve Adolf Hitler yazısı bulunan bir kartal şeklinin yanından geçmektedir.

Görsel 2. “Berlin” Sekansı



Sovyetler Birliği, 2 Mayıs 1945 tarihinde Berlin’i ele geçirmiş ve kısa bir süre sonra da Nazi Almanya’sı Müttefik Devletleri’ne teslim olmuştur. Gösterilen boyutunda ele alındığında bu sekansta Sovyetler Birliği’nin Berlin’i işgali süreci konu alınmaktadır. Çizgi filmde yer alan beyaz bayrak çeken Alman komutanın koyun maskesi giymesi ve sırtında koyun postu olmasıyla Alman komutanın kendisini masum olarak yansıtmaya çalıştığı ileri sürülmektedir. Alman komutanın emekleyerek yürümesi, Alman komutanın Müttefik Devletleri karşısındaki zor durumunu aktarmaktadır.

4. 3. “Batı Blok’u” Sekansı

Çizgi filmin Batı Blok’u konulu sekansı gösteren açınsından incelendiğinde çizgi filmde Alman komutan, ABD ve İngiltere bayraklarını görmekte ve gülümsemektedir. Alman komutan, emekleyerek ABD ve İngiltere bayraklarının olduğu yöne gitmekte ve elindeki beyaz bayrağı, koluna sargı yapmaktadır. İki ABD askerinin arasından selam vererek hapse girmektedir.

Görsel 3. “Batı Blok’u” Sekansı



Gösterilen açınsından incelendiğinde bu sekansta Alman komutanın, ABD ve İngiltere bayraklarını görüp gülümsemesi, Alman komutanın ABD ve İngiltere’ye teslim olmaktan memnun olduğu mesajını vermektedir. Alman komutanın elindeki beyaz bayrağı, koluna sargı yapmasıyla da Alman komutanın kendisini zor durumda göstermeye çalıştığı aktarılmaktadır.

4. 4. “Hitler” Sekansı

Çizgi filmin Hitler konulu sekansı gösteren boyutunda ele alındığında çizgi filmde Alman komutan hapiste Nazi müziği dinlemekte ve daktilosuyla “Rus Tehdidi Hakkında” başlığında yazı yazmaktadır. Alman komutanın purosunu içtiği yansıtılmakta ve hapiste rahat olduğu izlenimi verilmektedir. Hapiste Alman komutan, kapağında “İncil” yazan, buna karşılık içerisinde Kavgam Adolf Hitler yazısı ve gamalı haç simgesi bulunan bir kitabı tutmaktadır. Kitabın içerisinden kanatları olan ve uçan Hitler’in silueti çıkmakta ve Hitler’in silueti, Alman komutanın başından öpmektedir.

Görsel 4. “Hitler” Sekansı



Gösterilen boyutunda ele alındığında bu sekansta Alman komutanın hapiste puro içmesi ve kitap okuması üzerinden Alman komutanın hapiste rahat bir şekilde yaşadığı mesajı verilmektedir. Diğer yandan Alman komutanın Nazi müziği dinlemesi üzerinden Alman komutanın hala Nazizm’in etkisinde kaldığı algısı oluşturulmaktadır. Alman komutanın hapiste daktilosuyla yazdığı “Rus Tehdidi Hakkında” başlığındaki yazısı üzerinden de Alman komutanına hapiste Rusya karşıtı propaganda yapmasına izin verildiği ya da Alman komutanın Rusya karşıtı propaganda yapmasının engellenemediği düşüncesi meydana gelmektedir. Alman komutanın, kapağında “İncil” yazan, buna karşılık içerisinde Kavgam Adolf Hitler yazısı ve gamalı haç simgesi bulunan bir kitabı tutmasıyla, Alman komutanın hapiste olmasına karşılık hala Hitler’in düşüncelerini benimsediğine yönelik algı ortaya çıkmaktadır. Kitabın içerisinden kanatları olan ve uçan Hitler silüetinin çıkması ve Hitler silüetinin Alman komutanın başını öpmesiyle, Alman komutan üzerinden Nazizm’in sürdüğü mesajı verilmektedir.

4. 5. “Özgürlük” Sekansı

Çizgi filmin özgürlük konulu sekansı gösteren açısından incelendiğinde çizgi filmde Alman komutanın yanına bir ABD askeri gelmekte ve ABD askeri, Alman komutanına bir üniforma vermektedir. Alman komutan sevinçle üstündeki gömleği çıkarmakta ve kendisine verilen üniformayı giymektedir. Bu arada Alman komutanın üstünde gamalı haç bulunan bir kolye taktığı yansıtılmaktadır.

Görsel 5. “Özgürlük” Sekansı



Gösterilen açıısından incelendiğinde bu sekansta ABD askerinin Alman komutana bir üniforma vermesi üzerinden Alman komutanın ABD yönetimi altında hapisten rahat bir şekilde yaşadığına yönelik algı ortaya çıkmaktadır. Alman komutanın üstünde gamalı haç bulunan bir kolye takması üzerinden de Nazizm’in Alman komutanın üzerinde etkili olduğu düşüncesi meydana gelmektedir.

4. 6. “İntikam” Sekansı

Çizgi filmin intikam konulu sekansı gösteren boyutunda ele alındığında çizgi filmde Alman komutan hapisten çıkmakta ve dışarıda Sieg Heil selamıyla selamlanmaktadır. Alman komutan dışarı Nazi selamı vererek ilerlemekte ve yürüyüşü sırasında Hitler’in silueti, Alman komutanı izlemektedir. Ayrıca Alman komutan yürürken, çizgi filmde “intikam” yazısı yer almaktadır. Alman komutan, kürsüye çıkarak konuşma yapmakta, konuşması sırasında ağzından küçük gamalı haç şekilleri çıkmaktadır. Kürsüde Nazi selamı vermekte ve Nazi selamı verirken Hitler’in Nazi selamı veren silueti belirlemektedir.

Görsel 6. “İntikam” Sekansı



Sieg Heil, “zafer var” anlamına gelen ve Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP) üyelerince yapılan bir tür selamlamadır. Gösterilen boyutunda ele alındığında bu sekansta hapisten çıkan Alman komutanın dışarıda Sieg Heil şeklinde selamlanmasıyla Almanya’da Nazizm’i destekleyenlerin varlığına vurgu yapılmaktadır. Hitler siluetinin, Alman komutanı izlemesi üzerinden de Alman komutanın Hitler’in düşüncelerini sürdürdüğüne yönelik algının

oluşmasına yol açılmaktadır. Çizgi filmde yer alan “intikam” yazısı, Almanya’da NSDAP sempatanlarının, Almanya’nın İkinci Dünya Savaşı’ndaki yenilgisinin intikamını almak istediğine yönelik düşüncenin meydana gelmesine neden olmaktadır. Alman komutanın kürsüde konuşması sırasında ağızdan küçük gamalı haç şekilleri çıkmasıyla Alman komutanın söylemlerinin Nazizm’e yönelik olduğu mesajı verilmektedir. Bu açıdan küçük gamalı haç şekilleri kürsüden Nazizm’e yönelik söylemlerin yapıldığının sinekdoşu olarak kullanılmaktadır. Alman komutanın kürsüde Nazi selamı vermesi ve Nazi selamı verirken Hitler’in Nazi selamı veren silüetinin belirmesi üzerinden de Almanya’da İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra da Nazizm’in varlığını sürdürdüğü mesajı verilmektedir.

4. 7. “Berlin Duvarı” Sekansı

Çizgi filmin Berlin Duvarı konulu sekansı gösteren açıdan incelendiğinde çizgi filmde Alman komutan bir davula vurmakta ve çizgi filmde 1937 Alman sınırları yazısı ve bir tabela ortaya çıkmaktadır. Tabelayı, Hitler’in silüeti tutmakta ve Hitler’in silüeti, tabelayı Alman komutana vermektedir. Alman komutan tabelayla ilerlerken, bir duvara çarpmakta ve yere düşmektedir. Çizgi filmde “Berlin Duvarı” açıklaması ve Demokratik Alman Cumhuriyeti bayrağı yer almaktadır. Hitler’in silüeti, yere düşen Alman komutanı ayağa kaldırmaktadır.

Görsel 7. “Berlin Duvarı” Sekansı



Gösterilen açıdan incelendiğinde bu sekansta Alman komutanın bir davula vurması ve çizgi filmde 1937 Alman sınırları yazısının ve bir tabelanın ortaya çıkmasıyla, Alman komutanın, Almanya’nın 1937 yılındaki sınırlarını elde etmesini savunduğu mesajı verilmektedir. Alman komutanın tabelayla ilerlemesiyle Alman komutanın Almanya’nın sınırlarını tekrar ele geçirmeye çalıştığı aktarılmaktadır. Çizgi filmde Alman komutanın duvara çarpmasıyla başarısız olduğu mesajı verilmektedir. Demokratik Alman Cumhuriyeti bayrağı üzerinden Demokratik Alman Cumhuriyeti ve Berlin Duvarı yazısından da Berlin Duvarı, Alman komutanın hedefine ulaşmasındaki engeller olarak sunulmaktadır.

4. 8. “Doğu Blok’u” Sekansı

Çizgi filmin Doğu Blok’u konulu sekansı gösteren boyutunda ele alındığında çizgi filmde bir elinde bir kılıç ve bir elinde de bir çocuk tutan ve parçalanmış bir gamalı haçın üzerinde duran Sovyet askerinin olduğu heykele ve Doğu Blok’u ülkelerinin bayraklarına yer verilmektedir.

Alman komutan, sinirlenmekte ve üzerindeki üniforma, bir anlık Nazi asker üniformasıyla değişmektedir.

Görsel 8. “Doğu Bloku” Sekansı



Çizgi filmde yer alan elinde bir kılıç ve bir elinde de bir çocuk tutan ve parçalanmış bir gamalı haçın üzerinde duran Sovyet askeri, Berlin’de 8 Mayıs 1949 tarihinde açılan Sovyet Savaş Anıtı’nı yansıtmaktadır. Anıt, Avrupa’da Faşizm’in son bulduğunu ifade etmektedir. Diğer yandan anıt, Sovyetler Birliği’nin Nazi Almanya’sı karşısındaki zaferini vurgulanmaktadır. Gösterilen boyutunda ele alındığında bu sekansta Sovyet Savaş Anıtı’nı üzerinden Faşizm’in Avrupa son bulduğu ve Doğu Blok’u ülkelerinin bayrakları üzerinde de Doğu Blok’u ülkelerinin Faşizm’e karşı olduğu aktarılmaktadır. Böylece Nazizm’e destek veren Alman komutanın karşıtı büyük bir güç olduğu mesajı verilmektedir.

Sonuç

Sovyetler Birliği, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra işgali altındaki Doğu Almanya’yı Nazi rejiminden ve Nazizm ideolojisinden arındırmak için kapsamlı bir Denazifikasyon’a yönelmiştir. Doğu Almanya’da Komünizm ideolojisi hâkim kılınırken, Faşizm sert bir şekilde eleştirilmiştir. Bunun yanında Sovyetler Birliği, Batı Almanya’daki Denazifikasyon uygulamasını eleştirmiş ve Batı Almanya’da Nazizm’in etkisinin tam anlamıyla ortadan kaldırılamadığını ileri sürmüştür. Çalışma kapsamında incelenen çizgi filmi üzerinden de Sovyet propagandasının Batı Almanya’daki Denazifikasyon uygulamasına yönelik ne gibi eleştirilerde bulunduğu ortaya konulmuştur.

Sovyet propagandası çizgi filmde İkinci Dünya Savaşı’nda Nazi Almanya’sının yıkıldığını ve Nazi rejiminin Almanya’daki egemenliğinin son bulduğunu belirtmiştir. Buna karşılık İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki süreçte Batı Almanya’da Denazifikasyon’un sıkı bir şekilde uygulanmadığı yönünde eleştiride bulunulmuş, bu nedenle de Nazizm’in Almanya’da hala faaliyette bulunabildiğini ileri sürmüştür. Çizgi filmde hapisten çıkan Nazilerin, Batı Almanya’da Nazizm’i yücelten siyasi söylemlerde bulunabildiği belirtilmiş ve bu siyasi söylemlerin zaman içerisinde Batı Almanya’da “intikam” odaklı Rusya karşıtı bir kamuoyunun oluşmasına yol açabileceğine yönelik mesaj verilmiştir. Çizgi filmde Nazizm’in Batı Almanya’da etkili olmasının Alman kamuoyunda Almanya’nın İkinci Dünya Savaşı’nda

kaybettiği toprakları geri alma isteği uyandırabileceği ve böylece Batı Almanya'nın Doğu Blok'u ülkelerini hedef alabileceği üzerinde durulmuştur.

Çizgi filmde incelenen sekanslarda Sovyet Birliği'nin Soğuk Savaş döneminde de Nazizm'i kendisi için bir tehdit olarak nitelendirdiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca Sovyetler Birliği'nin Batı Almanya'daki Denazifikasyon süreci eleştirisini, ABD'e karşı bir propaganda haline getirdiği de tespit edilmiştir. Diğer yandan çizgi filmde mizahi bir yönden gerçekleştirilen Denazifikasyon eleştirisinde hem Batı Almanya'da Nazizm destekçileri itibarsızlaştırılırken hem de Doğu Blok'u ülkelerinin Faşizm'e karşı gücüne vurgu yapılmıştır. Son olarak çizgi filmde Batı Blok'undaki Nazizm destekçilerine karşı Berlin Duvarı ön plana çıkarılarak, Doğu Blok'u halkı nezdinde Berlin Duvarı'nın yapımı meşrulaştırılmaya çalışılmıştır. Sovyet propagandası, Berlin Duvarı'nın Batı Almanya'dan gelebilecek Nazizm destekli saldırılara karşı Doğu Blok'u halkını koruyabileceğine yönelik mesaj vermiştir. Sonuç olarak çalışmada *Öğrenilmemiş Bir Ders* adlı çizgi filmin, Denazifikasyon sürecinin eleştirisi dışında Sovyetler Birliği'nin çeşitli propaganda faaliyetlerine de hizmet ettiği ortaya konulmuştur.

Kaynakça

Ahrens, R. (2010). Von der „Säuberung“ zum Generalpardon: Die Entnazifizierung der westdeutschen Wirtschaft. Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte/Economic History Yearbook, 51(2), 25-46.

Borsten, J. (2006). Animated Soviet propaganda. Fascist barbarians. Princeton, NJ: Films for the Humanities & Sciences, [presented by] Jove Films in association with Soyuzmultfilm, <https://search.library.wisc.edu/catalog/9910540431902121>

Bresciani, M. (2021). Fascism, Anti-Fascism and the Idea of Nation: Italian Historiography and Public Debate since the 1980s. Contemporary European History, 30(1), 111-123.

Çolak, M., Türkmen, İ. & Haniççe, M. (2017). Halkın Tarihi ve Kültürel Bilinç Durumu: “Tokat Örneği”. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 12 (1), 81-102. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/gopsbad/issue/48586/617216>.

Donson, A. (2008). The German Antifascist Classroom: Denazification in Soviet-Occupied Germany, 1945–1949. The Journal of the History of Childhood and Youth, 1(2), 304-306.

Fedosov, E. A. (2017). The Fascization of the Enemy Image in the Soviet Visual Propaganda at the Beginning of the Cold War (1946-1964). Tomsk State University Journal, 418, 163-171.

Gimbel, J. (1960). American denazification and German local politics, 1945–1949: a case study in Marburg. American Political Science Review, 54(1), 83-105.

Griffith, W. E. (1950). Denazification in the United States zone of Germany. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 267(1), 68-76.

Gülada, M. O. (2019a). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyetler Birliği'nin Casusluk Karşıtı Propagandasının Posterlerdeki Sunumu. *Medeniyet ve Toplum Dergisi*, 3(1), 49-68.

Gülada, M. O. (2019b). Donald Trump'ın Göçmenlere Yönelik İnşa Edilmesi Planlanan Meksika Duvarı ve Propaganda Karikatürlerindeki Sunumu. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 78-108.

Herz, J. H. (1948). The fiasco of denazification in Germany. *Political Science Quarterly*, 63(4), 569-594.

IMDb (1971). Lesson Not Learned, <https://www.imdb.com/title/tt1945130/>, Erişim Tarihi: 24.12.2022.

Karaca, M., Çakı, C. & Darı, A. B. (2021). Soğuk Savaş Döneminde Sovyetler Birliği'nin ABD Karşıtı Propagandasında Duygu Merkezli Dil Kullanımı. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 1-14.

Knight, R. (2007). Denazification and integration in the Austrian Province of Carinthia. *The Journal of Modern History*, 79(3), 572-612.

Lacroix-Riz, A. (1990). La dénazification économique de la zone d'occupation américaine: la perception française du phénomène. *Revue Historique*, 283(Fasc. 2 (574)), 303-347.

Leach, N. (1997). Erasing the traces: The 'denazification' of Eastern Europe. *Culture, Theory and Critique*, 40(1), 70-82.

Levy, A. F. (2015). Promoting democracy and denazification: American policymaking and German public opinion. *Diplomacy & Statecraft*, 26(4), 614-635.

Monod, D. (2005). *Settling Scores: German Music, Denazification, & the Americans, 1945-1953*. The United States of America: Univ of North Carolina Press.

Özden, M., Kantar, G., Çınar, S. / *Journal of Yasar University*, 2021, 16/62, 1005-1021.

Payne, S. G. (2003). Soviet anti-fascism: Theory and practice, 1921-45. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 4(2), 1-62.

Plischke, E. (1947). Denazification Law and Procedure. *American Journal of International Law*, 41(4), 807-827.

Ražnjević, T. (2022). O Slavenskom komitetu Hrvatske kao instrumentu prosovjetske propagande 1946.–1948. *Časopis za suvremenu povijest*, 54(1), 109-137.

- Remy, S. P. (2002). *The Heidelberg myth: The nazification and denazification of a German university*. The United States of America: Harvard University Press.
- Schuhmann, A. (2017). Decolonization and Denazification: Student Politics, Cultural Revolution, and the Affective Labor of Remembering. *Critical Philosophy of Race*, 5(2), 296-319.
- Taylor, F. (2011). *Exorcising Hitler: The occupation and denazification of Germany*. The Great Britain: Bloomsbury Publishing.
- Tent, J. F. (1982). *Mission on the Rhine: "Reeducation" and Denazification in American-Occupied Germany*. The United States of America: University of Chicago Press.
- Ünal, C. (2022). *Toplumun Medyatik İnşası ve Göç*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Velikaya, A. A. (2022). Soviet public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18, 77-92.
- Vincent, M. B. (2014). De la dénazification à la réintégration des fonctionnaires. *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, (1), 3-19.
- Vollnhals, C. (1992). Die Hypothek des Nationalprotestantismus. Entnazifizierung und Strafverfolgung von NS-Verbrechen nach 1945. *Geschichte und Gesellschaft*, 18(H. 1), 51-69.

TOPLUMSAL BELLEĞİN İNŞASI VE TİTO'NUN SİNEMASI SIRBİSTAN PLATOSU ÖRNEĞİ

Sibel AKOVA*

Yalova Üniversitesi

Gökmen KANTAR*

Namık Kemal Üniversitesi

Giriş

Bireysel belleğin temeli olma niteliğini haiz olan toplumsal bellek kavramı, toplumun yeniden oluşum sürecinin başat unsurunu teşkil etmektedir. Bireyden başlayarak topluma uzanan uzamsız bir boyutta geçmiş ile gelecek arasında bir köprü olma vazifesini üstlenen toplumsal bellek kavramı, birey ve toplumların varlık gösterdikleri kültür ve ulus yapıları bağlamında önemli bir olgu olarak addedilmektedir. Bireysel manada bellek olgusunun gelişimini etkileme gücüne sahip olarak tanımlanan toplumsal bellek olgusu hem bireysel hem de toplumsal manada bellek oluşumunun temelini oluşturmaktadır. Geçmişte yaşanan gelişmelerin gelecek yaşantısına taşınması sürecinde ilişkisel bir boyuta sahip olan toplumsal bellek, birey ve toplumların günlük yaşam deneyimleri adına önemli bir rol oynamaktadır. Günlük yaşam deneyimleri ile birebir ilişkili olan toplumsal bellek olgusu, geçmiş ile kurulan bağın gelecek yaşam hedeflerine taşınmasını mümkün kılma yetisine sahip olma özelliği taşımaktadır. Dün, bugün ve yarın arasındaki halkaların bütünlük kazanmasına azımsanamayacak düzeyde katkı sunan toplumsal bellek, toplumsal yaşamın sürdürülebilirliğinin sağlanmasında birbirinden farklı unsurları bir araya getirerek, farklı öğeler ile bağlantılar kurulmasını da mümkün kılmaktadır. Bu yönü ile kavramsal bağlamda toplumun genelini işaret etmekle birlikte toplumsal bellek olgusu, bireysel manada belleğin oluşmasının da temel şartı olarak tanımlanmaktadır. Bu minvalde değerlendirildiğinde bireyler arasında (kişilerarası) tesis edilen iletişim dinamiklerinden kültürlerarası iletişim süreçlerine uzanan geniş bir kapsamı ihtiva eden toplumsal bellek, toplumların inşası sorunsalının çözümünde anahtar olma işlevinde konumlandırılmaktadır. Birey ve toplumların tarih bilincinin geliştirilmesinde önemli bir rol üstlenen toplumsal bellek, toplumların kimlik oluşumlarında ve toplumların birer üyeleri olan bireylerin toplumsal aidiyetlerinin sağlanmasında ve dahi toplumsal bilincin oluşturulmasında ortak bir payda işlevini görmektedir. Bu sebeple, siyasal, kültürel, sanatsal, tarihsel ve toplumsal başta olmak üzere örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok alan tarafından sahiplenilerek, ilgili alanların söylemlerine dönüşebilen bellek ve bilinç kavramları

* Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü. 0000-0001-7680-7394. sibelakova@gmail.com.

* Doç. Dr., Namık Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, gkantar@nku.edu.tr.

ile özdeşleştirilen bir olgudur. Bu sebeple, bilhassa siyasal ve yönetim erkleri tarafından sahiplenilen, kontrol altına tutulmasına gayret edilen, politik ve kültürel söylemlere dönüşebilen bir olgu olan toplumsal bellek, dünya üzerinde birbirlerinden farklı coğrafyalarda varlık gösteren birbirlerinden farklı özelliklere sahip olan hemen her toplumu ilgilendiren, biçimlendiren, değiştiren, dönüştüren ve gündemini oluşturan insanlık tarihi ile özdeş bir olgudur. Ortak bir tarih bilincinin tesis edilmesi fikriyatı ile temellenen toplumsal bellek, ilkçağın ilkel toplumlarından günümüzün modern toplumlarına değin uzanan kapsamlı tarihsel süreç içerisinde, toplumların bir arada ahenkli bir bütünlük oluşturacak şekilde bir arada yaşamalarını mümkün kılan ve ortak yaşam pratiklerinin deneyimlenmesine katkı sağlayan bir örüntüdür. Toplumsal bellek, aynı sosyal çevreyi ve coğrafi alanı paylaşan, aynı kültürel ve tarihi geçmişi deneyimleyen, aynı etnik, grup veya ulus bilincini içselleştiren, aynı yaşam pratiklerinde varlık gösteren birey ve toplumların kolektif yaşam biçimlerini geçmişten gelen aynı hatıralar ve geleceğe dair benzer hedefler ile bir arada yaşamlarını mümkün kılan bir unsur olarak addedilmektedir. Birey ve toplumların sulh içerisinde, çatışma ve karmaşadan uzak, farklılıkların zenginlik olarak algılanmasını düstur edinerek geliştirilen ortaklıkların ön planda tutulmasını sağlayan toplumsal bellek, toplumsal iletişim unsurunu geliştiren ve bireysel manada da bilinç düzeyinin gelişmesine katkı sunan, vatandaş kavramının bireylere aşılmasında önemli rol oynayan bir etmendir. Bireylerin birlikte yaşam kültürünü içselleştirmeleri ile birlikte edindikleri ortak hafıza, geçmişin betimlenmesi ve meşru hale getirilme çabasını ihtiva ederken öte yandan bugünün açıklamasını da uhdesinde barındırmaktadır. Birey ve toplumların geleceğinin planlar dahilinde tesis edilme hedeflerinin de meşru bir zeminde konumlandırılmasını yani bir inşa sürecini de içermektedir. Söz konusu inşa süreci, birey ve toplumların belirli yaşanmışlıkları hatırlama veya unutmama edimleri üzerine şekillenebilmekte iken yaşanması olası durumları veya gerçekleri manipüle etme eğilimini de taşımaktadır.

Manipüle ve inşa söylemleri şüphesizdir ki siyasetten ekonomiye, tarihten psikolojiye değin birçok alana işaret ederek temellenmektedir. Ancak ilgili temellendirmenin endüstrileşme tabiri olarak addedilen birçok alan ile organik bir bağ taşımakta olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Farklı alanların farklı bakış açıları ile anlamlandırılan farklı söylemleri ile biçimlendirilen toplumsal bellek, toplumsal yaşamdan ayrı tutulması mümkün olmayan kültür ve toplumsal yaşam deneyimleri sonucunda ortaya çıkan kültür unsurlarından farklı olarak konumlandırılmayacak düzeyde karmaşık bir yapıya sahip ve bütünlük bakış açılarını ihtiva eden bir olgudur. Bu minvalde değerlendirildiğinde, toplumsal belleğin toplumsal geçmişin yeniden inşa edilmesinde yani toplumların birtakım gerçekleri unutmaları veya hatırlamaları üzerinden toplumsal bütünlüğün kazanılmasında ve ilgili tarihi ile kültürel bütünlüğün gelecek kuşaklara aktararak sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir payının olduğunu ifade etmek mümkündür. Ancak, kültürel ve toplumsal belleğin iktidar, ideoloji ve söylem unsurlarından bağımsız olarak düşünülmesinin mümkün olmadığını da belirtmek yerinde olacaktır. İktidar, söylem ve ideoloji kavramlarının en net biçimde kesiştiği alanlardan biri de kültür ve uzantıları olarak anılan olgulardır. Bilhassa günümüzde kültür olgusunun bir endüstri haline gelmesi sebebi ile kitle iletişim araçları da iktidar, ideoloji ve söylem kavramları ile özdeşleştirilmekte ve aralarındaki bütünlük ilişkisi çözümlenmeye çalışılmaktadır. Bu sebeple

toplumsal bellek olgusu ideoloji, iktidar ve söylem kavramları ile bir arada irdelenmesi gerekli olan bir yapıda değerlendirilmektedir. Ancak ilgili kavramların uygulama alanı olarak nitelendirilen günlük yaşam pratikleri dahilinde işlerlik kazanmasını sağlayan ve bir endüstri haline gelen kitle iletişim araçları ile birlikte ele alınması yerinde olacaktır. Bu minvalde değerlendirildiğinde, toplumların bilhassa geçmişlerinin yeniden oluşturulmasında, gelecek hedeflerinin tesis edilmesinde ve toplumsal belleğin ideoloji, iktidar ve söylem olgularının şekillendirilmesinde, kültür olgusunun nesillerden nesillere aktarılacak gelecek nesillere benimsetilmesinde bir endüstri haline gelen kültür endüstrisi olarak addedilen kitle iletişim araçlarının payı önem arz etmektedir. Zira kültür endüstrisinin ana taşıyıcıları olan kitle iletişim araçları ile toplumsal bellek olgusu arasında organik bir bağın varlığını ifade etmek gereklidir. Birey ve toplumların yaşamlarını biçimlendirme kudretini haiz olan kitle iletişim araçları, bellek inşası yöntemi ile toplumların geçmişte yaşanan tarihsel süreçleri unutmaları veya hatırlamalarını mümkün kılarak, günümüzün yaşam deneyimlerini etkileyebilmekte, aynı zamanda da gelecek zamanların hedeflerini ve sosyal politikalarını meşru bir zemine taşınmasını da sağlamaktadırlar. Bu sebeple, bellek olgusunun bir inşa süreci olduğunu ve elde mevcut olan veriler ile yaşanan veya yaşanması muhtemel olan durumları değişen koşullar da hesaba katılarak yeniden şekillendirilmesi biçimde konumlandırıldığını ifade etmek mümkündür. Ancak, bellek inşası aşamasında suistimallerin, olağandan farklı biçimde ifadelerin, çarpıtmaların, araçsallaştırmaların ve manipüle durumlarının yaşandığını belirtmek gereklidir. Kitle kültürünün bir ürünü olan kitle iletişim araçları vasıtası ile de bellek inşasının meşru bir zemine en pratik, en hızlı ve en gerçekçi biçimde konumlandırılabilirdiği bir gerçektir. İlgili gerçeklikten hareketle de kitle iletişim araçlarının yıllar itibarıyla kıymetini muhafaza edebilen ürünü olan sinema sanatı da toplumsal belleğin inşasında büyük önem arz etmektedir. Bir sanat dalı olmasının ötesinde kitle kültürünün de taşıyıcısı olan sinema, üretildikleri dönemin güncel olaylarını yansıtmakla birlikte, geçmişte kalan dönemlerden kesitler sunarak, gelecek yıllara ait bellek üretim bankası veya kütüphanesi olma işlevini üstlenmektedir. Çalışma ile toplumsal bellek olgusu ile kitle iletişim araçlarının başat unsuru olan sinema sanatı arasındaki ilişki irdelenerek, toplumsal belleğin oluşum ve yeniden icra sürecinde sinemanın üstlendiği rol üzerine odaklanılarak, çıkarımlar gerçekleştirilmiştir. İlgili sorunsal Yugoslavya döneminde Tito sineması olarak addedilen platolardan biri olan Sırbistan Avala platosu örneklemini üzerinden çözümlenmeye gayret edilmiştir.

1. Toplumsal Bellek Olgusunun İnşa Sorunsalı

İlkçağın ilkel toplumlarından başlayarak, günümüzün modern toplumlarına değin, farklı ulusların, farklı kültürlerin, farklı inancı taşıyan ve farklı dilleri konuşarak iletişim kuran toplulukların ve farklı etnisitelerin bir arada belli bir ahenk içerisinde yaşamalarını sağlayan etmenlerden biri olan toplumsal bellek olgusu, bireysel manada farkındalık ve bellek olgusu zemininden hareketle, toplumların varlık gösterdikleri dönemin şartlarına ve kültürel grupların karakteristik özelliklerine koşut olarak dil ögesi başta olmak üzere iletişim süreçlerinin sağlıklı bir biçimde işlerlik kazanması yolu ile inşa edilebilmektedir. Bu sebeple toplumsal bellek inşasında en temel etmenin iletişim olgusu olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Bireysel

manada gelişen kişilerarası iletişim kitle iletişim araçlarının varlığı ile birlikte, kitlelere ulaşmak suretiyle bireysel bellek algısından toplumsal belleğin inşasına dönüşmektedir. Bu sebeple toplumsal bellek inşasının başat unsurlarından birinin kitle iletişim araçları yani medya olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Kitle iletişim araçlarının dil unsurunun merkezinde ve iletişim ile medya ağlarının kullanılması suretiyle yaşanan ve yaşanılması olası durumların yıllar öncesinden sonrasına kitlelere ne şekilde hatırlatıldığı veya unutturulduğu toplumsal bellek ile medya ilişkisinin temel sorunsalını oluşturmaktadır.

Toplumsal veya diğer anlamı ile kolektif hafıza (bellek) bütünlük ve çok boyutlu bir yapıya sahip, karmaşık ilişkiler ağı ile örüntülü bir kavramdır. Temeli yirminci yüzyılın başlarına dayanan bir kavram olarak literatürde yer edinmeye başlamış ve kavramsallaştırılmış olsa da yaşamın doğal akışı içerisinde yer edinmesi ve birey ile toplumların güncel yaşam koşullarına sirayet etmesi ise kitle iletişim araçlarının yaygınlık kazanmaya başladığı dönemlere tekabül etmektedir. Fransız sosyolog Maurice Halbwachs tarafından 1920’li yıllarda yayınlanan *Les Cadres Sociaux de la Memoire* (Hafızanın Sosyal Çerçevesi) başlıklı çalışmasında toplumsal bellek kavramı ilk defa kavramsallaştırılarak, literatüre kazandırılmıştır. Toplumsal belleğin inşası ve yeniden kurgulanması konusundaki birikimini ise ölümünden sonra yayınlanan *La Memoire Collective* (Kolektif Hafıza) isimli çalışmasına aktaran Halbwachs, kavramın sistematikleşmesini sağlamıştır. Bilhassa İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında yaşanan gelişmeler itibarıyla bireysel hafızaların toplumsal belleğin kontrolünde olduğu ve genel anlamda, bireysel manada yaşanmışlıklar sonucu oluşan anıların toplumsal çerçevede hatırlanma veya unutulma şeklinde biçimlendiği, söz konusu biçimlenme ediminin ise egemen güçlerin tekelinde ve medya erklerinin yönlendirmesi ile gerçekleştiğinin anlaşılması sonucunda toplumsal bellek kavramı literatür dahilinde disiplinler arası bir kavram olarak yerini almıştır. Disiplinler arası bir olgu olarak addedilen toplumsal bellek, siyaset biliminden sanata, kamu yönetiminden iletişim disiplinine, tarihten psikoloji bilim dalına değin birçok alanın çalışma konusu olarak yer edinen, toplumların yaşam süreçlerinin yeniden inşa edilmesini mümkün kılan ve araştırmaların odağında yer alan bir kavram olarak ele alınmaktadır. Ancak gündem belirleme yetisine haiz olması sebebi ile toplumsal bellek olgusu, sürdürülen disiplinler arası çalışmalar neticesinde, kendi alanını oluşturabilme gücüne erişmiştir. Bireylerin toplumsal yaşamları içerisinde sosyalleşme edimlerini gerçekleştirdikleri süreçler dahilinde oluşan toplumsal bellek, ait oldukları toplumsal yapıya ve kültürel normlarına koşut olarak biçimlenmektedir. Biyolojik manada bellek konusunda çalışmalar gerçekleştiren araştırmacılar, bellek kavramının depolama ve gerekli durumlarda yeniden gündeme getirme olmak üzere iki temel işleve sahip olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Edinilen bilgiler, deneyimlenen tecrübeler ve yaşanması olası gerçeklikler gerekli hallerde faydalanılmak üzere bellekte depo edilmektedir. “Yeniden gündeme getirme söz konusu olduğunda ise farkına varma (recognition) ya da hatırlama (recall) şeklinde gerçekleşmektedir” (Flavell, 1992: 999). Biyolojik manada bireysel olarak ele alınan bellek konusundaki çalışmalar bilhassa bilgi ve verilerin akılda tutulması, hatırlanması ve geri çağırılması konularına odaklanırken, toplumsal bellek ise birlikte yaşam kültürünün söz konusu olduğu bir gruba veya topluluğa aidiyet duygularının içselleştirilmesi sonucunda gelişen bireysel izlenim ve deneyimlerden öte toplumsal hassasiyetler ve kolektif bir hafızanın izdüşümü niteliğini taşımaktadır. Bireysel tecrübelerin toplumu oluşturan diğer bireylerin

hafızaları ile birleştirilmesini ve ortak bir ussal düzlemde birleşimini mümkün kılan toplumsal bellek, bireysel anı ve tecrübelerin dahi toplumsal olarak anlamlandırılarak anımsanmasını gerçekleştirebilmektedir. Bu minvalde değerlendirildiğinde, “tanık olunan bir durumun, deneyimlenen bir tecrübenin veya keşfedilen bir nesnenin varlığının ancak bireyin nesnelere bir bağlama yerleştirebildiği takdirde kalıcı olup” (Halbwachs, 2016: 63). sürdürülebildiğini ifade etmek yerinde olacaktır. Bireyler varlık gösterdikleri ve sosyalleşme edimlerini gerçekleştirdikleri sosyal çevreleri vasıtası ile mensubu oldukları grupların veya toplumların ortak akıllarına koşut bir biçimde toplumsal bellek olgusunun bir parçasını oluşturmaktadırlar. Kurulan ilişkinin düzeyi ve sosyalleşme ediminin gerçekleşme aşamasında tesis edilen iletişim süreçlerinin yoğunluğunu toplumsal bellek oluşumu noktasında büyük önem arz etmektedir. İlgili bellek oluşumu süreci salt olarak grupları değil, milletleri, ulusları, devletleri ve etnisiteleri de kapsamına almaktadır. Toplumsal bellek konusunda farkındalık kazanarak araştırmalar yürüten kuramcılar arasında önemli bir yer edinen Dijk yürütmüş olduğu çalışmalar sürecinde, “toplumsal bağlamda paylaşılan inanç ve değerlerin toplumsal bellek olarak addedilen olguyu oluşturduğunu ve sosyokültürel bilgi ve deneyimlerin toplumsal bellekteki zihinsel temsillerin ana sistemi olduğu” (Dijk, 2015: 23) görüşünü savunmaktadır. Toplumsal yaşamın devamlılığının sağlanması ve birlikte yaşam kültürünün oluşturulması adına toplumsal deneyimlerden ve ortak akıl tarafından üretilen kolektif belleğin varlığı, toplumların barış ve birlik içerisinde yaşamlarını idame ettirebilmeleri adına büyük önem arz etmektedir. Söz konusu toplumsal belleğin belirli bir sistematik içerisinde toplum içerisinde varlık gösteren bireylere hatırlatılması, gerekli ölçütlerde sürekli olarak tekrarlanması ve gerekli durumlarda da unutturulması ritüelleri bireylerin zihinsel süreçlerinin şekillenmesini sağlamaktadır. Bu minvalde değerlendirildiğinde, toplumsal belleğin inşasında toplumların benimsedikleri kültür yapılarının da başat aktör konumunda olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. “Toplumların kültürel anlamlarının ve kod sistemlerinin canlandırma biçimleri, sözelimi gelenekler, örf ve adetler, görenekler kültürel belleğin sınırları içine dâhildir. İlgili kültürel unsurlar anıt mezarlar, müzeler, tapınaklar, mezar taşları gibi maddi olabileceği gibi ikonlar, semboller, temsiller gibi manevi öğeler de kültürel belleğin alanına girer” (Assmann, 2005: 63). Ayrıca, kültürel varlıkların toplumsal bellek içerisinde edindiği konum, ulus inşası ve ulusal kimlik temellendirmesi adına da kaynak teşkil etmektedir. Bu yönü ile toplumsal bellek olgusu, kuşaklar arasında süreklilik sembolü olarak addedilerek toplum içerisinde yaşayan bireyler arasındaki bağın güçlenmesine de katkı sağlamaktadır. İlgili güçlü bağlar, sosyo-politik düzen ve tarihsel bağlamın meşrulaşmasını mümkün kılarak, toplumların bellek yitimine dair de önemli bir emniyet unsuru olarak addedilmektedir. Ancak toplumsal belleğin yaşayan bir varlık olarak addedilerek, canlı tutulması ve zamansal ve koşulsal değişimlere göre uyarlanabilir olması yani yeniden inşası hafıza olgusunun öneminin kavranılarak, sürdürülebilirliğinin temin edilmesi gerekmektedir. Toplumsal hafızanın varlığının sürdürülebilir kılınması konusundaki en önemli etkenin iletişim olgusu olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. İletişim süreçlerinin sekteye uğraması durumu da toplumsal bellek olgusunun inşa ve yeniden inşa edilmesini de güçleştirmektedir. İletişim süreçlerinin devamlılığının sağlanmasında itici güç rolünü üstlenen kitle iletişim araçları ile toplumsal bellek olgusu arasında sıkı bir ilişkinin varlığını ifade etmek yerinde olacaktır. Bilhassa iletişim, ulaşım,

altyapı ve teknoloji imkanlarının artış ivmesi göstermesi ile birlikte, iletişim araçlarının geniş kitleleri yoğun bir biçimde etkileyebilme kapasiteleri konusunda farkındalık da artmıştır. İlgili farkındalık, kitle iletişim araçlarının tarihsel geçmişe yönelik bilinenleri etkileyebilme ve toplumlara bilgi ve deneyimlerin yeniden inşa edilerek sunulmasında güçlü bir rol edindiğinin de keşfedilmesine olanak sağlamıştır. 19. yüzyıl itibarıyla temel kitle iletişim aracı olarak addedilen matbaanın ardından telgraf, radyo ve birey ve toplumların yaşamlarında dönüm noktası olma özelliğini taşıyan televizyon aracının icadı ile birlikte, geniş kitlelere ulaşma imkanı elde edilmiştir. Bilgi akışının hız kazanması ile birlikte, internet ve sosyal medya (yeni medya) kavramlarının günlük yaşam deneyimlerine sirayet etmeleri de şüphesizdir ki toplumsal bellek olgusunun işleyişine azımsanamayacak düzeyde katkılar sağlamıştır. Bu minvalde değerlendirildiğinde, bir sanat dalı olarak da sınıflandırılan sinema aracının toplumsal belleğin inşası konusundaki katkıları ise ayrıca irdelenmesi gerekli özel bir çalışma alanını oluşturmaktadır.

2. Toplumsal Bellek İnşasında Sinema Sorunsalı

Anlık hafızanın ötesinde, birey ve toplumların bir arada yaşam deneyimlerini gerçekleştirmelerinde başat rol üstlenen toplumsal hafıza olgusu, sosyo-kültürel yaşamın izdüşümleri olarak addedilen sinema yapıtlarında kendisini belirgin bir şekilde hissettirmektedir. Birey ve toplumların yaşamsal faaliyetleri dahilinde, dünyaya, olaylara, kişilere ve gelişmelere dair algılarını şekillendiren sinema, düşünce yapılarının şekillendirilmesinde ve günün olağan akışını anlamlandırma hususlarında etkin bir rol üstlenmektedir. Sinemanın üstlendiği etkin rol, toplumsal bellek inşasında ve yeniden inşasında ön plana çıkmaktadır. Temsillerin varlığı, sunum şekilleri, olayların gidişatı, süreçlerin tahlili gibi örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok unsurda sinema sanatı birey ve toplumları yönlendirerek, farkındalık kazandırarak ve manipüle ederek, toplumsal bellek oluşturma gayesinin görselleştirilmesinde azımsanamayacak nitelikte katkılar sağlamaktadır. Sinema sanatı, birey ve toplumların güncel yaşam deneyimlerine sirayet ettiği dönemlerden günümüze değin, farklı dillere, farklı inançlara, farklı uluslara, farklı etnisitelere ve birçok farklı birey ve toplumda varlık gösteren hemen her yaş popülasyonuna yani geniş halk kesimlerine hitap edebilme yetisini haiz olan bir ticari üründür. Fotoğraf kareleri ile şekillenen ancak yaşanmış, yaşanan ve yaşanması olası olan gerçeklikleri yansıtmaya kabiliyeti en üst düzeyde olan bir sanat dalı olarak da addedilmektedir. Bu düşünceden hareketle, sinemanın sosyal gerçekliğin görselleştirilmesi konusunda azımsanamayacak nitelikte katkılar sunduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Gerçekliğin inşa edilmesinde meşru bir zemin hazırlayan sinema, kültürel ve toplumsal temsiller sürecinin bir parçasını oluşturmaktadır. Tarihi, siyasal, ekonomik, kültürel ve sanatsal duruşları, birey ve toplumların günün olağan akışı içerisinde yaşamlarına bakışlarını ve kurgulanmak istenen gerçekliğin inşasında önemli rol oynayan sinema, meşruiyeti güçlendirmesi ve statü sağlaması sebebi ile yönetim ve siyasal erklerin daima odağına yerleşmiş bir sanat dalıdır. Birey ve toplumları etkileyebilme gücünü elinde bulunduran sinema, psikolojik duruşları yönlendirebilme melekesi sebebi ile de tarihsel süreç içerisinde geçmişten günümüze her dönem güç elde etme hedefini güdenlerin merkezinde yer

almıştır. Yaşanmış, yaşanan ve yaşanması olası olan gerçekliklerin ideale en yakın biçimde sunumunu mümkün kılan sinema sanatı, farklı parametrelerin etkisi altında kalmaktadır. Kültürel temsil sisteminin bir parçası olarak addedilen sinema, toplumsal bağlamda oluşturulmak istenilen ortak düşünce sistemi çerçevesinde birleşmeyi mümkün kılabilecek, toplumsal kurumlara da statü sağlayabilecek bir yapıya sahiptir. Tarihsel, siyasal, ekonomik, ideoloji, söylem, iktidar ve benzeri birçok alanda tesis edilmek istenen toplumsal belleğin yeniden inşa edilmesini ve güçlendirilmesini sağlayan başat aktörden biri olan sinema, yönetim ve siyasal erklerin daimi olarak denetim ve kontrol altında tutmak istedikleri en önemli kitle iletişim araçlarından biri olarak sınıflandırılmaktadır. Bilhassa toplumsal belleğin inşası ve yeniden inşası süreçlerini içeren ve hedefini taşıyan sinema yapımları, uhdesinde barındırdıkları enformasyon, görsellik ve dokümantasyon işlevleri sebebiyle, toplumların hafıza bankaları olarak yer edinmektedirler. Her toplum, bilgi birikimini kodlama yöntemleri ile kayıt altına alarak, gelecek nesillere ihtiyacı hissedilen durumlarda bilgileri yeniden inşa ederek, kullanım döngüsüne dahil etmektedir. Tarihsel süreç içerisinde kayıt araçlarının temelini yazı oluşturur iken günümüzde yerini toplumların güncel iletişim sistemleri olan görsel araçlara bırakmaktadır. Bilhassa, bellek inşasında ve yeniden inşasında oluşturulmak istenen ideal toplumsal bellek çabaları, sinema sanatından güç alınarak, dönemin mevcut şartları, siyasal yapısı, kültürel işleyişi ve yönetim erklerinin kontrol düzeyleri dikkate alınarak gerçekleştirilmektedir. Bu sebeple, sinema sanatının ortaya çıkardığı yapıtlar, teknolojik gelişmelerin de azımsanamayacak ölçütlerdeki katkıları sebebiyle yaşamın olağan akışının hemen her kesitinden örnekler sunabilmekte ve yaşamın her alanına dair anlam üretebilme yeteneğini göstermektedir. Sinema filmlerinde sosyal ve toplumsal yaşamın günlük rutinleri ve “söylemleri (biçim, figür ve temsillerini) şifreleyerek sinemasal anlatılar biçiminde aktarılmaktadır. Sinema ortamının dışında kalan bir gerçekliği yansıtan araçlar olmak yerine, farklı söylemsel düzlemler arasında bir aktarım gerçekleştirirler. Bu yolla sinemanın kendisi de toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel temsiller sisteminin bütünlüğü içindeki yerini alır” (Ryan, Kellner, 1997:35). İletişim ve kültür olgularından beslenen toplumsal bellek, sinematografik temsiller yolu ile birey ve toplumlara yeni bir anlam, yeni bir söylem, yeni bir bakış açısı, yeni bir bilinç, yeni bir gerçeklik ve yeni bir farkındalık sunmaktadır. Söz konusu sinema aracılığı ile tesis edilen yeni anlam inşaları gerçeğin yeniden üretildiği temsiller ile birey ve toplumlara ulaşmaktadır. Kod, simge, metafor, obje ve çağrışım yöntemlerinin kullanıldığı sinema yapıtları, birey ve toplumların anlamlandırma düzeylerine de katkı sağlayarak, anlam üretim yetilerini geliştirmektedir. Sinema yapıtları toplumsal belleğin inşası yönündeki faaliyetlerinde gerçekliği yeniden kurgulayarak, izleyenlerin merak duygusunu tetiklemeyi ve durum ile olguları yönlendirmeyi amaç edinerek, toplumsal bir mücadele alanını da meydana getirmektedirler. Bu yönü ile sinema, birey ve toplumlar üzerinde değerlerin, anlamların, bilincin ve farkındalığın oluşmasını sağlayan ve sağladığı katkı neticesinde de bilinç oluşturma yetisine sahip bir alan olarak addedilmektedir. “İletişim olgusunun taşıyıcısı olan (Assmann, 2015: 64). sinemanın, “toplumsal bir biçimlendiriciliğe sahip bir yapıya (Maigret, 2013: 253). olduğunu ifade etmek mümkündür. Önemli bir bellek taşıyıcısı konumuna sahip olan sinema, kültürel sonuçları olan bir iletişim aracıdır. Sinema bellek taşıyıcısı olma vasfını, anlam üreticisi, hikaye anlatıcısı ve gerçekliğin yönlendiricisi olma sıfatlarını uhdesinde barındırması

sebebi ile kazanmıştır. Birey ve toplumların geçmişlerini ihtiva eden yapımlar, salt olarak geçmiş deneyimleri, durumları ve olayları yansıtmakla kalmayarak, geçmiş bilincinin oluşmasını da mümkün kılarak, kültürel değerlerin yaşatılmasını ve tarihsel birikimin de gelecek nesillere aktarılmasını sağlamaktadır. Bu sebeple sinema sanatı, siyasal ve yönetim erkleri ile iktidar sahipleri tarafından mücadele alanı olarak da telaffuz edilmektedir. Bu yönü ile sinemanın toplumsal belleğin oluşturulması noktasında ekonomik, siyasal, toplumsal ve tarihsel çıktılardan ve unsurlardan yararlandığını ve beslendiğini ifade etmek yerinde olacaktır. Sinema sanatının sunduğu görsel şölen, izleyici kitlesine aynı zamanda bir illüzyonu da yaşatmaktadır. Mücadele alanı olarak betimlenen toplumsal belleğin oluşumu, sinemanın sunduğu görsel şölen ve illüzyon ile birey ve toplumların zihinlerine daha hızlı ve yoğun bir şekilde sirayet edebilmektedir. Bu yönü ile sinemanın, mücadele alanının tesisinde üzerine düşen görevi, diğer kitle iletişim araçlarına nispetle daha yüksek düzeyde yerine getirdiğini ifade etmek yerinde olacaktır. Sinema yapıtları ile sunulan görsel betimlemelerin gerçekliğinden ziyade, toplumsal belleğinin hangi yönünün güçlü olduğu sorunsalı ortaya çıkmakla birlikte, izleyici kitlesine sunulan ürünlerin hangi kurgu ile inşa edildiği sorunsalı toplumsal bellek konusunda yürütülen araştırmaların temel problem alanı olmak ile birlikte, izleyici kitlesinin koşulsuz ve sorgusuz bir biçimde, inşa edilmek istenen toplumsal bellek anlayışına yaklaştırılmalarına ve çizilmek istenen çerçeveye dahil olmalarına katkı sağlamaktadır. Geçmişin yeniden canlandırılması, güncelin izdüşümü ve geleceğin de kurgulanması olarak anılan sinema izleyici kitlesine geçmişle yüzleşme, güncelle farkındalık ile bilinç kazanma ve gelecekle bağ kurma imkanını da tanımaktadır. Ayrıca toplumsal bellek olgusunun taşıyıcısı olan sinema sanatı ile sunulan yapıtlar izleyici kitlesi üzerinde inşa edilmek istenen bellek çerçevesinde durum ve olayların unutulması gerekli kesitlerini ve hatırlanma ihtiyacı hissedilen hissenin de tayin edilmesini sağlamaktadır. Unutma ve hatırlatma konularındaki katkı ile birlikte sinema, izleyici kitlesi ile toplumsal bellek oluşumu ihtiyacı hissedilen durum ve olay ile ilgili duygusal bağ kurulması noktasında da ayrıca başat önem arz etmektedir. Kültürlerin sürdürülebilir kılınması, ulus devletlerin inşası, etnisitelerin varlıklarının devamı ve toplumların bir arada yaşam deneyimlerinin doğru bir şekilde örüntülenmesi adına, diğer kitle iletişim araçları ile birlikte sinema aracı da toplumsal belleğin inşası konusunda unutma ve hatırlatma işlevleri üzerinden önemli katkılarda bulunmaktadır. Gerçekliklerin mevcut şekli ile aksedilmesinden öte, gerçeği dönüştürerek ve yeniden örüntüleyerek inşa eden sinema, bilhassa günümüzün teknolojik gelişmelerinin de yardımı ile işitsel ve görsel zenginlik sunarak, izleyici kitlesini ikna etme hedefine odaklanmaktadır. İnandırıcılığı sağlayabilecek sembollerini kullanarak, kodlama ve tekrarlama eylemlerini gerçekleştirerek, yeniden üretim sürecinin en başarılı örneklerini sunan sinema sanatı, birey ve toplumların yaşamlarına müdahil olduğu dönemlerden günümüze değin, siyasi ve yönetim erklerinin en önemli ikna ve propaganda aracı olarak kullanılmış, toplumsal bellek olgusunun yeniden inşası sürecini birey ve toplumlara benimsetme konusunda başarılı örnekler oluşturmuştur.

3. Tito'nun Sineması ve Yugoslav Toplumsal Belleğinin Yeniden İnşası: Sırbistan (Avala) Platosu Örneği

Güney Slav toplumlarının Yugoslavya üst kimliği adı altında birleşmelerini sağlayan devlet başkanı Josef Broz Tito, nefesi ile üfleyerek oluşturduğu Güney Slav (Yugo Slav) birliğini, dönemin mevcut koşulları göz önüne alınarak değerlendirildiğinde-, hemen her alanda olduğu gibi yürüttüğü atılım ve yatırım faaliyetleri ile dünya devletleri arasında ön sıralara taşıyarak, vatandaşlarını müreffeh yaşam koşullarına erdirmeyi başarmıştır. Sanatın yedinci dalı olarak addedilen sinemaya büyük bir hayranlık duyan Yugoslavya Sosyalist Federal Cumhuriyeti'nin (YSFC) kuruluşunda başat aktör olan ve farklı etnisiteleri "Kardeşlik ve Birlik" (Brotherhood and Unity- Bratstvo i Jedinstvo) ilkesi ile Yugoslav üst kimliğinde uzlaştıran Josef Broz Tito, Yugoslav birey ve toplumlarının bellek inşasında sinemayı yerinde, doğru ve aktif bir biçimde kullanma başarısını göstermiştir. Ulus bilincinin dünya genelinde yaygınlaşması ile birlikte, farklı etnisiteleri bir araya getirebilme başarısını göstermiş olan uğruna şarkılar bestelenen ve şiirler yazılan Tito, kristal ülke olarak anılan Yugoslavya'sına, Güney Slavlarının rüya ülkesini Yugoslav Sosyalist Federal Cumhuriyeti (YSFC) adı altında, nefesi ile üfleyerek hayat vermiştir. Farklı etnisitelerin, farklı inanca mensup ve farklı dilleri kullanan birey ve topluluklarını aynı kültür unsuru ve milleti bilinci ile bir araya getiren Tito ülkesini, dönemin şartları içerisinde değerlendirildiğinde, sanattan ekonomiye, teknolojiye altyapıya, ulaşımdan iletişime, spordan turizme, edebiyattan mimariye değin örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok alanda dünyanın en gelişmiş ülkeleri sıralamasında en üst basamaklara taşımıştır. Çok uluslu aynı zamanda da çok kültürlü Yugoslavya devleti sınırları içerisinde yaşamlarını idame ettiren Balkan etnisiteleri, etnik zenginliği, kültür hazinesini, dil çeşitliliğini, inanç hasletlerini ve köken farklılıklarını aynı potada eritme kabiliyetini haiz bir yaşam deneyimini, Osmanlı İmparatorluğu döneminde deneyimleyerek, yüzyıllar süresince birlikte yaşam kültürünü etüt etmişlerdir. Dünya Savaşlarının kök nedenlerini körükleyen ulus bilinci ve milliyetçilik akımları kaynaklı kazan Balkan coğrafyasının kozmopolit yapısını farklılıklara, ayrılıkçı düşüncelere ve isyan kalkışmalarına sürüklemiştir. Söz konusu farklılıkları yüzyıllar sürecinde biriktirdiği kültür hazinesine eklemeyerek, Kardeşlik ve Birlik mottosu ile zenginlik düşüncesine çeviren ve ömür boyu devlet başkanlığı görevine getirilen Tito, ölümüne değin (1980) olan süreçte uygulamaya konulan özyönetim sistemi ile devletin ve milletin gelişimi adına etkin faaliyetler yürütülmesini sağlayarak, Yugoslavya ülkesini var etmiştir.

Sanattan edebiyata, spordan teknolojiye, bilimden ekonomiye ülkesinin ve milletin gelişimi adına üstelik de halkına kendi kendine yönetim hakkı anlamına gelen özyönetim sistemi hakkını da tanıyarak sağlam bir altyapı ile yöneten Tito, güzel sanatların hemen her alanında olduğu gibi sinema sanatının da gelişimine katkılar sunarak, birbirinden başarılı, unutulmaz niteliği haiz yapımların vücuda getirilmesini teşvik etmiştir. Sinema sanatına ayrı bir düzeyde hayranlık duyan Tito, sinema sanatını sektörel manada da geliştirilmesini alt yapı hizmetlerinin kurulmasını sağlayarak, azımsanamayacak nitelikte desteklerde bulunmuştur. Bilhassa II. Dünya Savaşı sürecinde ve hemen akabinde sinema sanatı, yönetim ve iktidar erklerinin halkı etkileme, ortak ilkedeki buluşturma, yönlendirme, algı oluşturma, farkındalık yaratma, manipüle etme ve toplumsal bellek inşası ile yeniden inşası konularında ve dahi propaganda fikirlerini

yayma ve benimsetme hususlarında sıklıkla kullanılan bir araç olarak addedilmektedir. Sunulmak istenen gerçekliğin görselleştirilmesinde, işitsel ve dil öğelerinin de katkıları ile istenilen algının oluşturulmasında ve tesis edilmek istenen algının yaratılmasında en etkin yöntemlerden biri olan sinema aracı, anlam aktarımlarının başarı ile kitlelere ulaştırıldığı bir disiplindir. Bu yönü ile değerlendirildiğinde, pek çok devletin ve yönetim erkinin sinema aracılığı ile mekanlar, olaylar, aktör/aktrisler, kurgu ve temsiller üzerinden elde edilmek istenilen ifadeyi gerçekliğe dönüştürerek izleyici kitlesine sayısız biçimde farklı şekillerde aktarma imkanları söz konusudur. Duygusal hafızayı hedef alan sinema sanatı, bilinçli bir şekilde hatırlanma durumundan örtülü bir biçimde unutmaya edimine değin örtük bir hafıza bağlamında işlevsellik göstererek, kitleleri ve düşünce biçimlerini yönlendirme ve ihtiyacı hissedilen tutumların geliştirilme motivasyonunu canlandırma noktasında büyük önem arz etmektedir. Dünya tarihi bağlamında değerlendirildiğinde, benzeri görülmemiş bir hissiyat ve motivasyonla devlet arazilerinin sinema sanatının geliştirilmesi adına vakfedildiği alanlara kurulan film platoları sayesinde, Yugoslav sineması dönemin şartları dahilinde değerlendirildiğinde en ihtişamlı yapıtların üretimini mümkün kılmıştır. Tito'nun sineması dünya sinema tarihi ve literatüründe bir ekol olarak yer edinirken öte yandan da toplumsal bellek inşasının da dünya üzerindeki en başarılı örneklerinin sergilenmesine de katkılar sunmuştur. Gerçekten de Tito'nun Yugoslav yönetiminde yer aldığı 1945 yılından, 1980 yılında gerçekleşen ölümüne değin uzun yönetim sürecinde, sinema sanatına ayrıca önem addedilerek, sinemanın ülke genelinde yaygınlaşması sağlanmıştır. Ayrıca sinema alanında devlet destek ve himayesi altında önemli atılımların gerçekleşmesi de mümkün kılınmıştır. Tito'nun sineması olarak literatürde yer edinen Sırbistan Belgrad'da Avala film (1946), Hırvatistan Zagreb'de Jadran film (1946), Slovenya Ljubljana'da Triglav film (1946), Bosna-Hersek Saraybosna'da Sutjeska film (1947), Makedonya Üsküp (Skopje)'de Vardar film (1947) ve Karadağ Budva'da Zeta (Lovcen) film (1948) stüdyoları Yugoslav sinemasının merkez noktalarını oluşturmaktadır. Dünya genelinde önemli başarılar imza atan Tito'nun sineması, yapıtları ile Balkan sineması söyleminin de temelini oluşturmaktadır. Tito'nun sineması günümüzde tarih sahnesinde yer almayan Yugoslavya ülkesinin tarihi tanıdığı olma özelliğini de taşımaktadır. Tito Yugoslavya'sı döneminde yeniden inşa edilen Belgrad şehrinde 1 Mayıs 1947 yılında bir sinema kasabası biçiminde tesis edilen Avala film platosu, Yugoslavya devletinin başkenti olması hasebiyle de bir sektör haline gelen sinema endüstrisinin de lokomotif olma özelliğini göstermektedir. Yugoslavya devletinde kurulan altı platoda üretilen filmlerinin yarısına tekabül eden oranının Avala film platosunda üretilmesi, ülkenin sinema merkezi olduğunu da gözler önüne sermektedir. Diğer merkezlere oranla daima bir adım önde olan Avala film platosu, kuruluş aşamasında da Yugoslav hükümeti ile birlikte, Sosyalist Yugoslav halkının da azımsanamayacak nitelikte olan desteğini almıştır. Devlet bütçesinden aldığı destek kadar halktan gelen gönüllü bağışlar ile gelişim gösteren Avala film platosunun inşaat sürecinde dahi halk film stüdyolarında gönüllü olarak çalışmışlardır. II. Dünya Savaşı ile birlikte yaşanan dünya genelindeki ekonomik konjonktör göz önüne alındığında, bir ülkenin devlet bütçesinden ciddi meblağlara tekabül eden oranlarda bütçe ayrabilmesi dikkate değer önemli bir duruma işaret etmektedir. İlgili bütçenin ayrılma sebebinin bir yandan sinema sanatı alanında yetişmek isteyen sinema sanatçılarının desteklenmesi anlamına gelirken öte yandan da Yugoslav

hükümetinin Yugoslav halkının toplumsal belleğinin yeniden inşa sürecindeki motivasyonun yüksekliği olduğunu tahmin etmek güç olmamalıdır. Özgün, nitelikli, verimli, yaratıcı ve kaliteli yapıtların sergilendiği Yugoslav sinemasında bilhassa Avala platosu nitelikli sinema emekçilerinin yetişmesi konusunda bir okul olma niteliğini haiz olmuştur. Dünya Savaşları sonrasında dünya genelinde ülkeler arasında sinema sanatının gücünü en hızlı şekilde idrak eden ülkelerden biri olarak kayıtlanmaktadır. Bu minvalde değerlendirildiğinde, Yugoslavya hükümetinin kuruluş yılları itibariyle gerçekleştirdiği önemli faaliyetlerinden birini de sinema sanatının gücünü toplumsal bellek inşası konusunda verimli bir şekilde kullanmak ve halk üzerinde propaganda unsurunu geliştirmektir. Sinema sanatını bir sanayi girişimi haline getiren Yugoslav hükümeti, sinemanın toplum üzerindeki etkisinden faydalanarak, kurduğu film platoları aracılığıyla sinema sanayinin gelişmesi açısından önemli destekler sağlamıştır. Sinema alanında çalışabilecek uzman kadronun yetiştirilmesi, filmlerin çeşitliliğinin sağlanması adına altyapının geliştirilmesi, sinema filmlerinin icra edilmesi adına gerekli donanımsal teçhizatın temini gibi örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok alanda devletin desteği uzun süreler boyunca devam etmiştir. Bu amaçla, 1945 yılında ilk devlet film şirketi olan Zvezda (Yıldız) kurularak, Sırbistan Belgrad’da Avala film (1946) platosunun tesis edilmiş, ardından da yine aynı yıl içerisinde Sinematografi komitesinin kurulması Yugoslavya yönetiminin sinema endüstrisine attığı kıymetin ifadesi olarak yorumlanmalıdır. Yine aynı dönemde yine Belgrad’da ilk sinema şehri olarak literatürde yer edinen Kosutnjak kurularak, sinema alanında yetkin emekçilerin hızla yetişmesi adına da genç sinemacıların dünyanın farklı ülkelerine eğitim almaları ve tecrübe edilmeleri amacı ile gönderilmeleri sağlanmış, sinema okulları açılmış, film laboratuvarları kurulmuş, sinema sanatının geliştirilmesi adına ihtiyacı hissedilen teçhizatın temini adına bütçeler ayrılmış ve Avala dışında Yugoslavya’nın beş farklı bölgesine Jadran, Triglav, Sutjeska, Vardar ve Zeta (Lovcen) film stüdyolarının kurulması sağlanmıştır. İdeoloji olgusu temel alınarak toplumsal yaşamın değiştirilmesinin mümkün olduğuna inanan Avala film yani Tito’nun sinemasının Belgrad ekolü mensupları, toplumsal, siyasal, ekonomik ve sosyal alanda Yugoslavya’nın sahip olduğu sorunların ilke değişiklikleri ile çözüme kavuşturulabileceğine inanmakta idiler. İlgili ilke değişimleri de şüphesizdir ki toplumsal belleğin inşası olgusu ile gerçeğe dönüştürülerek, sinema sanatı aracılığı ile mümkün kılınmaya çalışılmıştır. Bilhassa 1950 yılları itibariyle gelişen Yugoslavya’da kazanılan ekonomik ve sosyal kalkınma, “sinema sanayinin temelini atılıp, alt yapısının oluşturulmasında katkı sağladı. Üretilen film çalışmalarının sayılarının artış göstermesi ve filmlerin gösteri ağının genişlemesi, beraberinde sinema sektöründe faaliyet gösteren teknisyenlerin, uzmanların ve sanatçıların artmasına olanak sağlamıştır. Yugoslavya döneminde pek çok sinema konulu dergi yayınlanmaya başlandı, sinema emekçileri ve sinema sevenler ilgili dergilerde kendi fikirlerini ve düşüncelerini yayınlama ve geniş kitlelere hitap etme olanakları bulmuşlardır.” (Goulding, 2004: 33).

Sinema öğesini bir sanat dalı olarak addedilen Tito, sanatın her alanını desteklediği gibi bilhassa sinema sanatına ayrı bir önem atfetmiştir. Devlet arazilerinin sinema sanatının ve emekçilerinin hizmetine sunulması, devlet bütçesinden dönemin yapısı itibariyle değerlendirildiğinde yüksek miktarlarda bütçe ayrılması, film platolarının kurulması adına devlet kurumlarının görevlendirilmeleri, sinema emekçilerinin eğitimi adına yurtiçinde eğitimler düzenlenmesinin

teşvik edilmesi, yurtdışında eğitim almak isteyen sinema sanatçılarının ve emekçilerinin devlet desteği ile eğitimler almalarının sağlanması, Yugoslav sinemasının dünya sinema tarihinde ilk sıralara yükselmesini mümkün kılmıştır. Ayrıca Tito, sinemasını desteklemek adına, Devlet Film Fonu'nun da kurulmasına da önderlik etmiştir. En iyisi, en özgünü, en niteliklisi olma ideali üzerine baştan yaratılan Tito'nun sinemasına Yugoslav halkı tarafından da azımsanamayacak nitelikte maddi ve manevi olmak üzere gönüllülük esası ile destekler sağlanmıştır. Yugoslav sineması dönemin şartları itibarıyla değerlendirildiğinde, siyasi propaganda ve güdüler ile örüntülenerek, bir yönetim silahı olarak kullanılmaktaydı. Bilhassa savaş propagandası başta olmak üzere, savaş sonrasında Tito yönetiminin başarılarını halka duyurmak ve empoze etmek üzere, hükümet faaliyetlerini konu edinen filmlerin sayısı literatür dahilinde önem arz etmektedir. Dünya uluslarına Yugoslav halkının kahramanlıklarının duyurulması da yine Tito sineması vasıtası ile gerçekleştirilmiştir. Tito'nun kurulması adına destek verdiği Devlet Film Fonu tarafından bilhassa propaganda ve siyasi güdülenmeye yönelik filmlerin hayata geçmesi konusunda ciddi bütçeler ayrıldığını ifade etmek yerinde olacaktır. Tito yönetiminin varlık gösterdiği yıllarda ön plana çıkan İtalyan Faşist Sineması, Nazi Dönemi Alman Sineması, Amerikan Sineması ve Sovyet Toplumsal Gerçekçi Sineması ekolleri propaganda filmleri ile anılırken, Yugoslav sineması da propaganda filmleri ile ilgili ekoller arasında önemli bir yer edinmiştir. Yönetimde kaldığı süre boyunca her gece en az bir film izleyen Tito'nun sinema emekçileri üzerinde örtülü niteliği haiz olan yönlendirmeleri zaman içerisinde ciddi düzeylere erişen baskı noktasına erişmiştir. Tito sinema unsurunu salt bir sanat dalı olarak değerlendirmemiş aynı zamanda da sinema sanatını hem Güney Slav halklarına (Yugoslavya halkına) hem de dünya milletlerine karşı yönetim faaliyetlerini duyurmak aynı zamanda da propaganda faaliyetlerini yürüterek, halkı manipüle etmek üzere en verimli ve en yalın şekli ile kullanmıştır. Film makinisti olarak Tito'ya hizmet sunan Leka Konstantinovic, Tito'nun eşi Jovanka ile birlikte her akşam en az bir film izlediklerini, 35 yıl süresince 8801 film izlettiğini ifade etmesi, Tito'nun dönemindeki Yugoslav sinemasının ve Tito'nun sinema sanatına yüklediği anlamı ve toplumsal belleğin inşasındaki başarılı kullanımını gözler önüne sermektedir.



Görsel 1: Mareşal Tito ve eşi Jadranka'nın film makinistliği görevini 35 yıl süresince üstlenen Leka Konstantinovic. (Cinema Komunisto, Erişim Tarihi: 16.10.2022).

SONUÇ:

Mareşal Josip Broz Tito'nun Güney Slav halklarını Brastvo i Jedinstvo (Kardeşlik ve Birlik-Brotherhood and Unity) mottosu ile bir araya getirerek, çok etnili Balkan toplumlarını eşit haklar düsturu ile birleştirerek, halkların kardeşliği savını yaşama geçirmiştir. Balkan toplumlarına özyönetim sistemini sunan ve sosyalist düzene geçişin yolunu açan Mareşal Tito, toplumsal, siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, sağlık, sanatsal ve teknolojik alanlarda tüm ülke genelinde ve tüm toplumu kapsayıcı bir ideal ile reform çalışmalarını başlatmıştır. Ülke genelinde tüm alanlarda başlatılan reform girişimleri dahilinde bilhassa sanat disiplinleri de geri bırakılmamıştır. Sanat disiplinlerinin her bir alanı toplumsal ve hükümet bağlamında teşvikler ile desteklenmiştir. Ayrıca kurulan Devlet Film Fonu ile sinema sanatının gelişiminin önü açılmıştır. Her bir sanat disiplininin kendini gerçekleştirmesi ve bir sektör haline gelmesi amaç edinilerek, kazanımları ise tüm halkın hizmetine sunulmuştur. Sanat disiplinleri içerisinde toplumsal belleğin inşasını ve yeniden inşasını mümkün kılan ve anahtar rolü üstlenen sinema sanatı da ayrıca alt yapısı başta olmak üzere, her bir dalı önemsenerek gelişimi adına azımsanamayacak nitelikte katkılar sunulmuştur. Devlet denetiminin en aza indirgenmesinden propaganda aracı kullanımına, toplumsal belleğin inşasının sağlanmasından çok etnili Balkan halklarının siyasi ve sosyal anlamda manipüle edilmesine değin birçok amaç gözetilerek, bilhassa dönemin şartları göz önüne alındığında en doğru ve en etkin şekilde kullanılmıştır. Dünya üzerinde eşi benzeri görülmemiş bir öngörü ile önemli bir atılım ve gelişim hamlesi olarak değerlendirmenin mümkün olduğu film platolarının kuruluşları Tito'nun bir yönetim dâhisi olmasının yanı sıra çok yönlü vizyonunu da gözler önüne sermektedir. Dünya ülkelerinin sinema alanında merkezi olarak addedilen Hollywood Sineması ile kıyas noktasına yükselen Yugoslav Sineması, Tito'nun önemli teşvik ve destekleri sebebi ile akademik literatüre ve sinema tarihine Tito'nun Sineması ismi ile yer edinmeyi başarmıştır. Tito'nun sineması olarak addedilen Yugoslav Sineması, 1946 yılında Sırbistan Belgrad'da Avala film, yine 1946 yılında Hırvatistan Zagreb'de Jadran film, ve dahi 1946 yılında Slovenya Ljubljana'da Triglav film, akabinde 1947 yılında Bosna-Hersek Saraybosna'da Sutjeska film ve yine 1947 yılında Makedonya Üsküp (Skopje)'de Vardar film ardından da 1948 yılında kurulan Karadağ Budva'da Zeta (Lovcen) film stüdyoları ile dünya uluslarının önde gelen sinema yapıtlarını üretmişlerdir. Yugoslav sinemasının merkez noktalarını oluşturan platolar kuruldukları yıllar itibariyle, kısa süreler içerisinde gelişimlerini tamamlayarak, kendi giderlerini karşılayabilecek ve farklı yapıtları da finanse edebilecek güce erişme başarısını göstermişlerdir. Aynı zamanda söz konusu film platoları, Yugoslav sinema sektörünün özgür bir ortamda varlık göstermesini de mümkün kılmıştır. Zamanla güç kazanan ve rüştünü ispat eden film platoları kitleleri peşlerinde sürükleyebilecek bir güce erişerek, Yugoslav özyönetim sisteminin de desteği ile birlikte, devlet denetiminin de önüne geçerek, kendi kendilerini yönetebilme başarısına ulaşarak, nerede ise denetimin ortadan kaldırılmasına uzanan bir seyir izlemişlerdir. Film üretiminden pazarlanmasına, dağıtımından gösterimlerine değin her bir alanında kendilerini geliştiren Yugoslav film platoları, Yugoslav sinemasının bir sanayi ve bir sektör haline gelmesini de mümkün kılmıştır. Sanatın hemen her alanını refah şartlarına ve ortamına eriştiren Tito yönetimi, sinema filmlerini Balkan halklarının kültürünün bir parçası olarak addederek, halkın sinema yapıtlarını birer kültür ögesi olarak algılamalarını da empoze etmişlerdir. Böylece de söz konusu algı ile empoze edilen sinema yapıtları, zamanla halk

tarafından daha yüksek düzeyde benimsenerek sahiplenilmiştir. Kültürel önem vurgusu ile halk tarafından benimsenen ve sahiplenilen Yugoslav sineması zamanla iktisadi manada da ülkenin önemli sektör lokomotiflerinden biri haline de dönüşmüştür. Kısa bir süre içerisinde Amerika Birleşik Devletleri adına filmler üreten, Güney Amerika coğrafyasına film pazarlayan ve yüksek miktarlarda satış rakamları elde eden, aynı zamanda ortak yapım ve birlikte üretilen projelerinin tercih edilen dünya sinemaları arasında ön plana çıkan Yugoslav sineması, çağdaşlaşma atılımlarının da yapı taşı oluşturmaktadır. İktisadi dönüşümün etkileri ile birlikte Tito'nun sineması ulusal ve uluslararası ticaret kategorilerine de dahil edilerek, önemli bir güç kaynağı durumuna erişmişlerdir. Filmlerin dağıtımı, gösterimi ve duyuruları dahi devlet kurumlarının faaliyetleri ile desteklenen Yugoslav Sineması, Tito yönetiminin hayata geçirdiği reformlar arasında ilk sırayı almıştır. Üretilen film sayılarının artması, filmlerin gösteri sıklığının, sürelerinin ve ağınlığının çoğalması, sinema sanatına gönül veren sinema emekçilerini de yürekendirerek, yeni ve özgün yapıtların üretilmesinin de önünü açmıştır. 1950'li yıllarda Yugoslavya topraklarında tohumları atılan ekonomik kalkınma hedefi, sinema sanatının da temellerinin atılmasını sağlarken, kısa süre içerisinde ününün ülke dışına çıkmasına da katkı sağlamıştır. Sinema alanında çalışan teknisyenlerden aktörlere, uzmanlardan senaristlere değin uzanan geniş yelpazede vizyonel bağlamda gelişim sağlanmasını da beraberinde getirmiştir. Yugoslav sinemasına gösterilen yoğun ilgi sinema emekçilerinin niteliksel ve niceliksel bağlamda çeşitlenmesine, artış göstermesine ve farklılaşmasına da yol açmıştır. Sinema sanatı ile düşüncelerini geniş kitlelere yayma ve kendi fikirleri ile çok etnili Balkan toplumlarına hitap etme gücünü elinde bulunduran sinema sanatı, doğaldır ki Yugoslav hükümetinin ve yönetim erklerinin de dikkatini çeken ve takiplerinde yer edinen önemli bir kitle iletişim aracı olma özelliğini kazanmıştır. Siyasi güdülenme, algı yönetimi, propaganda, manipüle etme, toplumsal belleğin inşası ve yönlendirme konularında başat rol üstlenen sinema olgusu, toplumsal değişimlerin önemli bir anahtarı olma misyonunu üstlenmiştir. Bu minvalde değerlendirildiğinde Yugoslav sineması savaş propagandası aracı olmasının yanı sıra, Tito Yugoslavyası'nın faaliyetlerinin halka empoze edildiği propaganda argümanı olarak başlamış olsa da Yugoslav sineması bilhassa çok etnili, çok dilli, çok dilli ve çok kültürlü Güney Slav toplumlarını kardeşlik ve birlik mottosu etrafına kenetlemek adına da yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Yugoslavya'nın geleceği, bekası ve gelişimi hedefleri ile faaliyetlerini sürdürmek, etnik çeşitliliğin barış ve kardeşlik ilkesi gözetilerek, birlikte yaşam pratiklerinin tesis edilmesini sağlamak ve sürdürülebilirliğini mümkün kılmak üzere geliştirilen propagandaların izdüşümü yansıtılan Tito'nun sineması, belgesel niteliğini haiz sinema yapıtları ile de ön plana çıkmaktadır. Dönemin şartları itibarıyla değerlendirildiğinde en ihtişamlı, en donanımlı ve altyapı bağlamında zengin olarak inşa edilen Belgrad Avala ve Zagrep Jadran film platoları, Yugoslav sinemasının öncü ve itici gücü olarak literatürde yer edinmişlerdir. Dusan Makavejev, Sasa Petrovic, Zivojin Pavlovic, Lazar Stojanovic, Zelimir Zilnik ve Aleksandar Petrovic Avala Film Belgrad ekolü ile Ante Babaja, Krsto Papic ve Vatroslav Mimica ve isimlerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok isim Avala ve Jadran film platolarının önemli ve özgün yapıtlarının yönetmenleri arasında yer almaktadır. Yugoslav sinemasının illüzyon merkezi olma hedefi ile kurulan ve bir film kasabası olması planlanan Avala film platosu, dönemin şartları itibarıyla bir bina ile sınırlı kalmakla birlikte yine de Avrupa coğrafyasının uhdesinde barındırdığı en büyük film platosu olma özelliğini taşımaktadır. Yugoslav sinemasının kumanda merkezi ve teknik bağlamda kumanda merkezi

olarak addedilmektedir. Tito sinemasının ana arteri olan Avala film platosu aynı zamanda toplumsal bellek inşasının temelini atıldığı film platosu niteliğini haizdir. II. Dünya Savaşı sonrasında, savaş konulu filmlerin ve Partizan filmi olarak addedilen yapıtlar ile ilk çalışmalarını üreten Yugoslav sineması, 1960'lı yıllar itibariyle, Avrupa coğrafyasının en güçlü sinematograflarının yetiştiği bir güce sahip olmuştur. Ancak, 1970'li yıllarda ise çok etnili Yugoslav sineması da varlık gösterdiği coğrafyada yaygın olduğu üzere farklı etnik kökenlerin birbirleri ile rekabet edimlerinden etkilenerek, film platoları arasında meydana gelen çekişmelerin ve yoğun rekabetin getirdiği sarsıntıları da yaşamıştır. Kardeşlik ve Birlik mottosu etrafında birleşen Güney Slav toplumları, her bir Cumhuriyet'in devlet bütçesinden daha fazla pay alma ve kendi değerlerini ön plana çıkararak öncelikli etnisite olma çabasına girişmeleri ile birlikte, ilgili ön plana çıkma isteği Yugoslav sinemasında da kendini göstermiştir. Toplumsal olaylardan, siyasal gelişmelerden, sosyal değişimlerden, teknolojik yeniliklerden ve örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok yapıdan etkilenen sinema sanatı, Yugoslavya devlet yönetimi tarafından toplumsal bellek inşası bağlamında en etkin bir biçimde kullanılmış ve toplumların geleceğine yön verme kudretine erişmiştir. Etnik çeşitliliğin en yoğun düzeyde varlık gösterdiği Balkan coğrafyası, kültürel zenginliğin farklılık olarak algılanması yani Tito'nun ölümü ile birlikte Kardeşlik ve Birlik mottosunun tarihe karışması sonucunda, Yugoslav sineması da gücünü yitirerek, ayrılıkçı tutumların kurbanı olmuş ve yeni bir toplumsal bellek inşası senaryosuna evrilmiştir.

KAYNAKÇA

- Assmann J., (2015). Kültürel Bellek. (Çev. Ayşe Tekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cinema Komunisto, Erişim Tarihi: 16.10.2022., <http://www.cinemakomunisto.com/press-materials.html>.
- Goulding, D. J., (2004), Jugoslovensko Filmsko Iskustvo 1945-2001 (Liberated Cinema: The Yugoslav Experience 1945-2001), Biblioteka Tridva Jedan Yayıncılık, 1. Basım, Zagreb.
- Dijk, V. T., (2015). "Söylem ve İdeoloji Çokalanlı Bir Yaklaşım". N. Ateş (Çev.). B. Çoban ve Z. Özarslan (Haz.). "Söylem ve İdeoloji" içinde. İstanbul: Su Yayınevi, 15-101.
- Flavell, J.H., (1992). Cognitive Development: Past, Present and Future, Developmental Psychology, 28, 998-1005.
- Halbwachs, M., (2016). Hafızanın Toplumsal Çerçevesi. B. Uçar (çev.). Ankara: Heretik Yayınları.
- Maigret, E., (2013). Medya ve İletişim Sosyolojisi. Çev: Halime Yücel. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ryan, M. Douglas K., (1997). Politik Kamera, Çev. Elif Özsayar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

POSTMODERNİZM VE SİNEMA

Ufuk UĞUR¹

Adem YÜCEL²

1- POSTMODERN SANAT

Postmodernizm modern dönemin bütün kurum ve kurallarını reddeden modern döneme tepki olarak oluşan sanatsal/kültürel/politik bir söylem olarak karşımıza çıkarken kelime anlamıyla da bir sürecin sonunu ifade etmektedir. 1960'lı yıllarda modernizmin toplumsal, kültürel, sanatsal ihtiyaçları karşılayamadığı gerekçesiyle yapılan eleştiriler ve oluşan kopuş belirtileri postmodernizmin karmaşık ve düzensiz yapısıyla ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sözü edilen karmaşıklık halini Best ve Kellner kelimenin kendi karmaşık yapısına ve oluşan farklı yorumlara bağlar. "Onların 'post' ön ekinin anlamsal ve dönüşümsel tarifleri üzerinde yaptıkları geniş tahlile göre postmodern söylemler ve pratikler çoğunlukla birçok postmodernistin baskıcı ya da artık tükenmiş olduğunu düşündüğü modern ideolojilerden, üsluplardan ve pratiklerden net bir şekilde kopup ayrılan anti-modern müdahaleler olarak karakterize edilmektedir" (Emre, 2006:20). Postmodernizmle ilgili "A Story of History" çalışmasında Arnold Toynbee postmodernizmi yalnızca sanatsal değil, çağın içine girmiş olduğu zamansal bir kategori olarak tanımlar. Toynbee'ye ulus devletin ortadan kalkması ve ülkelerin dünya çapında emperyalist bir savaşıma girmesi postmodern çağın en büyük özelliğidir" (Özen, 2002:39). Bu bağlamda postmodernizm öncesindeki düşünce biçimlerine kısaca bakıldığında; "1- Tanrıyı merkez alan ve gerçeği tanrısal kaynaklar yoluyla tanımlayan düşünce 2- İnsan merkezli olup gerçeği insan bağlamında ve onu norm kabul ederek tanımlayan düşünce 3- Merkezlessiz düşünce yani ne tanrının ne de insanın gerçeği tanımlamada bir odak noktası olmadığı düşünce biçimi" (Doltaş, 1999:23) şeklinde bir yaklaşımdan söz etmek mümkündür. Modern dönem özellikle orta çağdaki kilise ve din baskısından kurtuluş olarak benimsenerek ilerici, aydınlıkçı ancak kuralcı ve disiplinleştirici yaklaşımdır.

Aydınlanma tasarısı, olumsuzlukları nedeniyle en fazla Fransız yeni felsefecileri, onların İngiliz ve Amerikalı meslektaşları tarafından eleştirilmiştir. Post-yapısalcıların aydınlanma tasarısına yönelttiği eleştiriler daha derinlemesine ve daha kuramsal düzeydedir. Bütün bu düşünürlerin çalışmaları postmodernist kültürün çerçevesini çizmiştir. Postmodernizm kavramı bulanık ve belirsizdir aslında; 1950 ve 1960'lı yıllarda ortaya çıkan toplumsal ve ekonomik koşullarla bağlantılıdır. Postmodern kuramlar ile Post- yapısalcı kuramlar arasında büyük benzerlikler vardır ve bu bakımdan, Foucault, Derrida ve Lyotard gibi post-yapısalcı düşünürler, aynı zamanda postmodernistler

¹ Doçent Dr., Ufuk UĞUR, Ordu Üniversitesi, ufukugur@odu.edu.tr, orcid: 0000-0002-9751-2613, Gsm: 055531644 99

² Doçent Dr., Adem YÜCEL, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, admycl@gmail.com, orcid: 0000-0002-5038-882X, Gsm: 05439340022

biçiminde de değerlendirilmelidir. Postmodernistlerin en önemli özelliklerinden birisi, Kant, Hegel Marx gibi uzun anlatılar ya da büyük öğretilerin düşünürlerine, evrensel felsefe kuramlarına kuşkuyla bakmalarıdır. Clement Greenberg, 19.yy.'da resim sanatı, diğer sanatların ve özellikle de edebiyatın egemenliği altına girmişken, 20.yy. resmi sadece resme özgü alanı keşfetmektedir.. Postmodernizmin başlıca özelliklerinden birisi, biçimsel normlar ve yöntemlerin çeşitliliğidir. (Özen, 2008)

Postmodernizm kendinden önceki dönemin bütün kurum ve kurallarına başkaldırarak sanat ve sanata özgür alanlar yaratır. Bu bağlamda postmodernizm aydınlanma hareketi ve bu hareketin şekillendirdiği modernlik projesine karşı çıkış ve başkaldırı hareketidir. "Modernlik tarihe, insanlığı bilgisizlik ve akıl dışılıktan kurtarmayı vaat eden ilerici bir güç olarak girdi ama bu vadin yerine getirilip getirilmediği pekala tartışılabilir. Modernliğin sicili Nazizmin yükselişi, soykırım, dünya çapında bunalım, Hiroşima, Vietnam, Körfez Savaşı gibi olumsuzluklar nedeniyle sorgulanabilir durumdadır. "İlerleme fikrine duyulan her türlü inanç ve geleceğe beslenen ümit modern dönemde son bulur. Postmodernistler modernliğin yarattığı her şeyi eleştirirler. Batı uygarlığının deneyimi, sanayileşme, şehirleşme, ileri teknoloji, ulus devlet. Modern önceliklere meydan okurlar, liberalizm, hoşgörü, demokrasi, hümanizm ve eşitlik gibi kavramlar ile modernliğin ahlaki iddialarına güvenmemek için yeterince neden olduğu sonucuna ulaşırlar" (Rosenau, 2004:23). "Modernlik doğrusal gelişmeye, endüstriyalizme, kapitalizme, demokrasiye, laikliğe, teknolojiye ve pozitif bilimlere vurgu yaparken postmodernizm belirsizliğe, parçalılığa, eklektizme, politikanın çöküşüne, toplumsalın sonuna, çok kültürlülüğe, yerelliğe ve anlatsal bilgiye önem verir" (Sezgin, 1996:32). Modernizme tepki olarak doğan postmodernizm öncelikle yazın alanında, başka bir görüşe göre de mimaride kendini bulur. Kavram ilk başlarda kimi yazarlarca modernizmin ilkelerinin devamı ya da modernizmin kendi içinde evrimleşme süreci olarak da değerlendirilir. Bu görüşe göre "postmodernizm olsa olsa ultramodern bir çağı ifade eder bu da modernin daha modern bir görünümünden başka bir şey değildir. Postmodern tanımlaması modernitemizi onaylamanın ve çok modern olduğumuzu beyan etmenin bir yoludur" (Paz, 1994:102). Kimi düşünürlere göreyse postmodernizm modern yaklaşımın sınırlayıcı yapısını reddediş olarak değerlendirilir ve bu bağlamda içinde modernizm karşıtlığını barındırır. Modernizmin henüz tamamlanmamış bir proje olduğunu savunan Habermans "modern olanın oluşumunu henüz tamamlamadığından oluşan olumsuzlukların da yine modernin kendi içindeki dinamiklerle giderilebileceğini belirtir. O'na göre postmodernizm liberal ekonomi ve kapitalizmin aşırı biçiminin vardığı son noktalardan biridir" (Habermans, 1994:131-152) Sarup'a göreyse modernizme karşıt olarak "postmodernizmde, çoğulculuk, çok kültürlülük, yüksek ve alçak sanat ile popüler ve elit kültür arasındaki tek düzen ayırımının çökertilmesi; sanat ve gündelik yaşam arasındaki sınırı kaldırması, parodi, pastiş, ironi ve oyunun öne çıkarılması; biçimsel eklektisizm ve kodların karışımının savunulması ve sürekli olarak düşünümüllüğe, özgöndergeliliğe, aktararak söylemeye, alıntıya, rastlantısallığa, anarşiye, parçalılığa, pastişe ve benzetmeye gönderme yapılması söz konusudur" (Sarup, 1997:189).

Tarihsel açıdan bir dönemin bitişi ve diğerinin başlaması ancak önceki dönemin beklentileri yeterince karşılayamaması ön koşulunu gerektirir. "Marksist düşünür Jameson Batı toplumlarında yaşanan inanç ve mutluluk krizini ve değişimi ele alırken, modernist yaklaşımın sorgulanmasının nedenini, Marksist modellerin başarısızlığında ve burjuva toplumlarının iletişim teknolojisi ile birlikte girdikleri yeni evrede aramaktadır. 1960'larda dil, politik tarih, felsefe ve okuma edimi konularında Derrida, Foucault ve Barthes başta olmak üzere bir çok düşünür konularına postmodern yaklaşımla eğilirler" (Doltaş, 1999:23). Lyotard 'Postmodern Durum' isimli çalışmasında, modernizmin ne olduğu ve başarısızlığının nedenlerini sorgularken aynı zamanda postmodern kavramı üzerinde toplumsal bir uzlaşım olmadığını altını da çizer. Lyotard'a göre "postmodernizm hem maddi koşullardaki değişimleri hem de düşünsel alandaki kopuşları içeren bir sürecin toplam ifadesidir. Buna yol açan her şeyden önce derin bir inançsızlık hali ya da başka bir deyişle kökensel bir kuşkudur. Burada söz konusu olan modernite'nin ya da modernliğin meşruiyetine dair kuşkudur ve tüm bir modern projenin kendisine ve temel nosyonlarına yöneliktir. Lyotard, bu kuşkunun izlerini sürer ve anlamlandırır. Buna göre artık büyük anlatılar olarak adlandırılan modernizme içkin bir düzine temel kavramın (İlerleme, Aydınlanma, Rasyonellik, Özgürlük, Evrensellik vb.) inandırıcı olmadığı tespit edilir. Bu kuşku halinin kendisiyle birlikte başlayan yeni yaşam tarzının dönemsel adı postmodern durumdur. Ayrıca Lyotard postmodernizmi, modern olanın parçası olarak da görür. Bir yapıt eğer postmodernse modern olabilir. Bu şekilde postmodernizm, amacında modernizm değildir, oluşumunda modernizmdir ve bu oluşum süreklidir" (Lyotard, 1997:569). Lyotard'a göre "postmodern durum, tinin diyalektiği, işçinin özgürleşmesi, yabancılaşmadan kurtulma, refah toplumunun kurulması, sınıfsız toplum gibi modernizmin güvenilirliğini yitirmiş büyük anlatıları(grand récits)içinde bir anlatıdır. Lyotard, bu büyük anlatılarla ilgili hemen her şeyi modernist olarak yorumlar. Marksçılık bir üst-anlatıdır ona göre ve zorunluk alanından özgürlük alanına geçmek için savaş veren kolektif bir savaşımdır. Lyotard, baskı kullanarak türdeş bir toplum yaratmak istemesi nedeniyle Marksçı kurama karşıdır. Bireyci ve parçalanmış bir kapitalist toplumdur yanadır. Sanatın, ahlakın ve bilimin birbirinden ayrılarak özerkleştiği görüşündedir. Ona göre, "büyük/uzun öyküler" kötü, "küçük/kısa öyküler" iyidir. Lyotard, doğru/yanlış ayrımı yerine küçük-büyük anlatı ölçütünü koyar. Anlatılar, tarih felsefeleri olduğundan kötüdürler. Büyük anlatılar, siyasal parti ve programla özdeşleşirken, küçük anlatılar yerel, bölgesel yaratıcılık ile bütünleşmişlerdir" (Özen, 2008).

Postmodernizmin belirsiz yapısı kendisini diğer dönemlerden farklı kılan en önemli özelliktir. Şüpheli, olasılık ya da görecelilik içeren kavram toplumsal ve sanatsal alanda rastlantısal olanla rasyonelliği reddeden ve birden çok anlamı içeren, çoğulcu anlayıştıdır. Bu bağlamda her yazar post modern kendisi açısından belli bir yönüne ağırlık vererek tanımlama yoluna gitmektedir. "Postmodernizm bazılarında göre modernizmden bir kopuş bazılarında göreseye modernizmin rafine edilmiş, ileri bir halidir. Kimine göre kolaj tekniği iken kimisi de onu tarihin sonunu ilan eden akım olarak görmektedir" (Fukuyama, 1993:13). Kavramın karmaşık yapısı üzerinde duran başka teorisyenlere göre "postmodern sürecin yandaşları geleneksel kültür, teori ve politikayı saldırgan bir şekilde eleştirirken, modern geleneğin savunucuları ya bu yeni rakibi görmezden gelip karşı saldırıya geçerek ya da yeni söylemler ve konularla

uzlaşma ve bunları temellük etme (sahip olma) girişiminde bulunarak yanıt verdiler" (Akt. Emre, 2006:21). Rosenau'ya göreyse "postmodernizm nedenselliği, belirlenimciliği, eşitlikçiliği, hümanizmi, liberal demokrasiyi, zorunluluğu, nesnellliği, akılcılığı, sorumluluğu ve hakikati sorgular. Toplumbilimin geleceği için temel önem taşıyan sorunlarla ilgilenir (Rosenau, 2004:9). Önceki döneme başkaldıran, onu tamamen reddeden yapısı ile "postmodernizm devrimcidir, toplumbilimini oluşturan şeyin özüne sirayet edip onu kökten tasfiye eder. Kendisini modern paradigmanın dışında kurmayı, modernliği kendi ölçüleriyle yargılamaktansa üzerinde düşünüp yapı bozumuna uğratmayı önerir" (Rosenau, 2004:21).

"Dağınık ve çok uçlu düşünce biçimiyle ortaya çıkan postmodernizm ileri kapitalist kültürdeki bir hareketi, özellikle sanatsal alanda düşünömselliği, ironiyi, oyuncululuğu, keyfiliği, anarşiye, parçalanmayı, pastişini vurgulayan hareketin adıdır" (Ryan, Çev. Küçük, 1994:298). Postmodernizm kendine okuma/çözümleme yöntemi olarak metinlerarasılığı benimser. Metinlerarasılık öncelikle yazınsal alanda ortaya çıkan ve farklı metinlerarasındaki alışveriş işlemlerini ifade eden yaklaşımdır. "Bu şekilde algılanan postmodernizm, sosyolojik yazıların ironileri, tutarsızlıkları ve metinlerarasılıklarıyla oynayıp duran yapıdadır" (Rosenau, 2004:31). İnsan Rönesans'tan beri yıllardır dünyayı ve yaşamı akıl yoluyla tanımaya, öğrenmeye çalışır. Doltaş'a göre "akıl bölücü, ayırıcı, sınırlandırıcı, dolayısıyla da çarpıtıcı yöntemleri nedeniyle gerçeklikte karşılıkları olmayan sözcükler ve kavramlar üretilmeye başlanarak batılı sanatçı ve düşünür ile bilim insanları dünyayı böyle algıladılar. Her dilin kendi düşünce ve algılama biçimi ve değerler dizgesini kendi ile birlikte getirdiği postmodern düşünürler için açık bir gerçektir. Michel Foucault'un söylem üzerine yaptığı yayınlarla, Roland Barthes'ın Mythologies adlı yapıtı bu konuyu ayrıntılı biçimde ele alır. Barthes, çağdaşları Lacan, Derrida ve özellikle Foucault gibi, her kavramın bir değerler, inançlar dizgesinin parçası olduğu ve kendisi ile birlikte bir mitos aktardığı görüşünü savunur" (Akt. Doltaş, 1999:38). Genel olarak bakıldığında postmodern yaklaşım, bilimselliği aydınlanmacı felsefeyle eşdeğer tutulan modern dönem karşıtı olarak değerlendirilir. Lyotard tarafından yapılan eleştiride; "Bilim tek bilgi türü değildir ve bilgi bilime indirgenemez. Ancak bilim kendisi dışındaki bilgi türlerini reddederek, kendisini yaşamın açıklanmasında tek otorite ilan etmektedir. Bu çerçevede, bilimsel bilginin ötekisi, anlatsal bilgidir. Anlatsal bilgi, kendi meşrulaştırma sorununa öncelik vermez ve kendisini kanıtı başvurmaksızın aktarımının pragmatikliğinde onaylar. Hem modern bilgiyi hem de modernizmin bütün kurumlarını reddeden Lyotard'a göre modern bilgi yapısı tekelcidir ve kendisi dışında kalan bilgi biçimlerine karşı hoşgörüsüzdür. Lyotard , postmodern bilginin otoritelerin basit bir aracı olmadığını savunur" (Lyotard, 2000:13-14). Bu eleştiriler bizi Avrupa'da Rönesansın ve Aydınlanmanın benimsemiş olduğu genel insanlık düşüncesinin tek yönlü, insanları bir kalıp altında birleştiren, dolayısıyla da bireysel ayrıntıyı bastıran görüş ve aklın egemenliğinin de özgürlüğe götüren bir yol değil, bir baskı aracı olarak görüldüğü" (Gökberk, 1997:14) fikrine götürmektedir.

Oysa postmodernistler "modernliğin artık özgürleştirici bir güç değil bir boyun eğdirme, baskı ve ezme kaynağı olduğunu ileri sürerler" (Rosenau, 2004,23). Postmodernizmin sözcüleri olan Foucault ve Lyotard, modernizmi tamamlanmamış bir proje olarak gören ve savunmaya devam eden Frankfurt Okulu temsilcileriyle karşıt görüşlere sahiptirler. Frankfurt Okulu

temsilcilerinden Habermas, modernizmin hala geçerli olduğunu savunarak postmodernizmi eleştirir ve moderniteyi Aydınlanma Projesi olarak görür. "Marksist ekonomi politikten ayrılan Frankfurt Okulu temsilcileri, siyasal, ekonomik ve sanatsal alandaki yeni durumu açıklamak için Kültür Endüstrisi kavramını kullanmayı tercih ederler. Okul temsilcilerine göre Kültür Endüstrisi kavramı, sanatsal biçimin gündelik hayatın sorunlarından bir kaçış, oyalanma ve zihinsel uzaklaşma sağlar. Süregelen siyasal, toplumsal ve kültürel yapının devamını sağlayan ideolojik bir harç olarak değerlendirilir" (Arslan, 2006:19). Ancak hızla gelişen teknoloji sayesinde üretim biçimleri de değişmekte ve bilgiler toplumun her kesimince kolayca ulaşılır durumdadır. Bu bağlamda sınıflar arası ayrımlardaki kalın çizgiler ortadan kalkmış ve bilginin egemenliği, geleneksel sınıf kavramı yeniden biçimlenmiştir. Lyotard bilgiyi üç koşula bağlar: ilki kendisini meşrulaştırmak için üst anlatılara başvurmasıdır. Modernizmin üst anlatılara eğilimli olduğunu ve evrensel üst reçeteler sunmayı tercih ettiğini iddia eder. Postmodern bilgi, bunun tersine, üst anlatılara karşı çıkar ve büyük meşrulaştırma semalarından kaçınır. Lyotard, modern söylemlerin kendi konumlarını meşrulaştırmak için ilerleme ve özgürleşim anlatısına, tarihin diyalektiği ya da anlam ve hakikatin kaydedilmesi gibi üst söylemlere başvurduklarını iddia eder. Bu perspektiften bakıldığında postmodernizm, üst anlatıların, metafizik felsefenin, tarih felsefelerinin ve totalleştirici düşüncenin herhangi bir biçiminin reddi olarak tanımlanır" (Arslan, 2006:19).

Modernizmin temel unsurlarından olan üst anlatılar postmodern dönemde reddedilmektedir. İktidarların bilgi üzerindeki hegemonyası bu dönemde son bulur. Foucault, analizlerinde iktidarın toplumsal ve kişisel hayatın tüm boyutlarıyla nasıl iç içe geçtiğini, okullara, hastanelere, hapishanelere ve toplum bilimlerine yayıldığını kanıtlar. Bu alanları iktidar örgütlenmesinin birer parçası olduğunu düşünür. Foucault, bir merkez, öz ya da ulaşılacak son hedef tarafından yönetilen birleşik bütünlükler olarak tarihin ve toplumun totalliliğini bozmaya ve öznenin kurucu bir bilinç olmaktan ziyade kurulduğunu göstererek özneyi merkezsizleştirmeye girişir. Tarihi, evrimsel olmayan ve bağlantısız bilgilerin bölük pörçük olan bir tarih olarak analiz ederken, toplumu söylemlerin eşitsiz gelişen düzeylerinin dağınık bir düzenliliği olarak ve modern özneyi ise uyruklarını emek sürecine hazırlama ve uyumlu kılma amacıyla her yerde disiplin altına alan ve eğiten gözetleyici toplumun işleyişlerinin bütünsel parçası olan hümanist bir kurmaca olarak sunar" (Best-Kellner, 1998:144). Postmodern düşüncenin dağınıklık, parçalanmışlık ve çok uçluluğuna vurgu yaparak modernist düşünce karşısında varlık alanını ironiyle sabitlediği görüşü sıklıkla dile getirilir. Modernizmin bütün değerlerini ve kurallarını alaya alan bu düşünce biçimi, neredeyse bütün sentezlere karşıtlık içermektedir. Sanatçıların değişik biçim ve üslup arayışları, bir değişim ihtiyacı doğurarak modernizmin yozlaşmasından ötürü ona duyulan bu başkaldırı, sürekli eskiyi örnek alma ve buna yeni yorumlar katma yönünde ilerler. Bunun plastik sanatlara getirisi de kavrama yöneliktir" (Ocvirk, 1998:312). "Postmodern söylemin, bugünkü kapsam ve içeriği ilk kez modernist sanat anlayışına karşı kökenci bir eleştiri olarak gündeme gelir. Postmodern sözcüğünün anlam alanı geniş karmaşık ve belirsizdir. Bu çerçevede postmodernizm, sanat, mimari, müzik, drama ve edebiyat alanlarında kendini gösteren bir eğilimdir" (Saylan, 1993:61). Postmodern sanat farklı disiplinleri bir arada kullanan yapıyla belirir. Modernizm, sanatlar arasında bir disiplinleşme getirir ve onları birbirinden ayırırken postmodern sanat anlayışı farklı sanatsal ve kültürel

ürünleri bir arada sunar. "Postmodernizmin, ilerleme, geliştirme, üst anlatılar gibi kaygıları yoktur. İnsanların aşına oldukları şeyleri yabancılaştırılmış bir biçimde sunmayı ve insanları şaşırtmayı sever. Gücünü bir bakıma şaşırtma efektleriyle yarattığı etkiden alır. Daha önce üretilmiş sanat eserleriyle eklektizm bağı kurmayı sever. Bu yöntemle eski ve yeni olan ya kaynaştırılır ya da yan yana sergilenir. Bir bakıma eklektizm yöntemi, modernizmin tek bir stil ya da biçim mantığına karşı bir tepkidir" (Arslan, 2006:16).

Postmodernizm, yazar, yapıt, okur üçgeninde sanat nesnesi ile okur/izleyici arasındaki ilişkiyi yeniden biçimler ve okur merkezli bir anlayışı kabul eder. Metin ve okur ön plana çıkarken herşeyin bir metin olarak kabul edildiği postmodernizmde metin yazardan bağımsız ve öznel yapıdadır. "Bu anlayışta bir metin ya da yapıt üretenin değil, okurun metin olarak yapıttan ne anladığı önem kazanır. Bu bağlamda Barthes'ın belirttiği yazarın ölümü (okurun doğumu) kavramı, metne bir tür özerklik katar. Barthes'a göre "hiç bir yazar tümüyle yeni bir şey söyleyemez" (Barthes, 1986:56). "Önemli olan modernizmin alışılmış üsluplarının dışına çıkarak yeni anlamlar üretmek, bunu yaparken de eskiyi merkez alarak yeniden yorumlamaktır. Bu bağlamda elbette, yeni bir dil, ifade biçimi ya da farklı bir teknik söz konusu olmaktadır. Bu teknikler eskimiş ve kullanılmayan tekniklerin çeşitli yöntemlerle yeniden güncellenmesi de olabilir. Sanatçının elitist tarzı ve otoriter anlayışı yerine farklı disiplinler arası ilişkiler kabul görmektedir. Postmodern sanat işlevsel olandan çok estetik olanı vurgular. Örneğin edebiyatta rasyonaliteye meydan okuyan postmodern romancılar katı, çizgisel olay örgüsünden vaz geçerler. Öyküdeki her türlü düzenli öge ya da tasarım okur tarafından sağlanmalı hatta uydurulmalıdır" (Rosenau, Çev. Birkan, 2004:23). Postmodern sürecin başında özellikle dadaizm ve sürrealizm gibi akımların sanat anlayışı yatmaktadır. Sürrealist ve Dadaistlere göre üretilen eserlerde süreklilik anlamsızdır, burjuva sanat anlayışının kutsallığı, sanat için sanat anlayışı değersizdir, modern sanat anlayışını ve akılcılığı reddeden Dadaizm insanın kendini tanıması yolunda sanatın bir yol gösterici olduğuna inanır. "Modern söylem kesin, hatasız, pragmatik ve katı bir üslup tutturmayı amaçlarken postmodern hitabet daha edebi bir karakterdir" (Rosenau, Çev. Birkan, 2004:23). Postmodern sanat anlayışı gerçek sanatın müzelerde, halktan kopuk bir şekilde sergilenmesine ve bu katı sanat anlayışının yıkılarak yaşamla sanat arasındaki sınırların ortadan kalkmasını amaçlar. Modern dönemde sanat katı otoriter yapıdayken günümüz postmodern sanat anlayışı disiplinlerarasılığı, çoğulculuğu, çok sesliliği ve katmanlaşmayı benimser. Modern dönemde sanat daha çok burjuva sınıfına ait ve halktan kopuk bir alanken, onun orijinalliği ve özgünlük arzusu postmodernizm tarafından reddedilir, sanat yapıtının biricikliği ve aurası seri üretimle çoklaştırılarak sıradanlaştırılır. Postmodern anlayış sanat alanında özgünlük peşinde koşmayan, yaratıcı figürünü reddeden sanatçıyı ve eskiyi yeniyle harmanlayan, yazar, okur, yapıt üçgeninde okuru ön plana çıkararak, kopukluk ve süreksizliği önemseyen yapıt anlayışını benimser. Günümüz postmodern sanatında öne çıkan başka bazı teknik ve yöntemler arasında bricolage, metissage, alıntı, kopyalama/taklit etme, aşırma, bağlam değiştirme, derleme, genişletme, karnaval(laştırma), karşılaştırma, kolaj, örgü, öykünme, süreksizlik, söyleşimcilik, uyarlama, varyasyon, yaptakçılık, yeniden yazma, palempsest ve yineleme gibi kavramlardan söz etmek mümkündür.

Bricolage; toplanan malzemelerden yeni bir şey üretme, Metissage; bir alanın verileri başka alan (lara) uygulanarak karma yapıda çokseslilik oluşturma, Alıntı; bir metnin ya da sözcüğün başka bir metinde açıkça yinelenmesi, Aşırma; bir yazarın araç ya da italik yazı kullanmadan başkasına ait bir yapıtı kendine mal etmesi, Bağlam Değiştirme; bir gösteren dizgesinden başka bir gösteren dizgesine geçişi, Derleme; bir ya da birden fazla yazarın yapıtlarından alıntılanan unsurlardan yola çıkılarak yeni bir yapıt yazma, Genişletme; yazarın yapıtına kimi zaman yeni bölümler eklemesi, Karnaval(laştırma); bir anlatıda dünyanın düzenini alt üst etme, Karşılaştırma; metinleri daha iyi anlamak ve tatmak için onları bir araya getiren yöntem, Kolaj; ayrıık unsurları bir bütün içerisinde yan yana getirme, Örgü; bir eğretileme olarak metinde düzenli yapılanmayı belirtme, Öykünme; bir yazarın ya da yapıtın biçimini taklit etme, Palempsest; günümüzde yazınsal bir metnin altında başka metinlerin izlerine rastlanması, Süreksizlik; metnin çizgiselliğini koparmak, metni parçalamak, başkasının metniyle kendi metninin akışını kesintiye uğratmak, Söyleşimcilik; söylemin ayrıık sözleri buluşturması, Uyarlama; bir türe ait kaynak metni yeni bir türde yeniden yazma, Varyasyon; biçimsel ve anlamsal açıdan özünde var olan bir yineleme işlemi, Yaptakçılık; metin içindeki unsurların yeni bir bütünde bir araya getirilmesi ya da montajlanması, Yeniden Yazma; bir yazarın metinlerinden birisini değişik amaçlarla yeniden yazması, Yineleme; önceden söylenmiş yeni yazma işlemi ifade eder. (Aktulum, Metinlerarasılık/Göstergelerarasılık, 2011:415-487)

Neredeyse her şeyin metinlerarası olduğu günümüzde postmodern dönemde sanat eseri de metinlerarasılı özellikler içerir. Postmodern sanat anlayışında değişik formların iç içeliği ve karmaşık yapı çok anlamlılığın önünü açan unsurdur. eski olanın yeniyle birlikte harmanlanarak, öykünme, alıntı, yansılama gibi metinlerarası yöntemlerle sunumudur. Bu şekilde özgünlük önemszenmez ve sanat eserinde biriciklik kavramı ortadan kalkar, yapıt olabildiğince çoğaltılarak hemen herkesin ulaşabildiği yerdedir, belli bir sınıfın, azınlığın egemenliğine son verilir. Modern sanat ile postmodern sanat arasındaki farklar öncelikle karşıtlıklar olarak karşımıza çıkar. Bu karşıtlıklara göre;

Modern Sanat	Postmodern Sanat
Tek sesli yapıt	Çok sesli yapıt
Pasif okur	Aktif Okur
Tek tür	İççe türler
Tek bakış açısı	Çoklu bakış açıları
Sürekli	Süreksizlik
Yaratıcı yazar figürü	Okur ön planda
Kapalı metin	Açık metin anlayışını benimser.

Postmodern açık yapıt anlayışında sanat eseri çok sesli yapıdadır. Yazarın ölümü ilan edilirken okurun doğumu ve yapıtın bağımsızlığı benimsenir. Türler iç içe geçerek bakış açısında ve anlamda çokluk yaratılır. Postmodern dönemde çizgiselliğin bozulduğu, süreksizliğin önem kazandığı, parçalı, kopuk ve okur merkezli yaklaşım önem kazanır (Kubilay Aktulum, Ders Notları, 27.09.2010). Yazarın ölümü fikrinden hareketle, yazarın aradan çekilmesiyle yapıt bağımsızlaşıp özerk hale gelir. Postmodernistler, yazar okur ve metnin klasik rollerini çarpıcı biçimde değiştirirler. "Yazarın önemini azaltır okurun önemini arttırlar. Postmodern okur sahnenin merkezine yerleşir ve daha önce eşi görülmemiş bir özerklik kazanır. Okur artık eğlendirilmesi ya da birşeyler öğretilmesi gereken pasif bir özne değildir. Ona hiçbir sorumluluk almadan ya da sonuç yaratmadan metne istediği anlamı atfetme özgürlüğü verilmiştir" (Rosenau, 2004:49). "Postmodernizm yüksek kültür ile popüler kültür arasındaki sınırların yanı sıra sanat ile günlük yaşam arasındaki sınırları bulanıklaştıran, derinlikten yoksun, merkezlessiz, temelsiz, öz düşünümsel, oyuncu, türevsel, eklektik, çoğulcu bir sanatta az veya çok yansıtan kültürel bir üsluptur" (Eagleton, 1999:10). Modernizmin benimsediği yapısalcılık, gösterilen düzleminde kapalı yapıt anlayışını önemserken sanat eserini tek bir bütün olarak ele alır. Bu anlayış gösterilen düzeyinde tek anlam üzerine kurulurken postmodern sanat eseri açık yapıdadır ve farklı disiplinlerin etkileşimi sonucu anlam çokluğu ile donatılır. Anlamın sabit olmadığı bu yaklaşımda farklı sanat türleri arasında karışıklık, katmanlaşma söz konusudur, metinlerarası göndermelerle ayrışık yapı süreksiz/kopuk yapıyla eser oluşturur. Postmodern sanat, yeniden üretime dayalı teknoloji içerisinde başyapıtın başındaki "hale"(aura)'yi tuz buz eder. Benjamin'de Leonardo'nun "Mona Lisa" sının fotokopi makinesinde çoğaltılmasını aynı biçimde örnek vermiştir. Yaratan özne kurgusu, daha önce var olan imgelerin serbestçe sahiplenilmesine, alıntılanmasına, toplanmasına ve yinelenmesine izin verir. Ayrışık imgeler ile teknolojileri biraraya getiren bu türden yapıtlar özgünlüğe, sahiciliğe ilişkin pekçok soruyu da gün ışığına çıkartırlar. Rönesans ve sonrasındaki "yüksek sanat" adı verilen olgu, artık sona ermiş, postmodern tarafından yok edilmiştir. Yüksek sanat ifadesini kullanmak, seçkinci, dışlayıcı, erişilemez olmakla özdeşdir. Postmodern sanat için merkezi rol oynayan günlük yaşamın amacının dışında bir şeyden söz etmek gibidir yüksek sanat. Günlük yaşamın amacı, gündelik yaşamın içinde gelişmek ve serpilmektir. Postmodern sanat, yüksek sanattan geriye doğru gitmez ve dediğim gibi gündelik yaşamı amaç edinir. Postmodernitede sanat eğlence haline dönüşmüştür ve böylelikle sanatı sanat yapan estetiğin fazla bir önemi de kalmamıştır. Postmodern çağdaş kültür ve sanat, kitle zevkini tatmin etmeli, yani biçimi çok karmaşık olmamalı, anlamı şeffaf olmalıdır. Birey olmamıza yardım etmek yerine bizi kalabalıklar içinde bir araya getirmelidir" (Özen, 2008).

Postmodern anlayışa göre modern yapıda sunulan tek anlam dönemi geçmiştir ve artık yapıtların anlamı kendi dışındakilere göre belirlenmektedir. Bu yaklaşıma göre kapalı yapıtın anlamı kendi içinden, açık yapıtın anlamıysa ötekilere göre belirlenir. Postmodernistlere göre orijinal yapıt yoktur, sadece yinelenen yapıt vardır. Postmodern anlayış, eski eserlerin, yazarların, yapıtların tekrarlandığını söyler. Sanat eserindeki biriciklik, teknolojiyle çoğaltılıp sıradanlaştırılarak ticari nesne haline getirilir ve hemen her yerde herkesin ulaşabileceği ürünler olur. Postmodernistler, alıcının yapıtın alımlanmasına postmodern alandan katılmasını bekler. Pastiş ya da parodi gibi yöntemler sayesinde yer ya da bağlam değiştirmeye anlamsal derinlik

sağlanır, yazar öteki gibi, ötekinin yaptığı gibi, ötekini taklit ederek kendi üslubunu yakalar zaman zaman (Aktulum, Ders Notları, 22.11.2010). Postmodern sanat anlayışında okuma ve çözümleme yöntemi olarak metinlerarasılık ve onun özel bir biçimi olan göstergelerarasılık kavramları benimsenir.

2- POSTMODERN SİNEMA

Sinema kendi dilini oluştururken farklı sanat disiplinleriyle karma yapısı gereği alışveriş içerisinde. Özellikle çekilen konu sıkıntısı ve gişe kaygısı, hazır kaynak olarak görülen edebi eserlerin adaptasyonunu gerekli hale getirmiştir. Sinema, fotoğraf ve resim sanatından ödünç aldığı kompozisyon, çerçeveleme, ışık, aydınlatma gibi estetik unsurları en iyi uygulayan disiplindir. İlk ortaya çıktığı andan itibaren teknolojiyle sıkı bir ilişki içerisinde olan sinema sanatı, “*Bir Trenin Gara Gelişi*” gibi belge niteliğindeki görüntülerin çok daha ötesine geçerek, tamamen bilgisayar ortamında yaratılan filmlere zemin hazırlamıştır. Lumiere Kardeşlerin kullandığı teknoloji ile şu anki dünya sinema sektörünün kullandığı teknoloji arasında büyük uçurumlar olsa da işin özünde hep, sinema-teknoloji birlikteliği olmuştur (Öztürk ve Küçükalkan, 2019: 316; Öztürk ve Odabaş, 2017: 98). Gelişen teknoloji ile maliyet karşılama ve kar elde etme gibi kapitalist dürtüler nedeniyle sinema bir ideoloji taşıyıcı, kültür endüstrisi olmanın yanı sıra dev ekonomik yapılanmalara mecburdur. Günümüz postmodern sanat anlayışında ise kavramsal olarak farklı disiplinler arası ilişkilerin yoğun olduğu görülür. Bu bağlamda farklı metinlerin birbirlerinden etkilenmeleri ve birbirlerinden beslenmeleri kaçınılmaz görünmektedir. Metinlerarasılık olgusuna en açık alanlardan biri de teknolojinin yoğun kullanıldığı alanlardır, bu bağlamda özellikle internet vazgeçilmez bir unsurdur. İnternet kullanımı sayesinde metinler neredeyse elden ele dolaşır ve birbirlerine eklenerek farklı şekillerde biçimlenirler. Postmodern sanat anlayışında yapının üretim sürecinde neredeyse farklı sanat disiplinlerini ne kadar sentezlemişse o kadar başarılı sayılabilecek eserler üretilmektedir. Bu kaçınılmaz ilişkiler ağında çoğunlukla sinema adına yarar sağlamış nadiren sinemadan esinlenerek üretilen başka metinler de izleyici/okurun karşısına çıkmaktadır.

Postmodern olarak adlandırılan dönem içerisinde bu alışverişler çeşitli yöntemlerle kendini göstermektedir. Türlerin iç içeliği, süreksiz, kopuk, farklı sanat disiplinleri arasındaki etkileşimler, orijinalliğin önemsenmediği, alıntı ve göndermelerle önceki dönemlerin hatırlandığı, kısaca metinlerarasılık/göstergelerarasılık teknik ve uygulamaları postmodern sanat estetiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönem sanat anlayışında, sanatçı farklı ve özgün bir çalışma peşinde değildir, seçkin ve toplumdan kopuk, dar bir kesime hitap eden modernist sanat anlayışı değersizdir. Postmodern dönemde sanat eserin yapısı karmaşık olmayan, alışık ve anlaşılması kolay olmalıdır. İçerik tanıdık, bildik, öncelilere yapılan göndermelerle örülüdür ve algılanması kolaydır. Elitist ya da otoriter yapıda olmayan postmodern yaklaşım görece daha geniş kitlelere seslenir ve teknoloji sayesinde çoğaltılarak hemen her yerde bulunabilir. "Postmodernist yaklaşımda, geleneksel anlatılar da yerel olma özellikleri sebebiyle, bünyesinde bütünleştiricilik ve genelleyicilik barındırmadığı için rastlantısallık ön plana çıkar. Bu da metnin biricikliğini ve metindeki nedenselliği ortadan kaldırır" (Rosenau, 1998:129). Bu dönem sanat anlayışında yöntem olarak önceki dönemden alıntı ve göndermelere başvurulduğu için

yeni olanı üretmekte neredeyse mümkün değildir."Günümüz sanatçı ve yazarlarının da özgün üsluplar ya da yeni ifade biçimleri bulamayacaklarına dair bir kanı vardır. Her şey keşfedilmiş, en eşsiz olanlar çoktan düşünülmüştür. Artık mümkün olan var olanların değişik kombinasyonlarıdır" (Jameson, 1993:29). Postmodern sanat anlayışında özellikle metinlerarasılık yöntemleriyle üretilen sanat yapıtlarında "taklit ve kopyalama vardır ve yenilikçi üslubun tükendiği yerde ancak öncekilerin taklit edilmesi ve metinlerin yeniden üretilmesi söz konusudur. Her yazınsal yapıt -Bakhtin'in söylemiyle- "söyleşim" içerisindedir ve içerisinde başka söylemlere gönderme yapmayan, aktarım biçimi nasıl olursa olsun, başka sözcelere yer vermeyen anlatı yoktur" (Aktulum, 2001:34).

Günümüz postmodern sinema anlayışı da neredeyse metinlerarasılık/göstergelelerarasılık yöntemleriyle örülmüştür. Postmodern sinemada özellikle 80'li yıllardan sonra metinlerarasılık yöntem ve teknikleri sıklıkla kullanılmaktadır. Yazınsal alanda iki ya da daha fazla metin arasındaki ilişkileri belirtmek için kullanılan metinlerarasılık kavramını sanatın diğer formlarında yeni tanımlamalar ile kullanmak olasıdır. Bu bağlamda resimlerarasılık, fotoğraflararasılık, tiyatrolararasılık gibi tanımların yanı sıra sinema söz konusu olunca kavramı 'filmlerarasılık' olarak kullanmak mümkündür. Yazınsalın dışında sinemasal alanda da alıntı ve gönderge, gizli alıntı-aşırma, anıştırma, yansıma, alaycı dönüştürüm ve öykünme gibi yöntemlere sıklıkla rastlanılmaktadır. "Günümüz dünyasında gerçekçi sinemadan postmodern sinemaya doğru bir kayma söz konusudur. Postmodern sinema, anlatıdan gösteriye yönelmiş olmakla modernist sinemadan ayrılır. Postmodern sinemada görsellik öne çıkmaktadır (Blade Runner, Star wars gibi filmler). Bu filmlerin bir kısmı nostaljiye dayalı tepki filmleridir. Modernist sanatta dikkatler, yüzeydeki görüntü ile göstergeleme sürecine yönelirken, postmodern filmlerde dikkatler göstergeleme süreci üzerine değil, sorgulanana, gerçekliğin değişmez olduğu düşünülen doğası üstüne yoğunlaşmaktadır. Norman Denzin: "Postmodern filmlerin, çağımızı tanımlayan gerginlikleri ve çatışkılarını aksettirip yeniden ürettiği" görüşündedir. David Lynch'in 'Mavi Kadife' (Blue Velvet) adlı filmi örneğin, Jameson'ın postmodern metinlerde gözlemediği iki önemli özelliği sergiler. Geçmiş ve şimdi arasındaki sınırların ortadan kalkması, izleyiciye kesintisiz bir "şimdi" sunmak... Postmodern filmler, sunulamaz olanı, şiddeti, sado mazoşist olayları izleyicinin gözleri önüne getirirler, özel yaşam ile kamusal yaşam arasına çekilen alışılmış sınırları alaşağı ederler" (Özen, 2008).

Sinemanın hammaddesi, dış dünyayı tasvir etme sürecidir. Bu bağlamda sinema, dış dünyaya açılan bir penceredir. Çerçeve, oyun, kamera açısı, çevre, çekim ölçüğü, dekor, sahne donatımı, makyaj, renk, aydınlatma, senaryo sinemanın anlatım aracı olan görsel kodlardır (Öztürk ve Yücel, 2019). Sinema alanında, görsel olarak bir dil oluşturma çabasının yanı sıra, diğer sanat disiplinleriyle alışveriş işlemleri, geçicilik, çoğulluk ve yüzeysellik gibi unsurlara son dönemde sıklıkla rastlanılmaktadır. Postmodern sinemada gözlenen bir özellik "yalnızca stilistik unsurların çeşitliliği değil, aynı zamanda kültürel referans noktalarının çok oluşudur. Modern dekoratif filmler genellikle auteurün kendi fantezi dünyası tarafından dönüştürülmüş yalnızca bir kültürel arka planı kullanır, oysa postmodern filmlerin fantezi dünyası farklı kültürel arka planlardan değişik unsurları bir araya getirir" (Yılmaz, 2007:406). Sinemasal alanda postmodern olandan söz edebilmek için öncelikle filmlerin yapılarında oluşan bazı ölçütler

dikkate alınmalıdır. Günümüz sanat ya da sinema anlayışında öncelikle okuma/çözümleme yöntemi olarak kabul gören metinlerarasılık/göstergelerarasılık kavramları postmodern öğretinin unsurları olarak kabul edilir. Sinemanın kendi içinde ya da farklı disiplinler ile olan ilişkiler ve alışveriş işlemlerini ifade eden bu yaklaşımlarda; postmodernizmin ana karakteri olan açık yapıt, çok seslilik, anlam çokluğu, türlerin iç içeliği, sanatçının orijinal, özgün olanın peşinde koşmaması, süreksiz, kopuk yapıt anlayışı gibi değerler ön pladadır. Yanı sıra postmodern dönem sinemada metinlerarasılığın iki önemli unsuru olan pastiş ve parodi gibi biçimler son dönemde sıklıkla uygulanır olmuştur. Eski olanın yeniyile harmanlanması, bir tür taklit etme, ötekenden yola çıkma, kopyalama ilişkisine girilen teknikler postmodern sinemada ölçüt kabul edilir. Bu bağlamda postmodern filmleri; metinlerarası/göstergelerarası ilişkilerin yanı sıra "yalnızca bir ruh halini ya da zihinsel durumu" (Karadoğan, 2005:138) aktaran filmler olarak da incelemek mümkündür. Postmodernizm aynı zamanda kendi terim ve kavramlarını da belirlemiştir. Bu dönemde kavramı vurgulayan nitelikler olarak Büyükdüvenci ve Öztürk'e göre şu terimler öne çıkar:

Nostaljik; geçmişe duyulan tutucu özlem, geçmiş ve şimdi arasındaki sınırların silinmesiyle oluşan birleşme; gerçek ve onun yeniden sunumlarıyla ilgilenme; açık bir pornografi; cinsellik ve arzunun metalaşması; endişeyle, yabancılaşmayla, öfkeyle ve başkalarından kopuşla biçimlenen yoğun coşkusal yaşantılar". Sözü edilen nitelikler, postmodernizmin sinemaya yansıyan özellikleridir. Jameson, "filme ve postmodernizme ilişkin çözümlemesini, nostalji filmi bağlamına yerleştirir. Nostalji filmi Jameson, Friedberg'in de sistemleştirdiği gibi betimler:

- 1- Geçmiş hakkında olan ve geçmişte geçen filmler (Chinatown, American Graffiti)
- 2- Geçmişten yeniden türetilmiş filmler (Star Wars, Riders of the Lost Ark)
- 3- Günümüzde geçen ama geçmişi çağırın filmler (Body Heat, Miami Vice, Moonlighting) (Büyükdüvenci-Öztürk, 1997: 24).

Bu filmler genel olarak anlatı yapısıyla izleyiciyi zorlamayan ve yaratıcı yönetmen edasından uzak, sanat sanat içindir anlayışının dışında, elitist bir yaklaşım benimsemeyen yapıdadırlar. Modernizmi bütün kural ve kurumlarıyla reddeden postmodern öğreti aynı zamanda modernist sınırları yıkarak yeni bir tür oluşturmak peşindedir. "Postmodern süreçte kültür endüstrisi sanatın ve sinemanın olumsuzlayıcı niteliğine yeni bir anlam ve biçim atfederek sınırları aşındırılmış; bu aşınmanın sonucunda popülerle kaynaşan sanatsal formlar türlerin sınırlarını silerek melez bir tür yaratmıştır. Postmodern filmler bu melez sanatsal yaklaşımın ürünüdür. Postmodern film olarak adlandırılan bu melez filmler avangardın eleştirel niteliğini törpüledikleri oranda daha postmoderndirler. Avangardın ve sanat sinemasının popülerleşmesinin önündeki en büyük engel olan anlamının çaba gerektirdiği tezi bu filmlerin

yapısı içerisinde ortadan kalkmaya yüz tutmuştur" (Karadoğan, 2005:146). Sinema gerçekliğin aktarımına en yakın olan sanat biçimi olmasına rağmen, "postmodernistler bazı tekniklerin gelişmesiyle gerçekliğin kavranabileceği anlayışını kabul etmezler. "Postmodern sanat kendine hedef olarak yaşamı onaylamayı seçer, gerçekleşmesi beklenen bir kaderi tasnif etmez" (Murphy, 1995:52). Postmodern sinemada kişisel biçem ya da yapıtın biricikliği, aurası ön planda değildir. "Postmodern sinemada auteurün söylevinin kültürel alıntılarla ilişkisi yoktur ya da auteurün söylevi kültürel bir alıntı haline gelir. Postmodern auteur anlatı içinde oynanan bir rol haline gelir. Modern auteur her şeye hakimken postmodern auteur farklı roller içerir" (Yılmaz, 2007:406). Sinema tarihçileri ve eleştirmenlerce neredeyse tamamı postmodern olarak değerlendirilen David Lynch sineması ve özellikle anlatı dili değerlendirildiğinde, "1986 yılında yapılan iki film, (Mavi Kadife ve Vahşi Bir Şey), bir yandan tümüyle yeni bir film biçiminin öncülüğünü yaparken, diğer yandan da karmaşalar içinde bunun sona erişini ve başka bir şey için açılmış olan mekanı gösterir. Lynch'in filmlerinin anlatımı postmodernizme uygun şekilde dağınık ve karmaşıktır. Dolayısıyla onun filmleri özeldir. Seyirci Lynch'in filmlerinden farklı sonuçlara, farklı çağrışımlara ulaşabilir" (Teksoy, 2005:826). "Bu yeni söylem anlayışı, bize ait olan şimdiki zaman ve yakın geçmişimiz ya da bireysel varoluşsal belleğin kapsamına girmeyen daha eski geçmiş üzerinde bir kuşatma oluşturmaya çalışan son girişimler olması ilginçtir" (Büyükdüvenci-Öztürk, 1997: 26). 1980'lerle beraber sinema, kaynağına sonsuz sayıda dönüş yaparak aynı öyküleri yineleyerek onları yeniden oluşturur. "Modern dönemde ise auteurün ölümü Wim Wenders'in 1980'lerin başındaki iki filminde somut şekilde ortaya çıkar; 'Lightning over Water' ve 'Olayların Gidişi'. Bu filmler edebiyat kuramında ve felsefede sıradan hale gelen yaratıcının merkezi konumunun yok oluşuyla ilgili postmodern düşüncenin hemen ardından geldiler. Yanı sıra yaratıcı yönetmen figürünün merkezi konumunun yok olması ve stilistik eklektizm arasındaki ilişkiyle ilgili söylenenler Tarkovsky ile de ilgilidir. Daha sonraki filmlerinde auteurün merkezi konumunun yok olması daha fazla öne çıkar ve stilinde giderek artan bir eklektizme neden olur" (Yılmaz, 2007:410). Olivier, postmodern filmleri, "postmodern kültürün yapısal özelliklerini (çoğulculuk, yüzeysellik vb...) taşıyan ve onları aşmaya çalışmayan birleştirici türden filmler ile bu özellikleri edilgen bir biçimde sunmaktan öteye giderek onları cesurca sorgulayan yıkıcı türden filmler olmak üzere ikiye ayırır". Olivier'e göre birleştirici türden filmler postmodernizmin yüzeysellik, çoğulluk gibi özelliklerini aşmayan, bu özellikleri sadece sunan filmlerdir. Yıkıcı türden filmler ise bu özellikleri sorunsallaştıran, sorgulayan filmlerdir. Yıkıcı filmler biçemlerin, biçimlerin, kültürlerin ve davranışların bitimsiz çoğalmasını ve çoğaltılmasını edilgen bir biçimde yansıtmak yerine, iletişimi, toplumsal cinsiyeti, sanat ve kültürün durumu ile diğer konulara ilişkin sorunların ışığında eleştirel bir okumayı gerçekleştirir" (Karadoğan, 2005:41). "Bu filmlere örnek olarak 'Kayıp Hazine Avcıları', 'Çin Mahallesi', 'Sıcak Vücutlar', 'Yıldız Savaşları', 'Temel İlgüdü', 'Özel Bir Kadın', 'Robocop', 'Genç Bekar Bayan Arıyor', 'Montrealli İsa', 'Bıçak Sırtı', 'Mavi Kadife' gibi birleştirici ve yıkıcı nitelik taşıyan filmler sayılabilir.

"Postmodern sinemada, artık her şey iç içe giriyor. Her şey anlamını yitiriyor. Bireyler öyküler yabancılaşmıyor, parçalanıyor. Hatta parçalanmaktan öte yok oluyor" (Büyükdüvenci-Öztürk, 1997:28). Bu bağlamda postmodern sinema, yüzeysel, kopuk, geçici ve türlerin iç içe geçtiği,

büyük söylemleri barındırmayan ve anlaşılması kolay, otoriter olmayan ve çoğulcu yapıda olan filmler üretmektedir.

Postmodern anlayışla üretilen filmler yaşanan şimdiki zamanın acımasızlığı ve ürkünçlüğünü imge ve olgularla geçmişini de harmanlayarak iki zamanlı olarak anlatır. Yanı sıra sanat sinemasının, avangardın ve popüler ticari sinemanın melezleşmesinin bir ürünü olarak postmodern filmler üç kategoride sınıflandırılabilir: Sanatsal bir nitelik taşıyan ve yer yer avangart özellikler barındıran; zamanı ve mekanı sorunsallaştıran, buna bağlı olarak da anlatı yapısında kırılmalara ve iç içe geçmelere izin veren filmin kurmaca dünyasını bir tür oyun olarak inşa eden eleştirel tür. *Diva*, *Bıçak Sırtı*, *Berlin Üzerinde Gökyüzü*, *Fransız Teğmenin Kadını*, *Mavi Kadife*, *Thelma ve Louise* gibi filmleri bu tür içerisinde sayabiliriz; *Temel İçgüdü*, *Özel Bir Kadın*, *Örümcek Kadının Öpücüğü*, *Robocop*, *İlk Dans İlk Aşk* gibi filmler ise postmodern sinemanın ticari popüler örneklerini oluştururlar. Son kategori ise bu iki tür arasında yer alan ve her iki türün bazı niteliklerini taşıyan karışık/melez bir nitelik gösterir. Bu kategorinin öncülüğünü daha çok *Ucuz Roman*, *Rezervuar Köpekleri* gibi filmleriyle *Quentin Tarantino* yapmaktadır. İlk iki tür arasındaki temel fark ilk kategoridekilerin gerek anlatılarının biçimsel olarak kuruluşuyla gerekse de bu anlatının temsil ettikleriyle bir karşı koyuşu ifade ediyor olmalarına karşı ikinci kategoridekilerin çoğunlukla geleneksel bir anlatı yapısına sahip olması ve anlatının temsil ettiklerini onaylayan bir nitelik taşımasıdır. Üçüncü kategorideki filmler ise anlatının yapısıyla, anlatımın biçimiyle ilgili konular sorunsallaştırırken, gerçekliğe ve dünyaya ilişkin sorunlar karşısında tepkisiz kalmaktadır (Karadoğan, 2005:150).

Postmodern anlayışta kaygı, yabancılaşma, paranoya gibi kavramlar anlamlı görünmezler; bu kavramların yerini, öznenin sürekli parçalanması, tükenme ve kendini tahrif etme vakaları ile uyuşturucu ve şizofreni deneyimleri alır Bu bağlamda zaman/meکان kırılmaları, süreksizlik, kopukluk olarak Nietzscheci yaklaşımla kahramanlar kayıtsız bir yaklaşımla postmodern filmlerde yerlerini alırlar (Jameson, 1993:43). Klasik egemen Hollywood filmlerinde genel olarak anlatı tekniği dramatik yapıda oluşur ve seyircinin ilgisi filmin sonundadır. Olayların gelişim süreci birbirini takip eden sahneler biçiminde ve kesintisiz olarak sunulur. Gerilim ya da merak duygusu yavaş yavaş örülürken izleyici, olaylar ve karakterlerle özdeşleşir. "Zamansal ve mekansal olarak düzenli bir şekilde gelişen olayların akışında hikaye de düzenli bir şekilde, klasik anlamda başlar, devam eder ve biter. Organik bir büyüme ile her sahnenin öteki için kurulduğu bu anlayış Parkan'a göre seyircinin soluk almasına, düşünmesine ve eleştirel bir tutum almasına izin verilmez" (Parkan, 1991:34). Ancak postmodern yaklaşımda öykü durağan bir noktada başlayarak giriş, gelişme sonuç bağlamında tamamlanmak zorunda değildir. Godard'ın karşı sinema anlayışında olduğu gibi kahramanlar etrafında ya da mekanda çekim ekibi, çekim malzemeleri görmek mümkündür. Öykü birinci noktadan değil herhangi bir

yerden başlayabilir ve gelişebilir, bu sayede kopukluk ve süreksizlik yaratılır. Filmin zamanı ve olay örgüsü çoğulluk içeren yapısıyla aktarılabilir seyirciye, bu yöntemde süreksizlik ilkesine karşılık gelmektedir. Benzer şekilde 'Ucuz Roman' filmi olayların oluş sırasını değiştirerek anlatsal birliği kırar. Bu filmde olay örgüsü belirli bir gerilim üzerinde değildir. Burada da izleyici filmi belirli bir konumdan izleyemez, merkezsizleşmiştir. Anlatının merkezi sürekli değişir; film tek bir anlatı çizgisi izliyormuş gibi görünmesine karşın filmde karakterlere göre biçimlenen farklı olay örgüleri vardır; filmin başında kafeyi soymaya kalkışan çiftin, Boksör Butch'ın öyküsü, Marsellus Wallace'ın ve Vincent Vega ile Jesus'un öyküsü. Bu öykülerin hepsi çakışmaz. Örneğin kafeyi soyan çiftle Butch hiç karşılaşmazlar. Aslında filmin bu yapısı yeni değildir. Televizyon izleyicisi, Tarantino'nun anlatısında kullandığı Tv'nin dramatik biçimlendirmesine psikolojik açıdan uyduğundan dolayı buna alışkıdır" (Karadoğan, 2005:151).

Sinemasal alanda Verhoeven'in Temel İçgüdü isimli filmi de postmodern olarak kabul edilir. Filmin anlatısı tarafından sunulan gerçek ve kurmaca arasındaki sınırın ortadan kalkması, iki kadından hangisinin katil olduğunu göstermeyerek, dedektif romanlarının en sağlam geleneğine duyulan güveni yıkması, bütünlük sergilemeyen, tutarsızlıklarla dolu, dağınık, sözde diyalogların yer aldığı üstünkörü düzenlenmiş bir dizi imge kolajını içeren yapısıyla, televizyon çağında köklerin yerini yüzeyselliklerin, derinlikli yapıtların yerini kolajın, emek verilmiş yüzeyselliklerin yerini aktarılmış imge bombardımanının, bütüncül kültürel yapıtların yerini parçalanmış zaman ve mekanın almasıyla" (Büyükdüvenci-Öztürk, 43,46,50). Temel İçgüdü yeterince postmodern estetiğe sahiptir. Nietzsche'ci yaklaşımla hayatın ve insanın değersizliği postmodern filmlere kayıtsız ve ilgisiz karakterler olarak yansır. Soyut ve yüzeysel olan bu tür filmlerde kahramanlar ve mekanlar da sistemli, bütüncül değildir ve öznenin parçalanması söz konusudur. Bütün bu özelliklere rağmen bir ruh hali ya da zihinsel durumu aktaran dönem filmleri aynı niteliklere sahip olma zorunda da değildir.

Modern sinemanın egemen ideoloji ile hesaplaşmasının izleyicide yarattığı alternatif bir zaman mekan algılaması ile bağlantılı olduğu bilinir. Öncelikle postmodernist sinema da aynı şekilde ama farklı bir niyetle tüketim ideolojisini zaman mekan algılaması üzerinden inşa eder. Sürekli geçici olana değer biçen tüketim ideolojisi, bu sinemada kalıcılığın dışlanması ve anlık hazlar şeklinde kendini göstermektedir. Postmodern sinema izleyeni bir gösterge ve görüntü bombardımanına tutmaktadır. Perdedeki görüntüler yalnızca görünümler şeklindedir. Her gün ayrı bir gün gibi yaşandığı ve sonsuz bir şimdiki zaman içine hapsediği tüketim toplumunda postmodernist sinema şizofrenlere özgü sürekli bir şimdiki zaman duygusunu şişirmekte insanın yaşam algısını tüketim ideolojisine göre belirlemektedir. Postmodernist sinemada da biçim ön plandadır ancak yönetmenin içerik kaygısı var mıdır bu bilinmemektedir. Dur durak bilmeyen bir hız postmodern sinemanın temel özelliğidir. Hem görüntülerin ışıltısını kutsayan hem de kurgusal oyunlarla eski üslupları yeniden diriltirerek postmodernlerin gönlünde taht kuran bir sinemacı olarak akla gelen ilk isim Tarantino'dur. 70'lerin çete filmlerini, salon komedilerinden çıkmış güldürü unsurlarını meledramlardan alıntılanmış diyalogları harmanlayan Tarantino sineması, postmodernizmin sıkça adı geçen "nostalji, ölü üslupların yeniden diriltilmesi, pastiş, modern döneme ait göstergelerin fetişleştirilmesi " gibi temel

belirlenimlerini kendinde gerçekleştirmede başarılı olmuştur (Esen, 2002:39). Tarantino "eski televizyon dizilerinden aklında kalanları birleştirirken özellikle Rezervuar Köpekleri isimli filmini Hong Kong'lu bir yönetmenden çekim çekim yürütmekle suçlanır. Godard'ın Bande a Part filmine hayranlığını çektiği bir filmine A Band Apart adını koyarak gösterir. Tarantino, kendi keyfi için topladığı ıvır zıvır la var olmaktadır. Hollywood'un B kategorisindeki filmlerden alınmış sözlerden oluşan bir senaryodan oluşan Ucuz Roman filmi için bir türün içerisine dalarak ondan, daha önce görüp hoşlandığımız şeyleri almayı ve onları yeni biçimler altında sunmayı çok seviyorum der" (Çolak, 2006:87). Bağımsız sinema anlayışına yeni bir yaklaşım sunan ve karmaşık kurgu anlayışıyla öykü yapısını alt üst eden Tarantino, bütün bu özellikleriyle postmodern dönemin okuma yöntemi olan metinlerarasılık kavramını filmlerinde en iyi uygulayan yönetmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Sinemasal alanda zamandaki dizi yok edilir. Tarantino ve David Lynch bunu örnekler. Zaman birden fazla tekrar yapar, ama bunlar ayrı dünyalardır ve bu dünyaların her biri var olabilir. Zamansal diziler aynı olayı farklı biçimlerde aktarır. Önce ve sonra birbirine karışır (Akay, 2005:118). Postmodern dönemin okuma yöntemi olan ve ilk defa Kristeva tarafından Bakhtin'in söyleşimcilik kuramından yola çıkılarak Fransa'da geliştirilen metinlerarasılık kavramı farklı yöntemleriyle sinemada da karşılığını bulur. Genel anlamda iki ya da daha fazla metin arasındaki ilişki biçimlerini ifade eden kavram, sinemasal alanda kendinden önce yapılmış olanlara çeşitli yöntemlerle gönderme yapan ya da onları alıntılaman, anımsatan yapıtlar olarak algılanmaktadır. Günümüzde popüler kültür yapıtlarının basit atraksiyonları eleştirmesi ya da onları kucaklaması ve kendi malı haline getirmesi nedeniyle ayırım yapmak zorlaşmıştır. Bu bağlamda yapıtlar kendi aralarında birbirlerini besleme, karşılıklı etkileşimde bulunma ve önemli ölçüde birbirlerini içlerine alma eğilimindedirler. Filmler diğer filmlere göndermede bulunuyor, kültür hızla kurgulanan görüntü ve seslerin esiri olmuş görünüyor. Parçalara ayrılma egemen durumdadır ve bu parçalama Eisenstein ya da klasik Hollywood stili tarzında değildir" (Kolker, 2010:234). Postmodern sinema alanında özellikle metinlerarasılık tekniklerinden yola çıkılarak üretilen ve tekrarlanan, kopyalanan, öncekinden iz(ler) taşıyan ya da ötekenden etkilenen filmleri nitelikle için 'filmlerarasılık' kavramını kullanmak doğru olacaktır. Birbirine gönderen, alıntılaman filmlerin yanı sıra sinemanın ticari dürtüleri nedeniyle başka ülke sinemalarındaki örnekleri uygulayan ülke sinemaları da söz konusudur. Başka ülke sinemasından konu ya da tür olarak esinlenen/kopyalayan/taklit eden olarak bize en yakın örnek Türk sinemasıdır. Kendi sinema kültürümüzde yeri olmamakla beraber sinemamızda yer bulan çalışmalar arasında 'Kaptan Swing', 'Kızıl Maske', 'Red Kit', 'Tarzan' ve 'Drakula' gibi film çalışmaları sayılabilir. Metinlerarasılık fikrini sinemasal alana uyarladığımızda farklı filmler arasındaki alışverişleri 'filmlerarasılık' olarak adlandırmak mümkünken, birbirinden etkilenen ya da alıntılaman/kopyalayan/taklit eden ülke sinemaları için de 'sinemalararasılık' kavramını kullanmak doğru olacaktır. Türk sinemasında bilimkurgu, korku ya da gerilim geleneği olmamasına rağmen, sinemanın evrensel bir endüstri olması nedeniyle farklı ülkelerden etkilenecek değişik türlerde filmler üretilmiştir. 1950 ve 60'lı yıllarda sinemamızda "Tarzan, 'Drakula', 'Görünmeyen Adam' gibi kahramanlar 'Tarzan İstanbul'da' vb. adlar taşıyan yerli filmler boy gösterir. Orhan Erçin, bu furya içinde 1955'te mini etekli uzaylıların yer aldığı, güldürü nitelikli bir film olduğu kaydedilen 'Uçan Daireler İstanbul'da' filmini çeker"

(Özkaracalar, 2006:299). "Bizim westernlere esin kaynağı olan spagetti westernler bir yana, bu furya asıl olarak çizgi roman kaynaklıdır. Karaoğlan ve ardından Malkoçoğlu, Kara Murat, Tarkan gibi yerli çizgi roman kahramanlarının yanı sıra 'Kızılmaske', 'Mandrake', ve 'Batman' gibi Amerikan çizgi roman kahramanları da sinemacılarımız tarafından beyaz perdeye aktarılır" (Özkaracalar, 2006:300). Sinemalararasılık bağlamında özellikle Amerikan sinemasından etkilenen Türk sinemasında bir gösterim alanı olarak televizyon alanına yönelik çalışmalar da görülür. "Televizyonun önlenemeyen yükselişi sayesinde Yeşilçam 'Tatlı Cadı' gibi popüler Amerikan hikayelerini uyarlar. 'Turist Ömer Uzay Yolunda (1973) ile de ilk bilim kurgu filmimiz olur. Hollywood Süperman'ı 1978'te yeniden çekmeye karar verdiğinde aynı yıl bizim sinemamızda da Kunt Tulgar 'Süperman Dönüyor' isimli bir film çevirir" (Özkaracalar, 2006:301).

Yakın dönemde Cem Yılmaz filmlerinde görülen bilim-kurgu unsurları 1950'li yıllardan itibaren sinemamızda örneklenmiştir. "Star Wars Hollywood'da oldukça fazla ilgi çekince Dünya sinemalarında da bolca örnekleri çekilmiştir. O dönemde "İtalya'da sekiz adet düşük bütçeli bilim kurgu filmi çekilirken 1982'de bizim de bir Star Wars filmimiz oldu: Cüneyt Arkın'lı 'Dünyayı Kurtaran Adam' (Özkaracalar, 2006:304). "Yeşilçam'da 1970-73 yılları arasında elli civarında kovboy filmi çevrilmiştir. Franco Nero'nun başrolü oynadığı 'Django' 1967'de 'Cango' adıyla, başka bir kovboy filmi ise 'Çeko' (1970) adıyla çevrilir. 'Badi' ise (Zafer Par, 1983) o yılların bir diğer gişe rekortmeni olan E.T.'nin yerli versiyonudur. 1960'lı yıllarda Hindistan'da da çok sayıda 'Tarzan' filmi üretilir. Bizde ise 1952 yılında 'Tarzan İstanbul'da filmi çekilir. Yeşilçam ürünü ilk western filmini ise 1963'te Ahmet Sert'in çektiği kaydediliyor. Filmin adı kimi kaynaklara göre 'İntikam Hırsı' kimi kaynaklara göre ise 'İntikam Fırtınası'dır (Özkaracalar, 2006:316-318).

SONUÇ

Sinema tarihi diğer sanat disiplinleri ile karşılaştırıldığında henüz kısa bir geçmişe sahiptir. Bu kısa tarihinde sinema, keşfinden günümüze kadar öncelikle ticari bir araç ve kitlelere eğlence sunan kapitalist bir pratik olarak belirmiştir. Sinemanın sanat formu olarak kabul görmesi, kurgusal nitelik ve etkili anlatımı sayesinde dış dünyanın aktarılması ya da yorumlanması süreciyle gerçekleşmiştir. Önemli toplumsal dönüşümlerin yaşandığı yirminci yüzyılda ortaya çıkan sinemanın günümüze kadar geçirdiği süreç ve anlatı yapıları klasik, modern ve postmodern formlarda gerçekleşmiştir. Teknik olarak bir film şeridi üzerine fotografik görüntülerin ard arda kaydedilip beyaz perdeye yansıtılması ilkesine dayanan sinema, başlangıcından itibaren bütün sanat dallarından yararlanan ve öteki biçimleri kendi anlatı dilinde birleştiren karma yapıya sahiptir. Kendine özgü anlatım dilini resim, fotoğraf gibi sanatlardan aldığı yansıtmacı, tiyatrodan devraldığı kurgusal hikâye anlatımı ile biçimleyen sinema, yanı sıra bütün diğer sanat disiplinlerinden yararlanabilen bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda sinemasal metinlerin diğer disiplinleri ödünçlediği, biçim ve içerik olarak onları dönüştürdüğü açıktır.

Günümüz sanat yaklaşımında, sanatçı üzerinde sürekli bir yaratma baskısı oluşturan ve her şeyin yeni olduğu, yenilik üzerine kurulduğunu savlayan modernizme karşıt, eski metinleri, önceki dönem yapıtlarını önemseyen; La Bruyere'in belirttiği gibi, 'her şey daha önce söylenmiştir', 'yedi bin yıldır insanlar vardılar ve düşünmektedirler' (Aktulum, 2000:) anlayışı önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, düşün sanat alanında, orijinallik ve özgün metinden söz edilememektedir. Kristeva'nın belirttiği gibi her metin öncekilerden izler taşıyan bir tür mozaiktir. Başlangıçta yazın, sonraları sanatın diğer disiplinlerinde kendini gösteren ve metinlerarasılık olarak adlandırılan bu yaklaşım aynı zamanda postmodernizmin okuma yöntemi olarak da kabul görmüştür. Metinlerarasılık yaklaşımı 'iki metin arasındaki her türden alışveriş işlemi' (Aktulum, 2000:9) göstermek için kullanılmış ve zamanla sanatın neredeyse tüm biçimlerinde benimsenmiştir. Bu bağlamda, sanatsal alanda sonsuz sayıda gerçekleşen anlatı biçimleri sürekli iç içe geçer ve her metin öteki(lerin) bir tür düzenlemesi ya da dönüşümüdür. Alıntı, gönderge, taklit vb. yöntemler ile gerçekleşen etkilenme, esinlenme, ötekenden yola çıkarak kendi biçimini bulma gibi uygulamalar sayesinde eski metinler hatırlanmakta, güncellenmekte ve belki de yağmalanmaktadır. Metinlerarasılık yaklaşımına göre her metin ekleme, daraltma, genişletme gibi işlemlerden oluşan bir tür yenidenyazma, yeniden yaratım ya da öteki metinlerin oluşturduğu bir tür örgü metindir. Sanatın başlangıcından itibaren birbirinden etkilenen, birbirini besleyen sanatlararası alışveriş işlemlerine sıklıkla rastlanmaktadır. Bu tür alışveriş işlemleri son yıllarda sanatın diğer disiplinlerinde olduğu gibi sinemasal alanda da başvurulan uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Metinlerarasılık yöntemleri başlangıçta sanatın farklı alanlarında görülmekle beraber son dönemde sinemasal alanda da örneklenmektedir. 'Bu bağlamda yazınsal alanda iki ya da daha fazla metin arasındaki olası alışverişleri belirtmek için kullanılan metinlerarasılık kavramını sanatın diğer biçimlerinde yeni adlandırmalar ve tanımlamalarla kullanmak olasıdır. Metinlerarasılık yanında resimlerarasılık, medyalararasılık, müziklerarasılık, sinemalararasılık, tiyatrolararasılık, fotoğraflararasılık vb. adlandırmalar artık günümüz yazın eleştirisi dışında kalan sanatın diğer biçimlerinin eleştirisi bağlamında da sıklıkla kullanılmaktadır' (Aktulum, 2000:70). Sinema söz konusu olduğunda ise farklı filmlerarası alışveriş işlemlerini postmodern sinemada 'filmlerarasılık' başlığı ile adlandırmak mümkün görünmektedir. Varlığını halen modernist sürecin içinde sürdüren postmodern sinema, sonucu belli olan klasik hikayeler anlatmak yerine yüzeyliliğin ve geçiciliğin önemsendiği anlatı yapısını benimsemektedir. Artsüremlili olarak öteki filmlere sıklıkla gönderen ve alıntılayan postmodern sinemada bir yönetmenin çeşitli amaçlarla (anımsatma, güncelleme, saygısını gösterme vb.) öteki filmi kendi sinemasal kalıbında kullanması sonsuz bir sorgulama alanına işaret etmektedir. Bu bağlamda postmodern sinemada filmlerarası alışveriş yöntemlerini inceleyen bu çalışmada varılan sonuç ve bulgular şu şekildedir:

- Sinema, başlangıcından itibaren kendine özgü karma yapısı nedeniyle sanatın neredeyse bütün biçimlerinden yararlanmaktadır. Sinemanın başka sanatsal biçimler ile kurduğu alışverişler göstergelerarasılık başlığıyla ele alınmaktadır.

- Sinemasal alanda iki ya da daha fazla film arasındaki her türlü alışveriş ya da etkileşim 'filmlerarasılık' olarak değerlendirilebilir. Filmlerarasılık kavramı genel olarak yenidenfilmleme, yenidençekme ya da bir filmin izlerinin başka bir filmde görülmesidir.
- Postmodern sinemada filmlerarasılık sayesinde her filmsel anlatı başka bir filmsel süreci hatırlatır. Postmodern yapıda üretilen filmler, her metnin mozaik olduğu fikrinden hareketle 'öteki' filmlerden izler taşımaktadır.
- Postmodern sinemada oluşan anlam, her filmde ötekinden yola çıkılarak ulaşılan anlamdır. Bu bağlamda tek bir anlamdan söz edilemez ve çokseslilik söz konusudur; izleyici de (okur) her izlemede filmi yeniden anlamlandırır.
- Postmodern sinema, filmlerarasılık yöntemleri ile türlerin iç içe geçtiği, bakış açısının çok olduğu, filmin süreksiz yapısı, doğrusal olmayan anlatı ve açık yapıt anlayışını benimser.
- Postmodern sinemada filmlerarasılık yöntemleri sayesinde özgün filmin biricikliği önemsiz hale getirilerek orijinal film sıradanlaştırılır. Öteki filme ait kesitler bağlamından koparılıp izleyiciye yeni bir biçimde yeniden sunulur.
- Postmodern sinema yaratıcı yönetmen figürünü benimsemeyi. Eskiye ait olan, çeşitli yöntemler ile harmanlanarak izleyiciye anımsatılır ve eski ile yeni birlikte yaşatılır.
- Postmodern sinemada kaynak filmin biricikliği sıradanlaştırılarak orijinal yapıt öldürülür ve her film başka filmlerden izler taşır; farklı biçimler ödünçlenerek katmanlaşmış bir anlatı yapısı kullanılır.
- Teknolojik destekle (renklendirme, tamir etme ya da üç boyutlulaştırma) üretilen bir film öncekilerin yansıması, taklidi ya da ötekilerden örülü bir tür mozaik filmidir. Postmodern sinemada filmlerarasılık yöntemleriyle açık ya da kapalı biçimlerde gerçekleşen alışverişlerde izleyicinin filmsel hafızasına gereksinim duyulur.
- Filmlerarasılıkla, alıntı, gizli alıntı, anıştırma, gönderge, yansılama, öykünme vb. metinlerarası yöntemler sayesinde farklı filmlerarası düzenlemeler gerçekleştirilir. Sinemasal alanda bu düzenlemeler, bir yönetmenin diğer yönetmen sinemalarıyla alışveriş ya da yönetmenin kendi yapıtları arasındaki ilişkilerini kapsar.
- Bir yönetmenin kendi filmini yeniden çekmesi ya da önceki çalışmasından kesitleri kullanması bir tür öz-filmlerarasılık oluşturur. Öz-filmlerarasılık bir yönetmenin kendi filmini farklı zamanlarda yeniden çekmesinin yanı sıra sansür ya da sinema/video/TV versiyonları için kendi filmini farklı biçimlerde montajlaması sayesinde de oluşur.
- Postmodern sinemada filmsel bir süreç yeniden okunur; sanat yapıtı, öteki üzerinde bir etki yaratır ve dönüştürme işlemiyle bir tür vurgu yapılarak yer değiştirme sayesinde yeni filmde katmanlaşma yaratılır. Bu bağlamda filmlerarasılık sayesinde açık yapıt sayılan bir filmin anlamı kendi dışındakilere, ötekine göre belirlenir.
- Postmodern sinema yaklaşımında 'yeni' film yoktur, yinelenen film vardır; filmlerarasılık biçimsel bir dönüştürme, yeniden film etme sürecidir. Bu sayede farklı filmlerarası ilişkiler bir tür düzenleme işlemine gönderir.
- Postmodern sinemada filmlerarasılık, bir yönetmenin yeni bir biçim ya da yeni bir dünya icat etmesinin olanaklı olmadığını, ancak var olanın bir tür versiyonunun çekilebileceğine gönderir.

- Modern sinema estetiğinin aksine postmodern sinema estetiği filmlerarasılık ile derinliksiz, yüzeysel, taklit ya da kopyalama yöntemleriyle yönetmenlerin basit bir dönüştürüm işlemiyle ötekine ait olanı kendi biçimlerinde kullanmalarını ifade eder.
- Filmlerarasılık, bir tür geri dönüşümlü sinema, orijinal imajın yeniden film edilmesi, sinemanın kendi üzerine dönüşü ya da tekrarlanan filmsel bir döngüdür.

KAYNAKÇA

AKTULUM, K. (2000). **Metinlerarası İlişkiler**, Öteki yay. Ankara.

AKTULUM, K. (2010). **Metinlerarasılık/Göstergelerarasılık**, Öteki yay. Ankara.

BEST-KELLNER, Steven Douglas, **Postmodern Teori**, Ayrıntı Yay. 1 bs., 1998

CONNOR, Steven **Postmodernist Kültür- Çağdaş Olanın Kuramlarına Bir Giriş**, Çev.: Dogan Şahiner, YKY, İstanbul, 2001.

DOLTAŞ, Dilek **Postmodernizm Tartışmalar ve Uygulamalar**, Telos Yayıncılık 1999.

EAGLETON, Terry (1999). **Postmodernizm Yanılsamaları**. Çev., Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

EMRE, İsmet **Postmodernizm ve Edebiyat**, Anı yay., Ankara (Akt. Emre, 2006.

ESEN, Zeynep **Sinemasal**, 2002

GÖKBERK, 1997, **Macit Kant ile Heder'in Tarih Anlayışı**, Dost. 1997.

HABERMANS, 1994 Jameson, Lyotard, Habermas, **Postmodernizm** çev.Necmi Zeka, Kıyı yay., İstanbul, 1994.

JAMESON, Fredrich (1994). **Postmodernizm**. Çev., Nuri Plümer. İstanbul: YKY.

JAMESON, Fredric **Postmodernizm ve Tüketim Toplumu**, Edebiyat&Eleştiri Dergisi, Ocak-şubat 1993, S.1. -makale-

KARADOĞAN, A., **Postmodern Sinema mı Film mi?**, 2005

KARADOĞAN, A., **Sanat Sineması Üzerine**, Deki, Ankara, 2010:113.

KOLKER, R. **Film, Biçim ve Kültür**, 2009, De-Ki, Ankara.

MURPHY, John W., **Postmodern Toplumsal Analiz ve Postmodern Eleştiri**, Çev: Hüsamettin ARSLAN, Eti Yayınları, İstanbul, 1995.

ÖZKARACALAR, Kaya, **Geceyarısı Filmleri**, İstanbul, 2006, PMP yay.

ÖZÖN, Nijat 1995 **Karagözden Sinemaya Türk Sineması ve Sorunları**- I. Cilt , Ankara Kitle Yayınları

ÖZTÜRK, S. ve KÜÇÜKALKAN, Y., (2019). " Gelişen Dijital Görüntü Teknolojilerinin Türkiye'deki Kısa Film Üretimine Etkisi" 4. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi(UBAK 19). 14-17 Şubat 2019. Yalova. 315-329.

ÖZTÜRK, S. ve YÜCEL, A., **Tarihi Aydınlatan Sinema**, “İran Sinemasında Toplumsal Belleğin Alegorik Yansıması: Iron Island Filmi”, Atlas Akademi Yayınları, 2019, s. 108.

ÖZTÜRK, S. ve ODABAŞ, B., Alternatif Medya Örneği Olarak Kısa Film, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 95-120.

ROSENAU, 2004:22-25 ROSENAU, Pauline Marie Postmodernizm ve Toplum Bilimleri 1998.

RYAN ve KELLNER, D. (1997). **Politik Kamera Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası** (E. Özsayar çev.), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

RYAN, Michael **Postmodern Siyaset**, Çev. Mehmet Küçük, Vadi, Ankara, 1994.

YILMAZ, **Mehmet, Modernizmden Postmodernizme Sanat** 2006, Ütopya, Ankara.

YILMAZ, Mehmet, **Modernizmden Postmodernizme Sanat**, Ütopya, 2006, Ankara.

YÜCEL, A. (2019). ANDY WARHOLL ÇALIŞMALARININ METİNLERARASILIK BAĞLAMINDA İNCELENMESİ. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 1-10.

TELEVİZYON ANLATI YAPISI VE PROGRAM FORMATI YAKLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Mustafa KARA¹

GİRİŞ

Kitle iletişim araçları içinde görsel, işitsel ve metinsel yapıyı kullanarak geniş halk kitlelerine ilettiği mesajlar ile uzun yıllar etkinliğini devam ettirdi. Bu etkinin hem bireyleri hem de toplumları derinden etkilediği iddiasına ilişkin iletişim biliminde önemli çalışmalar yapıldı. Televizyon programcılığı bölümlerden oluşur, tek bir bölüm olmayan yapısı ile programcılık izleyicilerin hem gündelik hayatıyla ilgili hem de bilgilendirme başta olmak üzere haber verme ve eğlenme gibi birçok işlevi yerine getirmektedir. Televizyon programlarının içerik ve biçim tasarımında hedef kitlenin beklentilerine yanıt verirken kullandığı yöntemler hem kurmaca olmayan hem de kurmaca anlatım biçimleridir (Gürer, 2016, s. 69). Televizyon programlarında kullanılan anlatı yapısı ile bir bakıma yeniden üretim gerçekleştirilmektedir.

Televizyon programlarının toplumları ve bireyleri ilettiği mesajlar ile uzağı yakın yaptığı gibi, yakını da uzak yapmaktadır. Bu durum aynı zamanda yayınladığı programlar ile televizyonun hedef kitleyi devamlı; gülen, eğlenen, yaşamın her alanını magazin boyutu ile ilgilenen haline getirmesi normal karşılanabilir, çünkü televizyonun işlevleri arasında eğlendirmek gibi bir kavram bulunmaktadır. Ancak burada tartışmaya açık olan konu, herhangi bir eğlence içeriğinin verilmesi değil, yaşamın her alanının eğlence olarak yayınlanmasıdır (Postman, 2004, s. 101).

Televizyon programları ele aldığı konuları magazinleştirme açısından büyük yeteneğe sahiptir ve bu konuda belli aşamalarda çok acımasız olabilmektedir. Televizyon programlarının anlatı yapısının kurmaca ve kurmaca olmayan özelliklerini karma biçimde kullanarak seyircinin yayınlanan her içeriği yaşamın bir parçası gibi algılamasına yol açmaktadır. Yaşamdan beslenen tüm medya üretim içerikleri gibi televizyon da, kullandığı anlatı yapısında görsel, işitsel ve yazılı metinlerden oluşan malzemeler hem kendi içinde hem de diğer metinsel yapılarla bağlantılıdır ve onlara referans olabilecek bir yapıdadır. Bu örtüşmeler aynı zamanda tüm medya metinlerinin sadece kendi içlerinde değil benzer özellikteki tüm medya metinlerinin etkilenmesine ve kullanıcıların manipüle edilmesine yol açmaktadır.

Televizyon anlatı yapısının oluşumu sadece program içerik üreticilerinin egemen olduğu süreç değildir, aynı zamanda seyircinin de tüm özellikleri bu içeriklerin oluşmasında önemli bir etken olmaktadır. Tüm televizyon programları yayınlarının içerik tasarımında hedef kitlenin özelliklerine ilişkin uzun çalışmalar yapmaktadır. Bir bakıma anlatı yapısının etkilediği seyirci ile seyircinin etkilediği anlatı yapısı sonuç olarak televizyon anlatı yapısındaki ana akımları oluşturmaktadır. Çünkü televizyon seyircisi aynı zamanda televizyon programlarını boş

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, mustafakara@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5696-1765, Cep Tel. 0532 745 47 22.

zamanını değerlendirmek, eğlenmek, günlük streslerden uzaklaşmak, zaman geçirmek, oyalanmak gibi gereksinimleri için televizyonu seyretmektedir. Gündelik hayatın bir parçası haline gelen televizyon; kitlelerin yaşamın birçok alanını paylaştığı psikolojik bir yol arkadaşı olarak ihtiyaçlarını gidermeye ilişkin önemli konumda bulunmaktadır (Şeker & Gölçü, 2008, s. 122).

Televizyonun içeriği eğlenceli hale getirmesiyle seyircinin gündelik hayatın sıkıntılarından uzaklaşması ve rahatlama aracı olarak televizyonu tüketmesi kabul edilmektedir. Burada asıl sorun televizyon izleyicisinin üretilen içeriklere ve araca olan sadakati bazen bağımlılığı ile her ne içerik olursa olsun kabul görmesidir. Hartley'e göre, seyirci sadece televizyon yayınlarının ulaştığı ortam, araç çeşitliliği ne olursa olsun, nasıl ki bir müzik severin, grubun tüm konserlerini ve turnelerini takip etmek için müzisyenin peşinden her yere gitmesi gibi seyircinin de sorgulama yapmaksızın içeriğinin tüketilmesi söz konusudur (Hartley, Tele-ology: Studies in Television, 1992, s. 13).

Burada seyirci ile televizyon programları arasındaki koşulsuz sadakat bir bakıma seyircinin televizyon programlarındaki her içeriği sorgulama yapmaksızın almasıyla, televizyonun her şeyi eğlence, dinlenme, vakit geçirme niteliklerine sahip içerikleri üretmesine olanak sağlamaktadır. Eğlence ve oyun ile insanların bilgiler edinmesi, yeni keşifler yapması çok mümkündür. Ancak yaşamın algılanmasındaki süreçler tümüyle eğlence boyutu ile ele alınırsa o zaman düzlem ve bağlam sorunu meydana gelebilmektedir. Televizyon bu boyutu ile kitlelerin ilgilerini, beğenilerini, tercihlerini farklı alanlara çevirebilmektedir.

Televizyon diğer medya ortamları ve medya araçlarında olduğu gibi yaşamın kendisinden beslenmektedir. Ancak televizyon seyircisine çekici gelen, tutum ve davranışlarını etkileyen konu ise televizyonun her hangi bir yaşam kesitini daha abartarak, karikatürize ederek aynı zamanda yeniden üretmek vermesidir. Yeniden üretim süreci televizyon programlarının içerik tasarımında ve anlatı yapısını oluşturan program formatlarında kullanılan önemli bir teknik olarak ortaya çıkmaktadır. Televizyon seyircisi toplumsal sorunlar, anlaşmazlıklar, çatışma alanlarında derinlemesine analitik düşünmekten daha çok özet biçimde ve sonuç olarak verilen programları takip ederek kendisine sunulan “paket düşünce sistemlerini” tüketmektedir.

Televizyonun toplum ve birey üzerindeki etkileri üzerine birçok çalışma yapılmış, yapılıyor ve yapılacaktır. Tüm etki çalışmaları televizyonun hem bir kitle iletişim aracı olarak çok boyutlu etkileri hem diğer kitle iletişim araçlarından farklı sonuçları hem de yeni medya bağlamında “yeni televizyon yayıncılığı” açısından öncelikle bireysel aynı zamanda kitleler üzerindeki etkilerine yönelik yeni çalışmalar yapılmaktadır. Etki çalışmaları sadece televizyonun hedef kitle üzerindeki yönlendirmesi değil aynı zamanda kullanıcıların televizyon anlatı yapısındaki değişime olan katkısını içermektedir. Televizyon bu yönüyle diğer iletişim araçlarından farklı olarak büyük kitlelerin sosyo-kültürel-psikolojik yapılarına ilişkin değişim ve dönüşüme de neden olmaktadır. Bourdieu, televizyonu bir yönüyle kitle iletişim aracı yanı sıra yeni kullanım alanı olarak bireysel kullanım yapısıyla etkileme gücünün yaygınlığı ve sıra dışı baskınlığıyla ilgili etkilerine vurgu yapmaktadır (Bourdieu, 2000, s. 50).

Televizyon gerek teknik gerekse içerik olarak bir anlamlar bütünüdür ve sistemini bu kodlar üzerine kurmaktadır. Televizyonda içerik üretenler, ortamın ve aracın özelliklerinden hareket ederken tüm sürecin bir ticari mantık üzerinden yürüdüğüdür hareket etmektedirler. İçerik tasarımı kültürel yeniden üretim aşamalarının sonucu olarak gerçekleşmekte toplumsal/bireysel yaşantıların izleri / taklitleri kadar televizyon aracının kendi dinamiklerinden ortaya çıkan “tele-fabrik dokusundan” üretilmektedir (Çelenk, 2005, s. 78). Televizyon kendine özgü anlamlardan üretilen içerikleri kendi dünyasında oluşturmakla kalmayıp aynı zamanda seyircinin bu anlamlar bütünü ile üretim fabrikasını kurmaktadır.

Televizyon aracı kendi gerçeklerini ve taklit ettiği yaşamın yansımalarını kendince bir senteze tabi tutmakta ve yeni bir televizyon gerçekliği meydana getirmektedir. Bu yeniden üretim aşamasının dünyada olup olmadığı, programlarda kullanılan kişi/olay/mekân gibi unsurların neler olduğunu hem tartışmak hem de bu pencereden bakmak gerekmektedir (Gürer, 2016, s. 70). Televizyonun içerik tasarımında toplumsal ve bireysel nelerin kullanıldığı, niçin kullanıldığı, kime ait olduğu gibi sorular bağlamında ayrıca değerlendirme yapmak gerekmektedir.

Yeni medya ortamlarının hayatın içinde yoğun biçimde yer almasına rağmen, televizyon halen üretim ve tüketim ilişkilerinde kendini göstermeye devam etmektedir. Televizyon programları toplumun ekonomik, politik, kültürel ve sosyal yapılarına ilişkin gelişmeleri ve değişimleri hem göstermekte hem de şekillendirmektedir. Tüm medya araçları için söylenebilecek bu durum televizyonun geniş halk kitlelerine ulaşmadaki kolaylığı nedeniyle ticari demokrasilerin en önemli dinamikleri arasında yer almaktadır. Çünkü televizyon etkileşim halinde olan seyirciler için gerçek sayılabilecek olayların ve olguların üretilmesi aynı zamanda toplumun gözü önüne getirilmesi ve gerçekliğin yeniden üretilmesinde büyük rol oynamaktadır (Hartley, 2008, s. 1).

TV ANLATI YAPISI

Görsel, işitsel ve yazılı medyanın anlatı yapısı gereği aktarılmak istenen mesajın bir süresi vardır. Bu mesaj hedef kitle ve ortam ile araç bağlamında belli bir seçme işlemi gerektirirken aynı zamanda süreç içinde sıralama tercihini öne çıkarmaktadır. Özellikle görsel ve işitsel medya ortamlarında ve medya araçlarında seçme ve sıralama aşamalarında anlatı giriş, gelişme ve sonuç olarak belirtilebilecek yapılara sahiptir. Bu yapı medya ve mecrasına bağlı olarak ister kurmaca ister kurmaca olmayan içeriklerde olsun, mesajlar anlatı mantığı ile ilerlemektedir. Televizyon programları giriş ve gelişme bölümleriyle aynı zamanda gerilimin, tansiyonun arttığı dolayısıyla her anlamda yükselişin görüldüğü, enerjinin dinamizmin ortaya çıktığı bölümler ile mesajların da bir çözüme kavuşturulduğu sonuç bölümlerinden oluşmaktadır. Televizyon programcılığında hangi türler olursa olsun, yayın saati ne olursa olsun, içerik ve teknik yapıları ne olursa olsun anlatıların dramatik yapıları vardır ve tüm programlar öykü anlatımını kapsamaktadır (Poyraz, 2002, s. 32).

Tüm program türlerinde insanı en çok ekran başında tutacak, ilgisini, merakını, rekabet duygusunu, özdeşleşme ihtiyacını karşılayacak “gerilim” unsurundan yararlanılmaktadır. Gerilimin ortaya çıkması, gerilim unsurlarının gelişmesi ve çeşitlenmesi, gerilimin yükselişi ve son olarak gerilimin azalmasıyla bir sonuca ulaşması için dramatik anlatı yapısı

kurgulanmaktadır. Bu kurgu hayatın içinden olsa bile yayın tekniği ve içerik tasarımı açısından sıralamada değişim ve dönüşüm göstermektedir. Televizyon kullandığı öyküleme tekniği ile anlatının görsel, işitsel unsurlarla anlatı yapısını oluştururken seyircinin ilgi merkezini ve duygu yoğunluğunu sıralamaya tabi tutmaktadır.

Televizyon programlarının ana unsuru insandır ve insanın yaşamın her alanındaki hikâyeleridir. Görsel ve işitsel olarak desteklenen insanın tüm eylemleri, mücadeleleri, hüznü, sevinci vb. hem duygusal hem fizyolojik yaşantısının her parçası televizyon programlarında ele alınmaktadır. Yaşamın tüm alanlarını kapsayan televizyon programları ise gerek çeşit gerekse alt başlıkları itibarıyla anlatı yapısının çok boyutluluğunu ortaya koymaktadır. İçerik tasarımcıları televizyon programlarını oluştururken anlatı yapısında kurmaca ve kurmaca olmayan tüm biçim ve içerik yöntemlerini kullanmaktadır. Ancak televizyon seyircisi, izlediği programlardaki anlatı yapısını oluşturan ses, görüntü ve yazı karışımından oluşan dilin, anlatının ne tür bir yaklaşım ile meydana geldiğine ilişkin düşüncelerini berrak biçimde ortaya koyamamaktadır. Çünkü seyirci teknik ve içerik açısından kurmaca olup olmadığıyla ilgili konuları derinlemesine düşünmeksizin, yaşamın bir parçası olduğuna daha çok inanmaktadır.

Seyircinin kullandığı medyanın kurmaca aşamasının nerede başladığını nerede bittiğini bilmemesi nedeniyle programların bu yönüyle ayırt edilmesine ilişkin bulanık alan aynı zamanda televizyon programlarının kamuoyu oluşturma, izleyicinin dikkatini çekme konusundaki başarılarını belirlemektedir. Televizyon izleyicisi programcılığın karmaşık süreçlerinden daha çok kendi adına ne kadar dikkatini çektiği, duygularına ne kadar hitap ettiği yoğunluğu, ne kadar eğlenceli, ilginç, meraklarını ne kadar kamçıladiğı, kendinden ne kadar unsur bulduğu gibi özelliklerle ilgilenmeyi daha çok tercih etmektedir (Millerson, 2009, s. 7).

Seyircinin televizyonu tüketirken konumu, beklentileri, tercihleri ve toplumsal/bireysel sosyo-kültürel ve psikolojik geleneği televizyon anlatı yapısını oluşturmaktadır. Televizyon içerik tasarımcıları tüm bu birikimleri, deneyimleri ele alarak tüm diğer medya ortamlarından farklı olarak, televizyona özgü bir anlatı yapısını meydana getirmektedir. Bu süreç hem televizyon seyircisinin hem de televizyon içerik üreticilerinin ortak bir deneyime sahip olmalarını sağlamakta ve televizyon program türlerini çeşitlendirmektedir. Televizyon yayıncılığı onlarca yıldır biriktirdiği bu deneyim ve kültür ile dünya ölçeğinde televizyon formatlarını ortaya çıkarmıştır.

Günümüz televizyon programcılığında da popüler anlatı teknikleri, kurmaca türler ya da kurmaca olmayan türlerin anlatı özellikleri uzun denemeler ve geliştirmeler sonucunda tüm dünyada çok farklı toplumlarda televizyon yayıncılığının en temel unsurlarını teşkil etmektedir. İnsanı merkeze alan televizyon yeni medyanın araç ve ortamlarının yanında kendisi de insan hikâyelerini evrensel bir dil ile programcılıkta temel yapı taşı olarak kullanmaktadır. Birçok televizyon program formatı, dünya ölçeğinde farklı ülkelerde gösterilmekte, insanın öyküsü evrende dolaşmakta ve bu yönüyle televizyon yaşam hikâyelerinin aktarıcılığını üstlenmektedir (Mutlu, 2008, s. 29).

Televizyonun anlatı yapısını anlamlandırabilmek için televizyonun çok boyutlu dinamiklerinin ele alınması ve incelenmesi gerekmektedir. Televizyonun içerik üretimi, çekim, çekim sonrası

ve yayın aşamaları başta olmak üzere, tüketilme aşamaları ve ortamlarının farklı açılardan irdelenmesinde seyirci ile televizyon etkileşimi meydana gelmektedir. Aslında televizyon izleyicisi ile içerik üreticileri ve içeriği meydana getiren unsurlar arasında hiyerarşi boyutu söz konusudur. Bu sorunsal hem içerik tasarımcılar hem yayıncılar hem de seyirciler açısından karşılıklı olarak; televizyon ile ilgili bilgiler, bu bilgilerin nasıl oluştuğu, bilgilerin manipüle edilip edilmediği, ön kabullerin neler olduğu, televizyon ile elde edilen itibar ve bilgi unsurlarının ne kadar özne olduğuna ilişkin belirlemelere ihtiyaç duymaktadır (Hartley, 2008, s. 8). Çünkü tüm bu süreçler ve bundan çok daha ötesindeki unsurların birleşmesinden oluşan televizyon anlatı yapısı, medya dilini oluşturmakta ve geniş kitlelerin duygularına hitap etmekte, dikkatlerini belli noktalara çekmektedir.

Televizyonun işlevleri arasında yer alan bilgilendirme özelliği, televizyon anlatısının temel taşı olan insan öyküsü anlatma ve aktarma aracı olarak televizyonu diğer medya araçlarından farklı olarak öne çıkarmaktadır. Televizyon programcılığında en önde gelen türlerden diziler, dram ve seriallar, siyaset, spor, eğlence, kültür, eğitim, yarışma vb. program türleri aslında anlatı yapısında özel anlatım stratejilerini barındırmaktadır. Seyircinin hangi program türü olursa olsun, kendine özgü izleme alışkanlıkları ve ön kabulleri bulunmaktadır. Bu kurallar genel kabul görür ve biçim, içerik tasarımcıları bu kültürün unsurlarını süreçlerde kullanmaktadır. Gerek öykü anlatma biçimleri gerekse görsel-işitsel unsurlar doğrudan televizyona özgü anlatım yapısının özelliklerini taşımaktadır. Aslında televizyon bir bakıma kültür taşıyıcısı ve kuşaklar arası bağlantı kurma işlevi görebilmektedir. Televizyon seyircinin izlediği programlar aracılığıyla toplumsal yapıların sorgulanmasına, yeniden değerlendirme yapılmasına aynı zamanda bireysel ve toplumsal eleştirel yaklaşımların oluşmasına da katkı sunmaktadır.

Toplumsal bütünlüğün oluşması ya da toplumsal değişim ve dönüşümün etkileyici unsurlarından olarak televizyon, seyircinin dünyayı yeni değerler ile yeniden şekillendirmesine yardımcı olabilmektedir. Bu süreç kurmaca olabilen unsurların yine taklit yoluyla topluma dayatılması biçiminde olabileceği gibi toplumsal kültürel değerleri ve toplumsal gerçekliği de kapsayabilmektedir. Televizyon programlarının içerikleri var olan imajları, algıları, maddi ve maddi olmayan toplumsal kültür unsurlarını yansıtan ya da yeniden üreten niteliklere sahip olabilmektedir. Ayrıca televizyon bu yönüyle yayımlandığı dönemdeki kültürlerde değişiklik meydana getirebilen olabildiği gibi, var olan toplumsal tutum ve davranışları da devam ettiren bir medya özelliğini taşımaktadır (Oğuz, 2000, s. 33).

Televizyonun insanın öyküsünü ele aldığı program türlerinde sinematografinin tüm unsurları kullanılarak, aktarılmak istenen hikâyenin biçimi ve içeriğine uygun olarak ses ve görüntü yapıları ile bir anlatı yapısı kurulmaktadır. Bu anlatı yapısında hem izleyici olarak insan hem de yeniden üretilen öyküdeki insan her ikisi aynı düzlemedir, bir bakıma birbirlerine yabancı değildir ve yaşamda insanı, yayında insanı görmek mümkün olmaktadır. Televizyon insan öyküsünü kameralar aracılığıyla yeniden üretiyor olsa da televizyon izleyicisi sosyal bir yapıya sahip bulunmaktadır. Televizyon programlarında ele alınan olaylar ve konular ve anlatım biçimi toplumsal hayattan beslenmektedir. Ancak televizyonun kurmaca olmayan unsurları olabileceği gibi aynı zamanda insan öykülerinin kurmaca boyutu ya da gerçek süreçlerin değiştirilen özelliklerinin de olması mümkün olmaktadır.

Televizyon anlatı yapısı her ne kadar bütünsel bir içeriğe sahip gibi görünse de, anlatı yapısını oluşturan program türlerinin içerikleri bağlamında ciddi farklılıklar göstermektedir. Televizyon programlarının içeriği, hedef kitlesi, çekim ve yayın teknikleri gibi unsurlardan kaynaklı olarak her bir televizyon programının kendine özgü özellikleri bulunmaktadır ve program anlatı yapısını belirlemektedir. Burada önemli konu program türlerinin niçin üretildiği, nasıl üretildiği, kime iletilmek istendiği, nasıl iletileceği sorularının yanıtları bağlamında anlatım dili hem sinematografi boyutuyla hem de içerik boyutuyla farklılaşmaktadır. Hedef kitledeki özellikler televizyon programının öykü anlatma biçimini, kullanılan görsel ve işitsel unsurların sürelerini, sıralarını ve seçimlerini etkilemektedir.

Televizyonun işlevleri, aslında anlatı yapısının temel unsurları konusunda ipuçları vermektedir. Televizyonun eğlence özelliği olması, televizyon program türlerinden uygun olan formatlarda kullanılan sinematografik unsurlar itibarıyla seyircinin dikkatini çekecek ve ilgisini yüksek düzeyde tutacak özelliklere yer vermektedir. Bulvar tarzı olan, büyük yazım biçimleri, hem görüntü hem metin olarak tekrarlardan oluşan, toplumsal sınıf bağlamında seyircinin özlem duyacağı, merak edeceği konu/konuk ve unsurları ele almasıyla televizyon programları kendine özgü anlatı yapılarına sahiptir.

Televizyon anlatı yapısı bir boyutuyla sinematografik, bir boyutuyla öykü anlatma, en önemli boyutuyla ise ticari ilişkilerden etkilenmektedir. Özellikle Türkiye ölçeğinde ele alındığında; kamu yayıncılığı yapan TRT dâhil tüm ticari televizyon kanalları ticari kaygının en önemli başat unsur olması nedeniyle programların anlatı yapılarında ortak uygulamalara gitmektedirler. Ticari kaygı hangi tür televizyon kanalı ve hangi televizyon programı olursa olsun gerek anlatı yapısı gerek içeriği gerek yayın teknikler açısından kendine özgü öyküleme tekniklerine sahiptir. Özellikle Türkiye'deki dizi ve serial sektörü göz önüne alındığında program süreleri, anlatım yapıları, içerik unsurları tümüyle ticari kaygılar üzerinden düzenlenmekte ve kurmaca/kurmaca olmayan programlar da yeniden üretim gerçekleştirilmektedir.

TELEVİZYON PROGRAMCILIĞI

Televizyon anlatı yapısı öncelikle içerik ve teknik boyutu ile ortaya çıkarken aynı zamanda televizyon programlarının birleşmesiyle kendini göstermektedir. Televizyon programları bir televizyon kanalının niçin var olduğu, neler yapmak istediği, neler yayınlayacağı, kime ve niçin yayınlayacağı, nasıl yayınlayacağı yani tüm yayın aşamaları ve paydaşlarının kesişmesinden oluşmaktadır.

Televizyon programı kavramına ilişkin birçok tanımlama yapılmaktadır. Televizyon programı içeriğin, metnin üretildiği süreci, yayınlanma ve izleme süreci ve tüm bu süreçlerin meydana geldiği aşamaları kapsamaktadır (Kaplan, 1992, s. 44). Bu tanımda televizyon programcılığı metin bağlamında ve seyirciyle buluşması aşamalarında ele alınarak yayıncılık boyutuna vurgu yapılmaktadır.

Televizyon programı bir özelliğiyle üretimden beslenmektedir. Televizyon programcılığı kullandığı görsel ve işitsel medyanın gereği olarak gerek yazılı gerek ses gerekse görüntü unsurlarının bir öykü anlatmaya hizmet edecek biçimde yapılması, üretilmesi, yayınlanması ve

seyirci tarafından izlenmesi, seyredilmesi biçiminde kendini göstermektedir (Mutlu, 2006, s. 129).

Program kavramı ilk olarak televizyon medyasında kullanılmamıştır. Tarihi geçmişe sahip sanatlar içinde program kavramı özellikle tiyatro ve müzikallerde ortaya çıkmaktadır. Bu alanlarda bir anlatı biçimi olarak program bir bakıma “zamanlama” biçimi ve yönetimi kavramlarıyla ilintilidir. Hangi tür üretim süreci olursa olsun performans çoğaldıkça, bunların belli bir tasarıma ve düzenleme ihtiyaç duyulmaktadır. Düzenleme biçimlerinin tüm görsel unsurların benzer diziler, bölümler haline gelmesi gerekmektedir. Her bir anlatı bölümü hem kendi içinde hem de bölümlerin bir araya gelmesiyle oluşan bloklar halinde tasarlanması yani sahne ve sekans bakışı ile düzenlenmesi, birimlerin birbiriyle ilişkili biçimde bütünleştirilmesi televizyon programcılığını ortaya çıkarmaktadır (Williams, 2003, s. 73).

Televizyon geniş halk kitlelerine hitap eden medya ortamı ve aracı olarak öykü anlatma tekniğinde gerçekliği yeniden üretmek kurmaca ya da kurmaca olmayan bir algı sunmaktadır. Televizyonun en önemli özelliklerinden birisi “an”dalık yani mesajı yayın teknolojisinin olanak sağladığı kadarıyla en hızlı biçimde, aracısız olarak, ses ve görüntü unsurlarıyla seyirciye ulaştırmasıdır. Yani televizyon yayıncılığı dinamik, canlı bir üretim ve tüketim sürecini içermektedir. Canlı yayın teknolojisi ile meydana gelen olaylar herhangi bir gecikmeye uğramadan anında izleyiciye ulaştırılabilmektedir. Bu özelliği ile seyirci televizyonda yayınlanan programların gerçek olduğuna ilişkin güçlü bir görüşe sahip olmaktadır. Ancak televizyon yayıncılığındaki hem teknik hem de içerik unsurları gerçekliğin herhangi bir değişime uğramaksızın aktarılabilmekteyken aynı zamanda farklı bir gerçeklik ile olaylar izleyiciye sunulabilmektedir.

Hedef kitleye ulaştırılmak istenen mesajlarda sadece aktarmaya yönelik tasarım yapılmaz aynı zamanda görüntü estetiği açısından televizyonun anlatı yapısını da kapsayan biçimde tasarlanmaktadır. Görsel dilin çok yoğun kullanıldığı ayrıca yeni iletişim teknolojileri ile yaygınlaşan görsel dil, görüntünün gücünü oluşturan temel yapı taşlarından yararlanmaktadır. Televizyon anlatısının başat elemanı olarak görsellik video, ses, grafik, animasyon gibi birçok malzemeyi kullanma konusunda yetkinliğe sahip olmaktadır (Zinderen, Zinderen, & Okumuş, 2017, s. 56)

Seyircinin boş vaktini değerlendirmesi, gündelik hayatın sıkıntılarından kurtulması, eğlence başta olmak üzere boş zaman felsefesi bağlamında kullandığı televizyon sinemadan gerçekliğin aktarımı konusunda ayrılmaktadır. Çünkü sinema televizyona oranla, seyircinin toplumsal sorunlara ilgisini yöneltme, yaşamı ve yaşamın her alanındaki süreçleri üzerine düşünmeye, sorgulamaya yönlendirmede çok daha etkin biçimde görev üstlenmektedir. Sinema insanın toplumsal yaşamda tutum ve davranışlarını iletişim biçimini olumlu anlamda değiştirmeye ve dönüştürmeye yönelik tasarımlar yapmaktadır (Uludere & Öztürk, 2022, s. 22).

Televizyonun ticari kaygılarının ön plana çıkması ve televizyon yayıncılığında önde gelen televizyon kanalları tecimsel kanal yapısı taşımaktadır. Ticari kaygılar televizyon program türlerinin içerikleri ve anlatı yapılarını belirleme konusunda başat rol oynarken, program türlerinin nitelik ve niceliklerine de etki etmektedir. Tecimsel televizyonlar seyircinin ilgisini

çekeceğini düşündüğü televizyon program türlerine daha çok yer vermektedir. Reality şovlar, yarışmalar, dizi ve serاللer, komedi ve müzik programlarına yayın akışında yer açmakta diğer televizyon kanallarıyla rekabet edebilmek, reytinglerde üst sıralarda yer almak için anlatı yapısını bu programlardan oluşturmaktadır.

Ana akım kanallar olarak adlandırılan televizyon kanalları yayınladıkları program türlerinde geniş halk kitlelerini hedefleyen ve kapsayan televizyon program türlerine yer vermektedir. Ticari televizyon yayıncılığındaki program türleri “ticari öncelik” kaygısından hareket ederek alım gücü başta olmak üzere belirlenen hedef kitleye etkin biçimde ulaşabilecek yöntemler ile seçilmektedir. Seyircinin belli bir bölümünü önceleyen, toplumun belli kesimlerinin duyarlı olduğu ya da az ilgili olduğu düşünülen konuları ele alan televizyon program türlerine yer vermemektedir (Perebinossoff, Gross, & Gross, 2005, s. 218).

Ticari televizyonlar, yayınlayacağı televizyon program türlerini dinamik biçimde seçmekte, özellikle reytingler başta olmak üzere reklam ve sponsorluk kazanımlarına yönelik olarak günlük, haftalık, aylık ve dönemsel olarak değerlendirmeler yapmaktadır. Bu bağlamda televizyon kanalları program türlerinin içeriklerinin (konu/konuk) değiştirilmesi ya da yeni program anlatı biçimleri ve formatlarının geliştirilmesi için her zaman arayış içinde bulunmaktadır. Televizyon kanal koordinatörlükleri rakip kanal ve program türleriyle dinamik ve eş zamanlı biçimde mücadele ederken yeni türler, formatlar başta olmak üzere yayın akışları gibi konularda dinamik bir süreç yönetimi gerçekleştirmektedir.

Televizyon insan öykülerine odaklanan yapısı ile yaşamın her alanında insanın hikâyelerini ele almaktadır. Ancak tüm televizyon kanalları benzer içerik ve yayın tekniklerini kullanmakta iken ve rekabetin en yoğun biçimde yaşandığı ticari televizyonculukta, program yayıncılığı bağlamında kendine özgü anlatı yapısı ve anlatı teknikleri kullanmaktadır. Bu teknikler televizyon program türlerinin başarısını etkileyen unsurlar olarak ticari kaygıyı sonuna kadar yaşayan televizyon kanallarının başvurduğu yöntemlerden oluşmaktadır.

Televizyon program türlerinde yer alan anlatı yapılarına bakıldığında kurmaca sinemanın da kullandığı hem içerik hem de sinematografi açısından senaryonun niteliklerine benzer özellikler tercih edilmektedir. Televizyonun canlılık özelliğinin ön plana çıkmasıyla gerçekliğin yeniden üretildiğine ilişkin düşünce geri planda kalmasına rağmen televizyon anlatı yapısı yaşamın ve insanın öykülerini aktarıırken kurmaca yöntemlerine başvurma konusunda olanaklara sahiptir. Kurmaca bir öykü anlatma tekniğindeki unsurların hemen hemen hepsi televizyon programlarında da kullanılmaktadır.

Televizyonlar bazı uygulamalarda seyirciyi olumsuz anlamda çok ciddi etkileyecek ve hayal kırıklıklarına neden olacak biçimde gerçekliğin kurmaca ile yeniden üretilen biçimlerini yayınlamaktadır. Toplumların ve bireylerin uzun süreler tartıştığı, taraf olduğu, gündem olan konuların kurmaca yanı ortaya çıkabilmektedir. Bu durum ise televizyon seyircisinin televizyon anlatı yapısıyla ilgili yeterli bilgi, birikim ve kültüre sahip olmayışının bir sonucundan kaynaklanmaktadır.

Televizyon programlarının geniş kitlelerine ulaşması, istikrarlı bir başarının yakalanması için televizyon anlatı yapısındaki seyirci ve içerik tasarımcıları tarafından kabul gören dilin kültürel-

sanatsal-sosyolojik-sinematografik-öyküleştirme unsurlarının bilinmesi gerektirir. Ekran dilinin gereğinin bilinmesi durumunda hedef kitle izlediği programları anlama, anlamlandırma, çözümlenme ve etkilenebilirlik noktasında herhangi bir sorun yaşanmamakta ve televizyon programlarının ticari boyutunun öne çıktığı süreçler ortaya çıkmaktadır (Perebinosoff, Gross, & Gross, 2005, s. 134-149).

Televizyon programlarındaki merakın, ilgi çekiciliğinin, seyircinin kendisi ile özdeşleşmesinin en önemli taşıyıcılarından biri *çatışma* unsurudur. Televizyon programındaki kişiler ya da konular arasındaki ilişki çatışmaya alt yapı oluşturmaktadır. Menfaatlerin, sosyo-kültürel yapıların, ideolojik ve ekonomik özelliklerin farklı olması ve karşıtık oluşturmaları, televizyon programının geniş halk kitleleri tarafından uzun süre izlenmesine neden olmaktadır. Hangi program türü olursa olsun ne kadar çok çatışma alanı, çatışma konusu ve çatışan insan varsa televizyon programı o kadar başarılı sayılmakta ve uzun süreli yayında kalmaktadır. Benzer özellikteki karakterlerden, aşamalardan ve konulardan oluşan televizyon programlarının uzun soluklu olması mümkün değildir. En basit bir söyleşi, spor, tartışma, dizi ve serial gibi programlarda çok boyutlu çatışma konu ve alanları yer almaktadır.

Sinema anlatı yapısının önemli unsuru olan senaryo, temelindeki *öyküleme* biçim ve içerik yapısı televizyonun anlatı yapısıyla benzerlik oluşturmaktadır. Televizyon programcılığında kullanılan formatlar, sinemadaki anlatı yapısıyla ortak özelliklere sahiptir. Televizyon bu anlamda kendinden daha önce anlatım biçimlerini geliştirmiş olan bu yöntemlerden yararlanmaktadır (Gürer, 2018, s. 190).

İnsan öykülerine odaklanan televizyon programları *kurmaca hikâye anlatıcılığının* yöntemlerini kullanmaktadır. Programların girişinde hayat normal seyrinde devam ederken, yapıyı bozan bir çatışma / sorun devreye girer, süreçte olay/kahraman için bazı engeller çıkar ve bunlarla mücadele eder kişiler, çözüme ulaşmasını geciktiren engeller ise seyircinin ilgisini ekranda tutmaya yöneliktir. Bu aşamadan sonra tansiyonun, heyecanın ve gerilimin zirve yapmasının ardından programdaki temel soru/sorun çözüme kavuşturulur ve bölüm sona erer (Dönmez, 2015, s. 150).

Televizyon anlatı yapısı “*az sonra*” yöntemi ile hedef kitlenin merakını, ilgisini, cazibesini hep en üst düzeyde tutmaya çalışması gerekmektedir. Eğer programın temel yapısı ifşa olursa *programın dayanıklılığı* ortadan kalkar ve kısa zamanda yayından kaldırılması sorunuyla karşılaşabilmektedir. Üzerinde uzun süre çalışılan formatlar, program türlerinin tanımları, ön gösterimleri hiçbir zaman tüm aşamaları, en önemli anları ve süreçleri içermemesi gerekmektedir. Program türlerinin yapısına bağlı olarak eğer yarışma programı ise, en eğlenceli, en komik, en dikkat çeken anlardan oluşan tanımlar aslında programın içinde çok daha fazlasının var olduğu vaadini taşımalıdır. Çatışma alanları ve kırılma anları bu bağlamda gerektiği kadar ve merakı körükleyecek miktarda yer verilmektedir.

Televizyon izleyicisi seyredeceği programları veya kanalları *beğeni* noktasında özel bir aşamadan geçirmektedir. Eğer hedef kitle ekrandaki kişiyi severse, beğenirse, kendini rahat hissederse bu tür içerikteki programları tercih etmektedir. Bu bağlamda televizyon kanalları, programlarında tanıdık yüzleri, toplumun geniş kesimlerince kabul gören, güvenilen ve sevilen

kişileri ekrana çıkarmaya özen göstermektedir. Program sunucuları, dizi başrol oyuncularını bu özellik itibarıyla özel önem gösterilen belki de ilk dikkat edilen nitelik olmaktadır.

Yarışma, müzik eğlence programları başta olmak üzere tüm program türlerinin hem içerik hem de sinematografi açısından programın ve programda yer alan kişilerin / konuların yüksek *enerjili* olması gerekmektedir. Seyircinin televizyon programında veya televizyon kanalında kalmasının en önemli unsuru heyecan yaratan enerjidir. Bunun için televizyon programları hem ekran tasarımı hem içerik olarak enerji verecek tasarımların yer almasına dikkat etmektedirler.

Televizyon anlatı yapısının en önemli unsurlarından biri televizyon programlarının bölümlerden oluşmasıdır. Televizyon yayın planlaması yayın dönemlerinden, aylardan, haftalardan meydana gelmektedir. Dolayısıyla programlar arasında belli bir tutarlılık gerekir. İzleyiciler ekran başına geldiklerinde her program için içerik ve biçim açısından standart düzeyde, bazı durumlarda özel sürprizlerin olduğu, *beklenti*yi aşan durumları görmek istemektedir.

Televizyon yayıncılığının anahtar kelimelerinden birisi *zaman* kavramıdır. Çünkü televizyon bir çeşit zamanla yarışan bir süreç mücadelesidir. Bu durum hem yayın içerik üretimi açısından hem de yayın planlama açısından geçerlidir. Saniyelerin büyük önem taşıdığı yayıncılık dünyasında içerik tasarımcıları, seyircinin ilgisini canlı tutabilmek için televizyon programlarının giriş, gelişme, çatışma ve tansiyonun yükseldiği, sonuç ve çözüme ulaştırıldığı sekansların zaman planlamasını çok ince, detaylı biçimde çalışma yapması gerekmektedir. Sinema ile televizyon görsel ve işitsel unsurlarla benzer anlatı dili oluşturmaktadır. Her iki mecra da zaman konusunda benzerlikler göstermektedir. Televizyonun ve sinemanın anlatı yapısı zamanın dengeli kullanılmasını gerektirmekte, hedef kitleye ulaştırılmak istenen mesajların belirlenen süre içinde verilmesi hayati önem taşımaktadır (Öztürk & Öztürk, 2022, s. 23) .

Birçok teknik ve içerik ekibinin bir arada olması gereken televizyon programlarında, çok değişkenli birimlerin üst düzey organizasyonu ile gerçekleştirilen yayınlarda çalışan tüm personelin profesyonel olması gerekmektedir. Programlarda içerik ve teknik yönetim için alanın uzmanı, bilgi birikimi ve deneyime sahip *profesyonel personel* ile yapılan yayınlarda ulusal / uluslararası düzeyde gerçekleştirilebilmektedir. Televizyon program sunucuları veya dizi-serial gibi program türlerinde ise yıldız kategorisindeki profesyonellerle çalışmak televizyon kanalının prestiji açısından en çok dikkat edilen konu durumundadır.

Televizyon kanal yöneticileri, televizyon program yapımcıları, televizyon program editörleri başta olmak üzere televizyon kanalının tüm aşamalarındaki *yaratıcı / tasarımcı* ve yayın yönetim personelleri, televizyon anlatı yapısındaki teknikleri bilmesi gerekmektedir. Geçmiş, dönemsel ve geleceğe ilişkin program türleri, teknikleri ve içeriklerine ilişkin ön görüş sahibi olabilen, programları zirveye taşıyabilecek ya da başarısız olma ihtimallerini gözlemleyebilecek yöneticilere ihtiyaç bulunmaktadır.

Yaratıcı ekipte yer alan kişiler televizyon içerik tasarımı açısından özel niteliklere sahip olması gerekmektedir. Televizyonlarda sadece var olan televizyon programlarını devam ettirerek yayın hayatlarını devam ettirmekle kalmayıp aynı zamanda *yeni fikirler*, yeni program türleri, yeni

program formlarının bulunması ya da var olan her tür televizyon programının içinde değişiklikler yapılması gerekmektedir. Özellikle format çalışması televizyon kanallarının hem önünü açmakta hem de satışlardan çok ciddi ekonomik getirilere sahip olabilmektedir. Bu bağlamda büyük fikirler bulmak ve bunu ticari bir boyuta taşıyabilmek televizyon kanal yöneticilerinin en önemli görevleri arasında yer almaktadır. İlgi çekici format veya program türlerinin ticari dolaşıma sokulması, o fikrin tek kanalda uygulanmasının çok ötesinden çarpan etkisine sahiptir ve televizyon istasyonlarına, yapımcılara uzun süreli ekonomik katkı sağlamaktadır.

Her bir televizyon programının ya da televizyon kanalının kendi konsepti, teması ve içerikleri bağlamında hedef kitlesi bulunmaktadır. Aslında tüm ana akım televizyon kanalları yayınlarını ulaştırabildikleri tüm potansiyel seyircileri hedef almaktadır ancak gerçekçi olmak gerekirse hedef kitle bir televizyon programında hangi özellikleri gösteriyor ise yayın içeriğine bağlı olarak da hem televizyon kanalı hem de programlardan dolayı belli bir hedef kitleye sahiptir.

Kanal yöneticileri, içerik tasarımcıları, yayın planlamada görevli kişiler *farklı izleyicileri çekmek* için çaba sarf etmektedir. Bunun için çeşitli teknikler uygulanırken yayınlanan programın hedef kitesine ulaşması, beğenilmesi, yüksek izlenme oranlarına sahip olmasının yanında diğer hedef kitle alt gruplarıyla birleştirilmesi durumunda büyük başarılar kazanılmaktadır. Bu anlamda yayınlanan programların, kanal genel tasarımı ve konumlandırılmasında potansiyel hedef kitlenin dışındaki izleyicilerin kazanılmasında; yayın saati değişiklikleri, program konu ve konuklarının farklılaştırılması, yayın dünyasının önde gelen değişikliklerini takip etme gibi yöntemler uygulanmaktadır.

SONUÇ

Televizyon anlatısı zaman ve mekân bağlamında uzak olan yaşamın her alanındaki insan öykülerini tasarlama yönelik yapıya sahiptir. Tüm hikâyeler birbiriyle bağlantılı olan ancak yakın olmayan unsurların belirlenen zaman dilimi içinde ve belirlenen mekânlar arasında çözüme kavuşturulmasını kapsar. Bu süreç içinde seyirci, anlatılmak istenen hikâye ve öyküyü anlatanın bulunduğu ortam bu üç unsurun öykü etrafında buluşma sürecinin hikâyesine dönüşür. Öykü öncelikle seyirciye aktarılır hale gelir ve bu süreç sinemanın kullandığı anlatı yapısıyla büyük benzerlik taşır.

Sinema anlatısındaki kurmaca yapıda giriş bölümü ile hikâye başlamakta ve ortamı düzeni bozan, dengeleri değiştiren olay/olgu/kişi unsurunun devreye girmesiyle öykü gelişme bölümüne geçmektedir. Gelişme bölümü aslında eylemlerin meydana geldiği, olay örgülerinin çeşitlendiği, çözüme kavuşmanın geciktirildiği, ertelendiği ve kahramana engeller çıkarılan olayların yaşanmasının ardından öykünün/karakterlerin değişim ve dönüşüm geçirdiği süreçlerle devam etmektedir. Aslında bu aşama başlangıçta bozulan dengelerin değişim ve dönüşümlerin sonucunda dengeye gelmesi, çözüme kavuşması için meydana gelmesi gereken gelişmeleri kapsamaktadır. Gerilimin ve tansiyonun zirve yaptığı süreç öykünün sonuç bölümünün öncüsü olmakta ve bitiş durumuna gelmektedir.

Kısaca sinema anlatı yapısı için anlatılan unsurlar bir televizyon programındaki öykü anlatma sürecinde karşılığını bulmaktadır. Hangi tür televizyon programı olursa olsun genel yapı sinema

öykü anlatma yapısının benzeri olmaktadır. Yarışma programında birkaç etaptan oluşan yapıda, ilk etap nispeten daha kolay soru ve aşamaları ifade etmektedir. Ancak yarışmacılar sorulara verdikleri ya da veremedikleri cevaplarda gösterdikleri performansla ilgili olarak, yarışmanın başındaki denge bozulmaktadır. Bozulan dengeler, yarışmacıların rekabetini çetinleştirmekte, heyecanı çoğaltmaktadır. İkinci ve üçüncü etaplar ise yarışmanın gerilimini, merakını, ilginçliğini artıran ve seyircinin finale hazırlanmasına yönelik tasarlanmaktadır. Final öncesi reklam kuşağı başta olmak üzere, son cevabın, performansın “az sonra” yöntemi ile gerilimin zirve yapması sağlanmaktadır. Bundan sonra yayın akışında bitiş durumu ve çözüm durumu ile karşılaşılmaktadır. Sinema anlatı yapısı ile örnek bir yarışma programı öykü anlatma biçimleri ortaklık göstermektedir.

Televizyonun canlı ve dinamik yapısı gereği seyircinin, öyküyü anında aktarma özelliğinin aktif olduğunu düşünmesine rağmen, televizyonun hem içerik hem de yayıncılık teknolojileri itibarıyla kurmaca olması çok boyutlu olarak ele alınmalıdır. Birçok televizyon program türündeki konuk/olay örgüsü kurmaca boyutuyla tasarlanmaktadır. Yarışmacılar özel bir elemeye tabi tutularak, yarışmanın konseptine, temasına bağlı olarak seçilmektedir sanki kurmaca bir film için oyuncu seçmesi yapar gibi. Ayrıca özellikleri nedeniyle özel seçilmiş konukların programlarda nasıl davranacakları, ne söyleyecekleri konusunda program editörleri tarafından birçok kez bilgilendirilme yapılır.

Gerçekliğin yeniden üretimi tüm medya araçları ve ortamları için geçerli olmak üzere biçim ve içerik açısından kurgulanmaktadır. Televizyon bunu kendi anlatı yapısı gereği yapmaktadır. Tüm televizyon programları önce dengeleri bozar, sonra olayların gelişmesi, karışması sağlanır sonra zirvede tüm gerilim aşamasına ulaşır ve sonrasında çözüme kavuşur.

Özellikle reality şov programlarında belli süre içinde karakterin/olayların/olguların karışması, değişmesi dönüşmesi, zirve yapması ve sonuca ulaşması seyirci tarafından seyredilir. Çirkinler güzelleşir, küsler barışır, hasta iyileşir, mücadeleler olumlu ya da olumsuz sona erer. Televizyon program editörleri, program türüne bağlı olarak kurmaca olay örgüsünü tasarlar ve seyircinin ekrandaki gelişmeleri çok sorgulamasına fırsat tanımaksızın seyretmesini sağlamaya çalışır. Televizyon bu boyutuyla kurmaca bir anlatı yapısıyla seyircilerin ekrandaki ve yaşamdaki konuları sorgulamasına, eleştirmesine ve derin düşünmesine fırsat vermemektedir.

Format programlar televizyon programcılığının günümüzde dünya ölçeğindeki temel yapı taşları arasında yer almaktadır. Format program televizyon anlatı yapısına hâkim, dramatik anlatının stratejilerini bilen yaratıcı ekipler tarafından bulunmaktadır. Format tasarımında kullanılan yöntemler eksiltme ve yinelemedir. Televizyon yayıncılığının hem içerik hem de teknik açıdan zaman ile bağlantısı nedeniyle anlatı yapısını oluşturan bölümlerin uzun uzun anlatılmasının seyircinin ekran karşısında sıkılması, başka kanallara geçmesi ya da başka medya tüketimini engellemesi için kullanılmaktadır. Gelişmeler daha dengeli bir süreçte gerçekleşir, böylece hem zaman hem de hikâye anlatımı bağlamında tasarruf sağlanır. Sinema anlatı yapısı ile karşılaştırıldığında reel zaman ile filmsel zaman ilişkisine karşılık gelmektedir.

Televizyon anlatı yapısının en çok başvurduğu yöntemlerden birisi yineleme tekniğidir. Televizyonun geniş ve homojen olmayan kitleler tarafından tüketilmesi nedeniyle öykülerin

gelişimlerinde, olayların, karakterlerin değişim ve dönüşüm noktaları aradaki bağlantıyı güçlendirmek için hatırlatmalar yapılır. Eksiltme yöntemiyle gerçekleşen zaman atlatmasından kazanılan saniyeler, dakikalar yineleme yönteminde kullanılmaktadır. Program formatlarında yineleme tekniği sıkça kullanılır.

Özellikle format programlarda dekor, program görsel yönetimi, kamera kullanımı, ışık tasarımı, program akış planı tümüyle yineleme tekniği üzerine kurulur. Format programlar uzun zamanlardaki denemeler sonrasında ortaya çıkmaktadır, bundan dolayı format programlarının bir senaryosu değil televizyon anlatı yapısı gereği formüller, önemli teknikler bulunmaktadır. Format program ortaya çıktıktan sonra dünyanın her yerinde birbirinin aynısı program yayınlanmaktadır. İnsan öyküsünü temel alan televizyon yayıncılığında formatların, yayımlandığı ülkeye, toplumsal yapıya, programdaki kişilere/olaylara bağlı olarak ana yapıyı bozdan ayrıca dokunuşlar gerçekleştirilmesi gerekir. Belki de format programlarda yayımlandıkları ülkelerde büyük başarı kazanan süreçleri çok daha iyi analiz etmeli ve format programda değişim ve dönüşümler gerçekleştirilmesi fırsat sağlanmalıdır. Çarkıfelek programı geçen yıllarda Türkiye’de izlenme oranları itibarıyla çok büyük başarılar kazanmakta idi. Ancak aynı başarı dünyanın diğer ülkelerinde gerçekleşmiyordu. Format tasarımcılarının bu bağlamda formatın yaşayan bir unsur olduğunu ve elde edilen başarılar sonrasında dinamik yapının gereği olarak *yerel unsurlar* katması gerekir.

Televizyon sektörü bir bütün olarak mecranın kendisinden kaynaklanır biçimde dinamik, canlı ve sürekli kendini değiştiren ve dönüştüren yapıya sahip iken formatlı programların yıllarca aynı biçimde devam etmesi televizyon yayıncılığının ruhuna aykırıdır. Bireyselliğin ön plana çıktığı, seyircinin pasif konumdan *katılımcı seyirciye* evrildiği günümüzde; televizyon program türlerinden hangisi olursa olsun süreç yönetiminin dinamik olması gerekmektedir.

Televizyonun anlatı yapısında bulunan yineleme tekniği de sorgulanmalıdır. Özellikle genç kuşakların mobil iletişim araçlarında gerçekleştirdiği izleme eylemleri, süre olarak kısa ve yineleme olmayan biçimde tasarlanmasına ilişkin çabaların olması büyük önem taşımaktadır. İzleme alışkanlıklarında normal okuma hızından sıkılan seyirci özellikleriyle karşılaşmaya başlamaktaız. Aynı zamanda televizyonun ortak mekân alanlarında ve sabit olunmayan ortamlarda seyredilmesinden kaynaklı olarak, yineleme tekniği kullanılıyor olabilir ancak yeni dönemde bireysel medya kullanımının yaygınlaşması sonrası yineleme seyircinin ekrandan uzaklaşmasına neden olacaktır. Bu bağlamda televizyon format tasarımcıları yeni katılımcı seyircinin özelliklerine uygun yeni yöntem tekniklerin tasarımı yolunda çalışmalar geç kalmadan başlamak gerekiyor.

Değişen izleyici alışkanlıklarına ve medya tüketim biçimlerine paralel olarak televizyon programcılığı da kendini değiştirip dönüştürmesi gerekmektedir. Eğer bu dönüşüme ayak uydurulmazsa yeni medya ürünlerinin tüketimindeki dramatik artış, televizyon yayıncılığı, televizyon programcılığı ve anlatı yapısı başta olmak üzere sektörün geleceğine ilişkin çok ciddi soru işaretlerini gündeme getirecektir.

Kaynakça

- Bourdieu, P. (2000). *Televizyon Üzerine* (2 b.). (T. Ilgaz, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon Temsil Kültürü*. Ankara: Ütopya.
- Dönmez, N. (2015). Beden Modifikasyonunun Reality Sohurlardaki Yansıması: Makeover Format Programlarda Üretilen Söylemlerin Beden Üzerindeki Etkileri. *Doktora Tezi*. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Gürer, M. (2016). Televizyon Anlatı Yapısı ve Televizyon Programlarında Hibritleşme Süreci. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* , 68-97.
- Gürer, M. (2018). Format Programların Anlatı Yapısı ve Küreselleşen Söylem: Super Nanny ve Süper dadı Programlarının Dramatik Yapı ve Söylem Analizi. D. N. içinde, *Televizyon Çalışmaları* (s. 189-212). İstanbul: Der Yayınları.
- Hartley, J. (1992). *Tele-ology: Studies in Television*. London: Routledge.
- Hartley, J. (2008). *Television Truths*. United Kingdom: Blackwell.
- Kaplan, Y. (1992). *Televizyon*. İstanbul: Ağaç.
- Millerson, G. (2009). *Televizyonda Yapım ve Yönetim*. (D. Y. Kadioğlu, Çev.) Ankara: Tur-Gen.
- Mutlu, E. (2006). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya.
- Mutlu, E. (2008). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Ayraç.
- Oğuz, G. Y. (2000). Televizyon: Kaçınılmaz Öğreticimiz Televizyonun Toplumsal İletişimdeki Yeri. *Kurgu Dergisi*, 27-34.
- Öztürk, G., & Öztürk, S. (2022). Sağlık İletişimi Bağlamında Kamu Spotları Analizi. Yalova.
- Perebinosoff, P., Gross, B., & Gross, L. (2005). *Programming for TV, Radio, and the Internet*. United States of America: Elsevier.
- Postman, N. (2004). *Televizyon Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı.
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*. Ankara: Ütopya.
- Şeker, M., & Gölcü, A. (2008). Futbolun Televizyonda Yeniden Üretimi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 115-134.

Uludere, K. A., & Öztürk, S. (2022). Film Afişlerinde İmgeler: Saul Bass Film Afişlerinin Göstergebilimsel İncelenmesi. Yalova.

Williams, R. (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*. (A. U. Türkbağ, Çev.) Ankara: Dost.

Zinderen, A., Zinderen, İ. E., & Okumuş, M. (2017). Hastalığın Televizyon Şovuna Dönüştürülmesi "Ağır Yaşamlar" ve "Ağır Yaşamlar Şimdi Ne Yapıyorlar" Programları Üzerine Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*(13), 53-71.

MESLEK TEMSİLLERİNİN TÜRK SİNEMASI VE MEZAR TAŞLARINA YANSIMALARI HAKKINDA ANALİTİK BİR İNCELEME (1950-1990)

Menderes AKDAĞ¹

**Bu araştırma, 12.12.2020 tarihinde Covid-19 salgınında hayatını kaybeden annem Emine Cerit Akdağ'ın aziz hatırasına adanmıştır.*

Giriş

Filmler ve mezar taşları, meslekler, salgın hastalıklar, ölüm nedenleri, toplumsal cinsiyet, statü, ekonomi, sınıfsal farklar, göç gibi pek çok konuda bilgi verir. Mezar yapıları ile taşları ve filmler tarih, sosyoloji, etnografya, antropoloji gibi bilim dallarına katkı sunacak niteliktedir. Çalışmamızda Türk toplumunda etkili olmuş mesleklere odaklanılmış ve 1950-1990 yılları arasındaki süreç dikkate alınmıştır. Aydın, İzmir, Muğla ve İstanbul-Bağcılar'da bulunan yetmiş kadar kabristandaki mezar taşları, o taşlara yazılan meslekler açısından incelenmiştir. Bu dört ilde inceleme yapılmış olması araştırmamızın sınırlılığını ortaya koymaktadır. Ancak yeterli örneklem oluşturulmuştur. Türk sineması, mezar taşları ve meslekler arasında bir ilişkinin kurulabilmesi için yetmiş kadar film izlenmiştir. Araştırmamız sözlü tarih çalışması yanında dönemin gazetelerinden elde edilen bulgularla desteklenmiştir.



Resim 1: Göç, Ardahan'dan göç edip İstanbul Bağcılar'da hayata gözleri yuman bir kişi²

1. Mekân Meslek Kurum Kimlik ve Mezar Taşı

Bir yerleşim yerinin konumu o bölgedeki kimi mesleklerin öne çıkmasını sağlamaktadır. Aydın Telli'de mezarlığında avukatlığın ve kamu görevliliğinin mezar taşlarına daha fazla yansıdığı görülür. Buradaki mezar taşlarında balıkçılıkla ilgili herhangi bir ize rastlanmazken Söke ve Kuşadası'nda bulunan mezarlıklarda balıkçılık ön plandadır. Kent mezarlıklarında meslek adlarının mezar taşlarına daha fazla yazıldığı görülür. Köylerde ise öğretmen, bakkal, berber gibi meslek adları genelde yazılmaktadır. Buralarda ortak geçim alanı çiftçiliktir. Köy mezar taşlarında hayvancılık ve tarımla ilgili herhangi bir ibare yoktur. Fakat hayvan ticareti yapan

¹ Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, menderes.akdag@adu.edu.tr ORCID: 0000-0002-9301-684X , 0532 526 28 34

² İstanbul Bağcılar Mezarlığı, Mezar Tarihi: 1999.

kişi anlamına gelen celep ve hayvan kesimi ve et ticareti yapan anlamına gelen kasap ibarelerine kent mezarlıklarında rastlanmaktadır. Antik dönemde Efes limanının çökmesiyle Scala Nova adıyla Kuşadası önem kazanır. Bu durum Osmanlı döneminde de devam eder. Bu da burada statüsü yüksek adli ve idari devlet görevlilerinin bulunmasına yol açar. Kuşadası mezarlığında tümamiral seviyesinde yüksek rütbeli deniz subayı mezarları bulunmaktadır. Yargıtay Eski Başkanı Ferruh Adalı, Kuşadası CHP’de etkili isim olan Dr. Hulusi Buyral ile Demokrat Parti’de (DP) rol oynamış Haşmet Akdoğan’ın ve aynı parti milletvekili Şevki Hasırcı’nın kabri buradadır. Kuşadası turizm yeri olduğu için arabacılıktan öte faytonculuk günümüze yakın bir zamana kadar sürmüştür. Yine otel genel müdürlüğü gibi meslekler mezar taşlarına yansımıştır.

Kimi mezar taşlarında meslek adı yazılmamaktadır. Nevzat Biçer eski Aydın belediye başkanıdır. Biçer’in kabrinde bu belirtilmemiştir. Tek Parti Dönemi, Çok Partili Yaşama Geçiş Dönemi ve DP iktidarı döneminde Aydın’da tanınmış bir sima olan Adnan Menderes’in arkadaşı, CHP’li Hakkı Darcan’ın sinemacılık yaptığı bilinmektedir. Ancak onun mezar taşında bununla ilgili bir bilgi yer almamaktadır. Ahmet Emin Arkayın eski Aydın belediye başkanıdır. Milletvekilli iken görevi sırasında vefat eder. Arkayın’ın mezar taşında bunlarla ilgili herhangi bir bilgi sunulmamıştır. Fuat Erelçin, Aydın belediye başkanlığı, milletvekilliği yaptığı halde bunlar onun mezar taşında belirtilmemiştir. Mezar taşlarında kişilerin parti mensubiyetleri ve siyasi görüşleri neredeyse hiç yansıtılmamıştır. Parti mensubiyeti ve siyasi göreve dair yüzlerce mezar incelememiz sonucunda sadece iki tane örnek bulabildik. Bunlardan bir tanesi, Cevat Ülkü’ye ait mezar taşıdır. Cevat Ülkü, 1960 Darbesi sırasında DP Aydın milletvekilidir. Kendisi daha önce Aydın belediye başkanlığı da yapmıştır. Ülkü’nün DP’li olduğu mezar taşında belirtilmiştir. Öbür yandan 1961 yılında vefat eden Esat Şimşek’in eski CHP Söke ilçe başkanı olduğu mezar taşında belirtilmiştir. Mitat Aydın’ın Aydın ve Trabzon milletvekilliği yaptığı bilinmektedir. Ancak mezar taşında bu belirtilmemiştir. Bu kişinin sadece mühendis olduğu mezar taşında ifade edilmiştir. Neşet Akkor, İstiklal Mahkemelerinde yargıç olarak görev yapmıştır. Kendisi I. TBMM (Kurucu TBMM) milletvekilidir aynı zamanda çok partili yaşama geçiş sürecinde 1946 yılı genel seçimlerinde de Aydın milletvekili seçilir. Ancak mezar taşında sadece I. TBMM üyesi ve avukat olduğu belirtilmiştir. Hüsamettin Coşkun da 11. Dönem (1957-1960) Aydın DP milletvekilidir. Darbe mağduru milletvekili olduğu halde mezar taşında sadece milletvekili olduğu yazılmış, partisi belirtilmemiştir. Darbe döneminde Piraye Levent’in DP milletvekili olduğu, Yassıada’da yargılandığı halde onun partisinin adı mezar taşına yazılmamıştır. DP Ağrı Milletvekili olan eski Aydın belediye başkanı Selim Yatağan’ın mezar taşında böyle bir bilgi yoktur. CHP listelerinden Aydın Senatörü ve daha sonra Halkçı Parti’den milletvekili seçilen Halil Goral’ın mezar taşında senatörlüğü ve milletvekilliği belirtilmiş ancak parti adı yazılmamıştır. Adalet Partisi’nden senatörlük yapmış olan Metin Taş’ın mezar taşı için de aynı şey söylenebilir.

TDK sözlüğünde meslek “*Belli bir eğitim ile kazanılan, sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş*” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2021). Meslek bir statüdür ve sosyal ilişkilerin kurulmasında etkilidir. Öte yandan meslek bir benlik meselesi haline gelmektedir.

Kişiliğin bir parçası olmaktadır. Meslek kimi zaman kendini ifade etme biçimine dönüşmektedir. Meslek icraları, saygınlığı olan kurumlarda söz konusu ise burada bambaşka bir durum geçerlidir. 1990'lı yıllarda kapanan ve Aydın'da yaklaşık 40 yıl hizmet vermiş olan Aydın Tekstil Fabrikası önemli kurumdu. Türkiye'nin pek çok yerine bu kurum kumaş ve hazır elbise göndermiştir. Binlerce kişi buradan ekmek yemiştir. Fabrika sadece mal üretmekle kalmamış kendi yeşil alanını da oluşturarak adeta bir kent ormanı var etmiştir. Fabrika kreş vb. sosyal donatılar bakımından da oldukça zengindi. Ölen kişi buranın çalışanı ise mezar taşına "tekstil açısı" vb. şeklinde bir ifadeyle durum yazılmıştır. Atatürk dönemi yatırımı olan Nazilli Basma Fabrikası uzun süre Sümerbank bünyesinde faaliyet gösterir. Yukarıda ifade edilenler bu fabrika için de geçerlidir. Söke Asri Mezarlığındaki mezar taşlarındaki "çimentodan emekli" şeklindeki ibareler Söke Çimento Fabrikasını işaret etmektedir Aydın'da ilk lise II. Dünya Savaşı sonrası 1948'de açılmıştır. Bu Aydın Lisesi'nde okumak için öğrenciler trenlerle çevre kasaba ve ilçelerden Aydın'a gelmiştir. Kimi aileler, çocuklarını burada okutmak için kente göç etmiştir. Bu kurumun öğretmenlerini neredeyse Aydın ilinin tüm halkı tanımaktadır. Bu kurum, 1980'lere kadar Aydın ilinin etkili kurumlarından birisi olmuştur (Akdağ M. , Deli Gönüm, 2018). Öğretmenlik, Aydın Lisesi gibi kurumlarda icra edilmişse bu durum ayrıca mezar taşlarında belirtilmiştir. Aydın'ın en eski ilkokullarından bir tanesi Güzelhisar İlkokulu'dur. Bu okul, Aydın'ın en merkezi yeri olan Adnan Menderes Bulvarı'nda yer alır. Bu bulvar geçmişte üst sınıf ailelerin oturduğu apartmanlarla çevrilidir. Bu okulda üst sınıf ve alt sınıf mensubu çocuklar bir arada okurdu. Bu okul, bir zamanlar adını mezar taşlarına yazdıracak kadar önemliydi. 1980 Darbesi öncesi Devrim İlkokulu olarak bilinen Yahya Kemal Beyatlı İlkokulu da Aydın ilinde etkilidir. Aydın Devlet Hastanesi, Aydın'ın en eski hastanelerindedir. Önceden kent nüfusu ve doktor sayısı oldukça az olduğu için bu kurum bünyesinde hizmet veren tüm doktorlar neredeyse Aydın halkının tamamı tarafından bilinmekteydi. Uzun yıllar Türkiye'de tütün ve üzüm ekimi Türk köylüsünün başat geçim kaynağı olmuştur. Bu anlamda tütünün satın alınması, işlenmesi ve pazarlanması için tek yetkili kurum TEKEL'dir. Buna alkol de dâhildir. Dolayısıyla bakkallar, köylü tarafından bu kurum oldukça yakından bilinirdi. Tütün ekspertizi olarak bilinen kişiler bu kurumda çalışırdı. Köylünün getirdiği tütüne kalite seviyesi takdir ederlerdi. Tütün alımı da bu fiyat üzerinden belirlenirdi. Tütün fiyatları ve politikaları açısından hükümetlerce bazen köylü aleyhine kararlar da alındığı olmaktaydı. Ancak bu kurum, standartları çoğu kez adil biçimde uygulamaktaydı. Bu kurumun toplumda saygın bir yeri olması gerekir ki mezar taşlarında adı zikredilmiştir. Aydın'ın en eski camilerinden bir tanesi Bey Camisi'dir. Bu cami günümüzde kent meydanında kalır. Cami önü birbirini bulmak isteyenler için tam bir adres verme veya buluşma noktasıdır. Cami, neredeyse herkes tarafından bilinmektedir. Bu camide kandillerde, ramazanlarda özel programlar uygulanmaktadır. Pek çok önemli kişinin cenazesi buradan kaldırılmaktadır. Dolayısıyla burada hizmet veriyor olmak çoğu kez onur vesilesidir.



Resim 2: Önemli kurum Aydın Lisesi³



Resim 3: Önemli kurum Aydın Devlet Hastanesi⁴

2. Mezar Taşlarında Toplumsal Cinsiyet ve Meslekler

Meslek belirtilen mezar taşlarının neredeyse tamamının erkeklere ait olduğu söylenebilir. Bir tek kadınlar için öğretmenlik meslek olarak belirtilmiştir. Bu durum Türk sineması açısından paralellik göstermektedir. 1980'lere kadar filmlerdeki meslek temsillerinin neredeyse tamamı erkeklerden oluşmaktadır. Şoför Nebahat film serisindeki karakter farklı değerlendirilmelidir (Erksan, Şoför Nebahat, 1960). Bu filmin iki tane devam filmi çekilir. Bunlardan ilki Şoför Nebahat ve Kızı adlı filmidir (Duru, Şoför Nebahat ve Kızı, 1964). Diğeri ise Şoför Nebahat Bizde Kabahat adıyla bilinmektedir (Duru, Şoför Nebahat Bizde Kabahat , 1965). Bir tane tekrar çekimi gerçekleşmiştir. Dört filmde de kadın şoför, erkekleşmiş kadın olarak temsil edilir. O günkü toplum bu mesleği erkek işi olarak görmektedir. Film yapımcıları da bir kadını erkekleştirerek filmi izlenebilir hale getirmiştir. Elbette filmlerde görülen ev temizliğine giden, konsomatrislik veya şarkıcılık yapan kadınları saymamak gerekir. Türk sinemasında meslek temelinde ilk kadın figürler öğretmenlerdir. Bu anlatılanlar, Türk toplumunun yansıması gibidir. Kadın, mezar taşlarında anne olarak daha çok imgenenmiştir veya kadın erkek üzerinden tanımlamıştır: “Mustafa kızı” şeklindeki tanımlama kişinin geldiği soy tanımlamasında erkek temelli olduğunu bize gösterir. Ölen kadın “Mehmet eşi” gibi bir erkeğin eşi olarak tanımlanırken erkek kesinlikle bir kadının eşi olarak tanımlanmamıştır. O, sadece babasının oğludur. Yine kadın kocasının ve çocuğunun mesleği üzerinden mezar taşlarında tanımlanmıştır. Mezar taşlarında “Devlet Demiryolları Bölge Şefinin Eşi” ya da “Aydın Bölge Sıtma Savaş Doktorlarından... annesi burada mefundur” şeklinde ibarelere sıklıkla rastlamak mümkündür. Bir erkeğin ölen kadına aşkını anlatan mezar taşları bu duruma istisnadır. Sadece yüksek statüde bulunmuş Piraye Levent gibi birkaç istisnai kadın, yaptığı iş üzerinden tanımlanmıştır.

³ Telledede Mezarlığı, 06.04.2021- Mezar tarihi: 1998.

⁴ Telledede Mezarlığı, 06.04.2021- Mezar tarihi: 1959.



Resim 4: DP Dönemi Aydın kadın milletvekili, Yassıada'da 5 yıl hapis yatan Eczacı Piraye Levent⁵



Resim 5: Eşinin mesleği üzerinden kadın kimliğinin tanımlanması⁶

1948 yılında Aydın'da açılan kız sanat okulunda daktilo ve dikiş-nakış konularında dersler verilir. Daktilo konusunda yetiştirilen kızlar adliyelerde ve kamuda çalışabileceklerdir. Böylelikle kızlar hem bekârlıklarında hem evliliklerinde yaşadıkları eve, yaptıkları dikiş-nakış işleri ile ekonomik katkı sağlayacaklardı. Aynı yıllarda Aydın'da dikiş-nakış malzemesi satan dükkân sayısında artış olmuştur (Akdağ M. , Bir Başbakanın Doğuşu ve Onu Doğuran Şehir - Adnan Menderes'in Muhalefet Yılları ve Aydın İli (1946-1950), 2018, s. 87-91). Aydın'da dikiş makinesi tamirciliği şeklinde bir meslek ortaya çıkmıştır. Singer dönemin önemli markasıdır. Yukarıda anlatılanların izlerini hem Türk sinemasında da görmek mümkündür.



Resim 6: Singer Dikiş Makinesinin Filme Yansıması (Aksoy, Şoför, 1976).

3. Ortadan Kalkmış Olan veya Etkisi Kaybolan Meslekler

Sosyal, siyasal, ekonomik değişimler ve teknolojinin etkisiyle kimi mesleklerin şekil değiştirdiği veya tamamen ortadan kalktığı görülmektedir. Günümüzde semercilik, çobanlık, dondurmacılık, yorgancılık gibi meslekler etkisini kaybetmiştir (Akdağ M. , Üşüyen Yorgan, 2017). 1970'lerde kara taşıtlarının yaygınlaşması ve endüstriyel içecek üretiminin ve tüketimin artması, şerbetçilik, ev tipi gazoz üreticiliği gibi meslekleri bitirmiştir. Dondurmacılık

⁵ Telliçede Mezarlığı, 06.04.2021- Mezar tarihi: 1992. "Nafia (Bayındırlık ve İmar) Başkâtibi Hanımı (Eşi) Hatice Kazancıgil"

⁶ Telliçede Mezarlığı, 06.04.2021, Mezar tarihi: 1948.

mesleğinin nasıl bittiği konusuna *Dondurmam Gaymak* adlı film iyi bir örnek oluşturmaktadır (Aksu, Dondurmam Gaymak, 2005). *İftarlık Gazoz* filminin ana karakteri ise gazozcudur (Aksu, İftarlık Gazoz, 2016). Kentleşme ve modernleşme sürecinde döşekler ortadan kalkmaya başlar. Onların yerine karyola veya somya gelir. Bunu günümüzdeki yüksek teknoloji endüstriyel yataklarla karıştırmamak gerekir. Bunlar daha çok demir ve yay veya tahta kullanılarak üretilmiş bazanın üzerine yere serilmiş döşeklerin konmasıyla yapılır. Yataklar belli bir satıh üzerinde sabitlenmiştir. Kentlerde ve kasabalarda bu nedenle somya karyola yapan ustalar ortaya çıkmıştır.



Resim 7: 1976 yılı yapımı Şoför adlı filmde endüstriyel içecek markasının tente reklamı ve bakkal önündeki içecek şişelerinin görünümü (Aksoy, Şoför, 1976).⁷



Resim 8: Gazozculuğun mezar taşına yansması⁸



Resim 9: İstanbul Beyazıt Meydanı'nda geleneksel limonatacılar ve bunun filme yansması (Saydam, Evlilik Şirketi, 1977).

1990 öncesi seyyar köfte ve pilav gibi gıda satışının Türkiye’de etkin olduğu yıllardır. Bu, o dönemdeki sinemaya ve mezar taşlarına yansır (Orbey, 1976). Söz konusu meslekler bazı filmlere konu olur. (Akad Ö. L., Düğün, 1973). Soğuk zincir henüz kurulamadığı için bakkalarda oranın kimi yerli insanları tarafından üretilen yoğurt satılırdı. Hastanelere,

⁷ Endüstriyel, şişeli içecek sektörünün 1970’lerin başında başlaması ve geleneksel limonata, gazoz yapımının bitmeye başlaması.

⁸ Telli dede Mezarlığı, 12.04.2021, Mezar tarihi: 1973.

lokantalara aynı kişiler yoğurt temin ederdi. Bu kişilere yoğurtçu denirdi. Türkiye’de kırsala elektrik ulaştırılması 1980’lere dayanır. Aydın’da demiryolu ve karayoluna oldukça yakın bir yerde bulunan Akçeşme köyüne elektrik 1974’te getirilebilir (Akdağ M. , Gerçekçi Türk Sinemasındaki Köy Gerçekliğinin Köy Belgeleriyle Karşılaştırılması (1961-1971), Aralık - 2020). 1970’lere kadar köylerde aydınlatma gaz lambası ile sağlanırdı. Bunun için köye gelen çerçilerde gazyağı lambası camı, fitili mutlaka bulunurdu. Köydeki veya kasabalardaki bakkalarda tenekelerin içinde gazyağı mevcuttu. Gazyağı lambası ile aydınlatma ve gazocağı (gazyağlı) ile pişirme pek çok filme konu olurdu. Şehirlerde ise gazyağı ısınmada da kullanılmaktaydı. 1974-1980 arasında kışın artan gazyağı talebi karşısında gazyağının çoğu kez karaborsaya düştüğü de bilinmektedir (Hürriyet, 21 Aralık 1977). Elektrik kullanımının yaygınlaşması, sıkıştırılmış gazdan (LPG) oluşmuş tüplerin kullanılmaya başlanmasıyla gazyağı kullanımı iyice azalmıştır.



Resim 10: Yoğurtçu⁹



Resim 11: Gazyağcı, elektriksiz günler¹⁰

Türkiye’de 1980’den önce ormanlardan yakacak amaçlı ağaç kesilmesi çoğunlukla ormancılarla insanları karşı karşıya getirmekteydi. Köylülerin büyük çoğunluğu odunların bir kısmını da eşek katarları veya jeep tarzı arabalarla şehir ve kasabalara getirip satmaktaydı (Cerit, 2012, s. 44-46). Bugün köyden kente göçün artması, yakacak olarak kömürün ve doğalgazın kullanılmasının yaygınlaşması vb. nedenlerle ormancılarla insanların karşılaşması durumu neredeyse ortadan kalkmıştır. Ormancılık veya orman bekçiliği henüz biten bir meslek olmamasına rağmen toplum tarafından bilinirliği azalmıştır. Ormancılık türkülere, Şark Bülbülü gibi kimi filmlere konu olmuş bir meslektir (Tibet, Şark Bülbülü, 1979). 1980’den önce sinema salonları o kentin veya kasabanın eşrafi tarafından işletilmektedir. Kasaba ve kentlerde

⁹ Aydın-Kuşadası Adalızade Mezarlığı, 21.03.2021, Mezar Tarihi: 1983, 2020

¹⁰ Tellidede Mezarlığı, 09.04.2021, Mezar tarihi: 1971.

sinema salonlarını işletenlere sinemacı denmektedir. Sinemalarda genelde gişe elamanı, biletçi, makinist (film oynatma makinesini kullanan kişi), büfeci (meşrubat vb. satışı) şeklinde dört kişi çalışırdı. Bu durum, pek çok filme konu olmuştur. Sinemacılar, hoparlör bağlanmış üzerine film afişleri yapıştırılmış bir vaziyette kasaba ve kent sokaklarında anons yapa yapa araba dolaştırıp filmlere izleyici çekmeye çalışırlardı. Kimi zaman sinemacılar bu iş için belediye hoparlörlerini kullanırlardı (Akdağ M. , Türk Sinema Tarihinde Film Reklamları: 1977 Yılı Hürriyet Gazetesi Örneği, 2020). Bu durum pek çok Türk filmine yansır (Yılmaz, Bir Yudum Sevgi, 1984). Döneminde sinemacıların kimi zaman sıhhiye işleri ve belediyelerle başları derde girerdi. Çünkü belediyeler, film için kesilen biletlerden belli bir oranda harç alırdı. Bunun yanında uyuz vb. salgın hastalıklar durumunda ilk kapatılan mekânlardan birisi sinemalar olurdu. Doktor Civanım adlı filmde bununla ilgili pek çok sahne bulmak mümkündür (Tibet, Doktor Civanım, 1982). Dijital sinemaya geçildikten sonra makinistlik geçmişte kalan bir meslek olur. Zincir sinema salonlarına gidenler artık o salonların patronlarının isimlerini bilmeyecekler veya onlarla hiç karşılaşmayacaklardır. Artık sinemacılık, filmlerde ve mezar taşlarında bir imgedir. Günümüzde alışveriş merkezleri, insanların uğrak yeri olmuştur. Zincir mağazalar, hemen her mahalleye açılmıştır. Mahalle kültürüyle birlikte bakkallık da etkisini yitirmiştir. Bakkalların veresiye defterleri yerine kredi kartları almıştır. 1980 öncesinde çekilmiş yüzlerce Türk filminde bakkal karakterini görmek mümkündür. Başlangıçta Türk filmlerinde bakkallarla ilgili olumlu bir algı söz konusudur. Türkiye’de hayat pahalılığı arttıkça, veresiye defterleri kabardıkça film kahramanları bakkalın kasabın önünden geçemez olur. Bazen bozuk ekonomik düzende bakkallar düşman ilan edilir. Ömer Lütfi Akad’ın üçlemesinden biri olan Gelin adlı filminde bakkal iyi bir karakter değildir (Akad L. Ö., Gelin, 1973). Kemal Sunal filmlerinin pek çoğunda Şaban karakterine, onun yakın akrabasından bakkal miras kalmaktadır. Burada bakkala bakan kişi ile Şaban arasında ciddi mücadele yaşanmaktadır (Baytan, Sakar Şakir, 1977). Çöpçüler Kralı gibi mahalle kültürünü yansıtan filmlerde bakkallar iyi bir temsil ile yansıtılmıştır (Ökten, Çöpçüler Kralı, 1977). Kapıcılar Kralı adlı film için de aynı şey söylenebilir (Ökten, Kapıcılar Kralı, 1977). Bekçiler Kralı adlı filmde ise 1980 öncesi Türkiye’de görülen karaborsacılık ve stokçuluğun sorumlularından birisi de bakkallar gibi gösterilmiştir. Bakkallar bir şekilde filmlerde çok fazla yer alır. Bakkallık mezar taşlarında da en fazla zikredilen mesleklerden bir tanesidir.



Resim 12: Sinemacı¹¹

¹¹ Söke Sazlı Yeni Mezarlık, 06.04.2021, Mezar Tarihi: 2013.



Resim 13: Bakkal (Yılmaz, Köşeyi Dönen Adam, 1978).

Türkiye’de 1950’den sonra karayollarının etkili olmaya başladığı söylenebilir. Köylere ise yolun gitmesi zaman alır. Bu açıdan uzun yıllar köylü için kağrı, at arabası önemini korur. 1960’ların Türkiye’sini anlatan Yılların Öcü adlı film kağrı sahnesi ile açılır, kağrı sahnesi ile kapanır (Erksan, Yılanların Öcü, 1962). Yılanların Öcü’nden önce çekilen Beyaz Mendil adlı filmde de köylüler diğer köye öküz arabasına binerek kız istemeye gitmektedir (Akad Ö. L., Beyaz Mendil, 1955). Öküz, at, katır gibi hayvanlar hem çift sürmek hem ulaşım için önemlidir. Kağrı ve at arabası yapımı ve bununla ilgili meslekler uzun süre önemini korur. Köylü şehre veya kasabaya geldiğinde onların atını, öküzünü, eşeğini bağlayacağı hanlar bir müddet daha varlığını sürdürür. Öbür yandan 1950’den sonra Türk çiftçisinin traktör kullanımı yaygınlaşır. Ancak pek çok tarım arazisi engebeli olduğu için çift sürmede kullanılan hayvanlar önemini korumaya devam eder. Söz konusu binek ve çift hayvanlarının nallanması önemlidir. Nalbantlık da bu nedenle belli bir süre daha etkinliğini sürdürür. 1980 öncesi toplumun büyük bir kesimi nakit para sıkıntısı çeker. Özellikle alt sınıf çocuklarının ve köylü çocuklarının bisiklet gibi gereçlere ulaşması çok mümkün değildir. O nedenle kent ve kasaba meydanlarında çok küçük ücrete birkaç tur şeklinde bisiklet kiralayan kişiler vardı. Bunlardan kimisi bisiklet tamiri de yapardı. Bu kişiler bisikletçi olarak bilinirdi. Mezar taşlarında zikredilen mesleklerden birisi de budur. Bazı mesleklerin zamanla ciddi anlamda şekil değiştirdiği görülür. Ah Güzel İstanbul adlı filmin ana karakteri fotoğrafçıdır (Yılmaz, Ah Güzel İstanbul , 1966). Ancak dijital fotoğrafçılığın yaygınlaşması, fotoğraf makinalarının kolayca taşınabilmesi ve bu makinalara pek çok kişinin ulaşabilmesi, cep telefonu teknolojisi günümüzde fotoğrafçılığı tamamen dönüştürmüş durumdadır. Öbür yandan günümüzde fırınlar halen önemini korumaktadır. Mezar taşlarına en çok yansıyan meslekler arasında fırıncılığın günümüzde tamamen şekil değiştirdiği söylenebilir. Fırıncılık, pek çok filme konu veya gazetelere haber olur (Hürriyet, 28 Mayıs 1977). Önceden düğünlerde kız evinde tümbek, tef çalan roman kadınlar görev alırken oğlan evinde davul zurna, gırnata çalınırken 1980’lerin ortasından itibaren düğünlerin büyük çoğunluğu sokaklardan salonlara kayar. Piyanist şantörler dönemi başlar (Gürsu, Nikah Masası, 1982). Yine değişime uğrayan mesleklerden bir tanesi futbolculuktur (Tibet, Gol Kralı, 1980). Önceden futbol, İstanbul kulüpleri de dâhil daha mütevazı koşullarda hizmet yürütürken iletişim araçların gelişmesiyle endüstriyel hale gelir. Türk futbolunun bu ciddi değişimi televizyonla beraber 1970’lerden itibaren başlar.



Resim 14: Kağnıcı¹²



Resim 15: Yılanların Öcü adlı filmin açılış sahnesi.



Resim 16: Sokaklarda bisiklet kiralayan ve bakım tamirini yapan bisikletçiler (Duru, Şoför Nebahat ve Kızı, 1964).



Resim 17: Fotoğrafçı¹³

¹² Tellidede Mezarlığı, 10.04.2021, Mezar Tarihi: 1982.

¹³ A.g.k.



Resim 18: Foto Osman¹⁴



Resim 19: Pianist şantör¹⁵



Resim 20: Kurtuluş Savaşı yılları ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında Galatasaray'ın oyuncusu A. Fazıl Köprülü.¹⁶

4. Sinemanın Saygın Meslekleri ve Sinemada Algısı Olumsuz Meslekler

Özellikle 1980 öncesinde Türk Sineması'nda belki sansür yönetmeliği ve diğer nedenlerle asker, polis ve hâkimler hakkında olumsuz bir algı oluşturacak herhangi bir film yapılmamıştır denebilir. Aynı zamanda mezar taşlarında sıklıkla sözü edilen mesleklerden biri subaylık diğeri ise hâkimliktir. 1983 yılı sonrası Turgut Özal'ın başbakan olması ve Anavatan Partisi'nin iktidar olması sonrasında başlayan liberal politikalar sinemada hâkimlerin filmlerdeki temsilinde kısmi değişikliğe neden olur. Ancak bu, yine söz konusu meslek erbaplarının olumlu algısını bozacak nitelikte değildir. Adalette aksayan yönler daha çok adalet sistemi üzerinden eleştirilmiştir (Ökten, Davacı, 1986). Türkiye'de okuma yazmanın düşük olduğu bir ortamda okumuş olmak oldukça önemlidir (Cerit, 2012, s. 16). Söz konusu dönemlerde herhangi bir

¹⁴ Tellidede Mezarlığı, 06.04.2021, Mezar tarihi: 1957.

¹⁵ Söke Asri Mezarlığı, 09.04.2021, Mezar tarihi: 2007.

¹⁶ Tellidede Mezarlığı, 06.04.2021, Mezar tarihi: 1948.

nedenden dolayı vefat eden bir ortaokul veya lise öğrencisinin mezar taşlarına onun okuluyla ilgili ayrıntılı bilgiler yazılmış olması bu bakımdan anlamlıdır. Ankara’da tıp fakültesinde okuyan Kazım adlı bir genç Artvin’de dağcılık faaliyeti esnasında 1970’lerin ortasında hayatını kaybeder. 2016 yılında bu gençle ilgili belgesel film yapılır. 40 yıl sonra bölgeye bunun için gidildiğinde köylüler bu genci hatırlar. Onlar ilk defa üniversiteli bir genç görmüştür. Onun cansız bedenini kendi elleriyle dağdan indirmişlerdir (Kaya, 2016). Mezar taşlarına yazılan mühendislik gibi meslekler de bu şekilde değerlendirilmelidir. Öbür yandan, 1980 öncesinde doktorlar Türk sinemasında olumludur (Akad Ö. L., 1955). Onlar, sakin, babacan insanlar olarak temsil edilmiştir (Baytan, Korkusuz Korkak, 1979). Belki de sinemada en fazla temsili olan meslek doktorluktur. Ancak 1980 öncesi özel muayeneler yaygındır (Yeni Asır, 9 Temmuz 1978). Sağlık hizmetlerinde aksaklıklar ve sıkıntılar yaşanmaktadır (Yeni Asır, 8 Ağustos 1978) Salgın hastalıklar yaygındır (Hürriyet, 24 Ağustos 1977). Bebek ve çocuk ölüm oranları yüksektir (Akdağ M. , Youtube, 2021). Bu oran uzun süre aşağıya çekilememiştir (Hürriyet, 24 Ağustos 1977). Bu nedenlerle pek çok filmde hizmet etmek için Anadolu’ya gitmek isteyen idealize doktor karakteri var edilmiştir (Çakmaklı, 1974). Bu bakımdan kimi filmlerde doktor adaylarına onların kökleri hatırlatılmıştır (Refiğ, 1964). Kırsalda doktor, oldukça değerli bir insandır. Doktorlukla ilgili müstakil filmler de yapılır. Bunlardan bir tanesi Gelinin Muradı’dır (Yılmaz, Murat’ın Gelini, 1957).



Resim 21: Hakim ve Çanakkale¹⁷



Resim 22: Hâkim (Tibet, Umudumuz Şaban, 1979).

¹⁷ Telledede Mezarlığı, 06.04.2021, Mezar tarihi: 1967.



Resim 23: Komiser (Saydam, Evlilik Şirketi, 1977).

1990 öncesi Türk sinemasında olumsuz algıya sahip mesleklerden bir tanesi müteahhitlik. Mezar taşlarında en az yazılan mesleklerden birisi de budur. Bu müteahhitlerin de 1970 sonrası ortaya çıkan müteahhit kavramı ile karıştırmamak gerekmektedir. Mezar taşlarına müteahhit şeklinde yazılan kişiler Türkiye’de henüz köyden kente göç başlamadan kentlerde bir katlı ev yapan kişilerdir. Daha çok arsa sahipleri, bu kişilere evlerinin yapılması için iş vermektedir. 1970 sonrası köyden kente göç artar. Konut ve arsa ihtiyacı fazlalaşır. Çoklu konut ve siteler yapılmaya başlanır. Bu durum müteahhitlerin sermaye gücünü artırır. Ancak 1970-1980 arasında arazi, arsa yolsuzluklarıyla ilgili haberler gazetelerden düşmemektedir (Yeni Asır, 2 Temmuz 1978). Keşanlı Ali Destanı adlı filmde buna benzer bir durumu anlatmaktadır (Yılmaz, Keşanlı Ali Destanı, 1964). Binalar da sıklıkla çökmektedir (Hürriyet, 19 Eylül 1977).¹⁸ İş kazaları oldukça yüksektir (Akdağ M. , Youtube, 2022). Bu kazaların pek çoğu inşaatlarda meydana gelmektedir. Özellikle büyükşehirlerde konut fiyatları ile kiralar oldukça yüksektir (Hürriyet, 20 Mayıs 1977). Bu durumdan o günlerde yapsatçı olarak bilinen müteahhitler sorumlu tutulmaktadır (Hürriyet, 1 Aralık 1977). Belki bunların etkisiyle Türk sinemasında müteahhitler pek olumlu şekilde temsil edilmemiştir (Eğilmez, Gülen Gözler, 1977). 1980 sonrasında liberal ekonomiye geçiş safhasında bir takım yolsuzluk haberleri duyulur (Milliyet, 22 Eylül 1994). Şener Şen’in oynadığı Namuslu filminde bir mutemedin hayatı anlatılır. Yolsuzluk genelde para üzerinden para için yapılır. Bu durum bir hesaplama ve ödeme uzmanı olan mutemet üzerinden anlatılabilirdi (Eğilmez, Namuslu, 1985).



Resim 24: Müteahhit (Tibet, Umudumuz Şaban, 1979).

¹⁸ Hürriyet 29 Kasım 1977.

5. Mezar Taşlarında En Çok Adı Geçen Meslekler ve Sinema

Tablo 1: Meslekler

Mezar Taşlarında En Çok Geçen Meslek Adları		
No	Mezar Taşında Geçen Meslek Adı	Adedi (Kaç Mezar Taşında Geçtiği)
1	Öğretmen - Başöğretmen	215
2	Kamu Görevlisi (Memur - Mübaşir – Şef – Amir – İcra İflas Müdürü ve memuru, Maliyeci, Vakıf Müdürü, Okul Müdürü, SSK müfettişi, ilkokul müfettişi, Vali Yardımcısı, Sağlık Müdürü, Muhakemat Müdürü, Nahiye (Bucak) Müdürü, Mutemet, PTT Müdürü, Nüfus Müdürü, Mal Müdürü, Cezaevi Müdürü, Gümrük Muhafız Müdürlüğü, Meteoroloji Müdürü, TEKEL Baş Müdürü, Hapishane Müdürü)	164
3	Subay-Astsubay	58
4	Şoför / Kamyoncu	47 / 2
5	Komiser-Polis	41
6	Doktor	40
7	Avukat	39
8	Kahveci	35
9	Fırıncı - Ekmekçi	32
10	Banka Çalışanı (Bankacı) / Banka Müdürü / Banka Genel Müdür Yardımcısı	17 / 14 / 1
11	Terzi	30
12	Berber / Usturacı	24 / 1
13	Ziraat Mühendisi – Makine Mühendisi – Maden Mühendisi- Elektrik Mühendisi – Tekstil Mühendisi – İnşaat Mühendisi- Orman Mühendisi- Çevre mühendisi Kimya Mühendisi	24
14	Bakkal	23
15	Marangoz	22
16	İmam-Hafız-Vaiz-Müftü-Kuran Kursu Hocası- Müezzin - Mevlüthan	22
17	Üst düzey subay (General, Amiral, Albay)	21
18	Kasap	21
19	Aşçı – Aşçıbaşı	20
20	Ayakkabıcı (pabuççu, kunduracı)	20
21	At arabacı / Faytoncu	15 / 1

22	İnşaat Ustası - Sıvacı	15 / 1
23	Boyacı	15
24	Demirci	14
25	Bahçevan	14
26	Eczacı	13
27	TCDD Çalışanı, trençi (Makinist, Katar Şefi, Biletçi vb)	13
28	Belediye Başkanı	12
29	Kâtip-Başkâtip	12
30	Hemşire – Sağlık Memuru – Laborant - Ebe	5 / 4 / 1 / 1
31	Peynirci	11
32	Celep	10
33	Muhasebeci / Mali Müşavir	4 / 1

5.1. Öğretmen – Öğretmenlik

Mezarların yapısı ve mezarlık içinde nerede buldukları, mesleklerin veya o kişilerin statülerini gösterir. 1950'ye kadar öğretmen mezarların nispi olarak daha iyi olduğu, öğretmenlerin mezarlıklarda ise daha çok özel alanlarda defnedildikleri görülmektedir. Daha sonraları öğretmen mezarlarının standart mezarlara dönüştüğü ve özel alanlardan uzaklaştığı bilinmektedir. Ancak onların mezar taşlarında öğretmen oldukları belirtilmeye devam etmiştir. Yukarıdaki ifadelerden 1950 sonrası öğretmenlerin statülerinde nispi bir gerileme olduğu sonucu buradan çıkarılsa dahi mezar taşlarını genelde ölen kişinin evlatları veya yakınları tarafından dikildiği gerçeğinden hareketle öğretmenliğin halen gurur duyulan bir meslek olduğu sonucu çıkarılabilir. Türk sinemasındaki öğretmenin temsili aslında yukarıdakilerden çok farklı değildir. Öğretmen, Türk Sinemasında genelde asil, soylu, gayretli, adanmış olarak temsil edilmiştir. O, cehaletle savaşır, aydındır, insanı sever, sömürüye karşı çıkar (Jöntürk, Öğretmen Kemal, 1981). Bu açıdan bakıldığında öğretmenin söz konusu fonksiyonları kimilerini rahatsız eder. Bu kimseler tarafından öğretmen tacize, zorbalığa uğrar (Akad Ö. L., Vurun Kahpeye, 1949).¹⁹ Kuşadası'nda belediye tarafından adına anı evi açılan Çalığışu da böyledir (Seden, 1966).²⁰ 1977'de 3 aylık kursla öğretmen atanması, eğitimin özelleşmeye başlaması, öğretmenlerin sürekli görüşlerinden dolayı sürgün edilmesi, görevlerinden uzaklaştırılmaları 1970'lerde öğretmen imajıyla ilgili ilk ciddi sorunları oluşturur (Akdağ M. , Tüm Yönleriyle Siyasi Algı ve Propaganda, 2018). 1970'lerde çekilen Hababam Sınıfı film serileri aslında yukarıdaki gerçekliği kısmen aktarmaktadır (Eğilmez, Hababam Sınıfı Tatilde, 1978). Hababam Sınıfı film serisindeki Mahmut Hoca figürü, aslında statü erimesine karşılık direnen bir karakterdir (Eğilmez, Hababam Sınıfı, 1974). 1970'lerin ortasından itibaren Türkiye'ye uygulanan ambargo, dünya petrol krizi gibi asıl nedenlerle Türkiye'de artan hayat pahalılığı

¹⁹ Halide Edip Adıvar, *Vurun Kahpeye*, Özgür Yayınları, İstanbul, 1926.

²⁰ Osman F. Seden, *Çalığışu*, 1966 (Sinema filmi), Reşat Nuri Güntekin, *Çalığışu*, Vakıf yay. İstanbul, 1922.

Türkiye’de çalışan kesimin ücretlerini reel anlamda oldukça eritir. Buna öğretmenler de dâhildir (Hürriyet, 27 Eylül 1977).²¹ 12 Eylül 1980 Darbesi sonrasında ve ANAP iktidarları döneminde yüksek enflasyon baskısı devam eder. Öğretmenlerin geçim kaygıları sürer. Söz konusu gerçeklik Türk Sinemasına yansır (Tibet, Öğretmen, 1988).²² Ne olursa olsun Türk Sinemasının öğretmenlerin statüsünü sarsacak temsillerden uzak durduğu söylenebilir. Türk sineması, son dönemlerde öğretmenlerin ekonomik ve sosyal sorunlarına eğilmiştir.



Resim 25: Öğretmenler (Hürriyet, 27 Eylül 1977).

5.2. Şoför – Şoförlük



Resim 26: Şoför tiplmesi (Duru, Şoför Nebahat Bizde Kabahat , 1965).

Türkiye, 1950 sonrası çok hızlı bir şekilde karayollarına geçiş yapar. Bu ani geçiş, alt yapı eksikliğini de beraberinde getirir. Trafik kültürü yerleşmeden ve eğitim seviyesini yukarıya çekmeden karayolları var edilir. Aynı zamanda yollardaki teknik eksiklikler dikkat çekicidir. Türk halkı özellikle Amerika’dan ithal, köylüler tarafından şeytanarabası olarak bilinen ciplere hayranlık duyar. Çocukların köylerine veya mahallelerine gelen arabaların peşinden koşturması pek çok filme yansır. Bu durum insanların otomobillere karşı merakını ve hayranlığını ortaya koyar (Yılmaz, Keşanlı Ali Destanı, 1964). Araçların aynı zamanda bir statü göstergesi, kendini ifade etme biçimi olduğu anlaşılır. Bütün bunlar, farklı bir şoförlük algısını var eder. Şoförler kendi aralarında bir konuşma tarzı geliştirir. Bu tarza jargon denir. Bu jargondan şoförlerin kendilerine aşırı güven içerisinde olduğu söylenebilir. Jargonlardan şu şekilde örnek verilebilir: “*asfalt gibi dümdüz etmek, asfalt yakmak...*” Bu aşırı özgüven kimi zaman şoförlerin trafik kurallarını hiçe sayma biçiminde ortaya çıkar. O dönemde bu meslek gurubuyla ilgili olarak “*şoför milleti değil mi?*” şeklinde söylem gelişir. Araba üzerinden kendini ifade etme her zaman görülmüştür. İlginçtir mezar taşlarına “*vali eski şoförü*” şeklinde ibareler yansır. Makam şoförü, özel şoför gibi kavramlar gittikçe yaygınlaşır. Yılanların Öcü, Susuz Yaz gibi sosyolojik filmlerin yönetmeni Metin Erksan, şoför ve kadının toplumundaki konumunu iyi analiz eder. 1960 yılında Şoför Nebahat filmi yapar (Erksan, Şoför Nebahat, 1960). Bu filmler izleyici sayısını artırmak için toplumdaki şoför, araba algısını gerçeğe yakın

²¹ Hürriyet, 14 Kasım 1977.

²² Yavuz Tuğrul, *Gönül Yarastı*, 2005 (Sinema filmi).

yansıtmaya çalışır. Hız, kör cesaret o dönemlerde kutsanmıştır. Bu da filmlere yansımıştır. Bu durum, çok pahalıya mal olmuştur. Türkiye’de trafik kazalarında ölüm oranları o dönemde oldukça yüksektir. Mezar taşlarına en fazla yansıyan ölüm nedeni de trafik kazalarıdır. Şoför Nebahat film müziğinin sözleri şöyledir:

“Haydi, Nebahat abla Doç arabana atla! / Dümenimiz yolunda gazla ablacığım gazla! / Taksim, Şişli, Sarıyer durmadan hemen gider. / Ablacım ne olur İstinye’de duruver. /Saçları dalga dalga canım Nebahat abla! / Sevdiğim İstinye’de gazla ablacım gazla! (Hazineses, Nebahat Abla, 1960)”

Tablo 2: Şoför Filmleri.

Şoför Karakterinin Başrolde Olduğu Filmler			
Sıra	Film	Yıl	Yönetmeni
1	Şoför Nebahat	1960	Metin Erksan
2	Gecelerin Ötesi	1960	Metin Erksan
3	Otobüs Yolcuları	1961	Ertem Göreç
4	Şoför Nebahat ve Kızı,	1964	Süreyya Duru
5	Şoför Nebahat Bizde Kabahat	1965	Süreyya Duru
6	Şoförün Kızı	1965	Ülkü Erakalın
7	Şoför Nebahat	1970	Süreyya Duru
8	Şoför	1976	Orhan Aksoy
9	Taksi Şoförü	1977	Şerif Gören
10	Çiçek Abbas	1982	Sinan Çetin
11	Mavi Mavi	1985	İbrahim Tatlıses



Resim 27: Şoför kabri²³

²³ Kuşadası Adalızade Mezarlığı, 21.03.2021, Mezar tarihi: 2014.



Resim 28: Araba üzerinden kendini ifade etme.²⁴



Resim 29: 1960'ların ortasında kendini ifade etmenin önemli aracı üstü açık arabalar (Erakalın, 1966).



Resim 30: Özel şoför görev başında (Erakalın, 1966).



Resim 31: Araba şeklinde şoför mezarı²⁵

²⁴ Menderes Akdağ fotoğraf arşivi.

²⁵ Söke Asri Mezarlığı, 09.04.2021, Mezar Tarihi: 2002



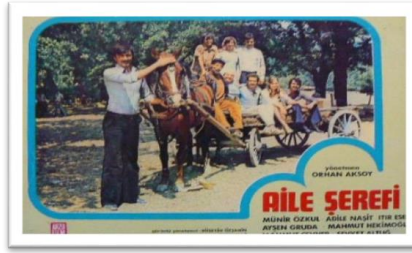
Resim 32: Anne ve oğlunu hayattan koparan trafik kazası²⁶

5.3. At Arabacılığı, Cambazlık, Bahçivanlık, Manavlık, Postacılık

Demiryollarının gelişmesiyle birlikte uluslararası ticaret hızlanmış ve ticareti kapasite genişlemiştir. Aynı şekilde buharlı makinelerin kullanılmasıyla birlikte deniz yollarında hız ve kapasite artmıştır. Bu nedenle limanlara ve demiryolu istasyonlarına mal sevkiyatı için daha fazla at, eşek ve deve gibi yük hayvanlarına ihtiyaç duyulmuştur. Otomobillerin icadıyla birlikte uzun süre kentlerde at arabalarının yolcu ve yük taşımada kullanılması devam etmiştir. 1920'lerin New York'unda sokaklar at idrarı ve dışkısı ve de arabaların egzoz kokusundan geçilememekteydi. Bu nedenle üst sınıf aileler New York merkezi terk etmiştir. New York çevresinde lüks evler yaptırarak oralarda yaşamaya başlamışlardır. Türkiye'nin geç sanayileştiği bilinmektedir. 1950'lerden sonra karayolları yatırımları devreye girer. Ancak özellikle şehir içlerinde birden her şeyin arabaların hâkimiyetine geçtiği düşünülemez. 1980'lerin ortasına kadar Aydın'da kent meydanı yakınlarında bir at arabası durağının olduğu bilinmektedir. Burada at arabaları şehirden çevreye çimento, un vb. malzemeleri taşımaktadır. Yine Aydın Salı pazarından Kemer'e pazara gelenlerin alışveriş sepetlerini ve kişileri taşıyan at arabaları bulunmaktadır. Aydın İncirliova'da ise at arabası durakları demiryolu istasyonunun oldukça yakınında bulunmaktaydı. İzmir çevresinde sebze ve meyve bahçeleri vardır. Bu bahçelerde çoğu Bosna, Yunanistan vb. yerlerden gelmiş Balkan göçmenleri tarımla uğraşmaktadır. Şehre oldukça yakın bu bahçelere bazen şehir çocukları dadanırdı. Bahçelerin kimi ihtiyarları bu çocukları kovmaya çalışırken kimileri de onlara meyve ikram ederdi. Ardından da isteyin ama çalmayın şeklinde nasihatte bulunurlardı. Kent çevrelerinde bahçeler bulunmaktaydı. Bu bahçelerde sebze ve meyve yetiştiren bahçivanlar at arabaları ile sebze-meyvelerini sokak sokak gezerek satmaktaydı. Bu anlamda Aydın'da Bahçivan Vehbi oldukça nam salmıştı. Bahçivan, at arabası gerçeği o dönemlerde yapılmış pek çok şarkıya dahi konu olmuştur (Müren, Bahçevan, 1963). Zeki Müren'in oynadığı Bahçivan adlı filme burada değinmek gerekir (Saydam, Bahçevan, 1963). Vesikalı Yârim adlı film İstanbul çevresindeki bahçelerde sebze meyve yetiştiren ve bunları at arabasıyla getirip dükkânında satan bir manav ile konsomatris bir kadının aşk hikâyesini anlatır (Akad L. Ö., Vesikalı Yarım, 1968). 1964'te yapılan Suçlular Aramızda adlı filmin konusu İstanbul'da geçer. Filmde at arabası, cenaze arabası olarak kullanılmaktadır (Erksan, Suçlular Aramızda, 1964). Arabalar yaygınlaştıkça at arabaları ve bir zamanların kadim mesleği olan at arabacılığı ve cambazlık dışlanmaya başlar.

²⁶ Söke Asri Mezarlığı, 09.04.2021, Mezar tarihi: 2001.

Ancak at arabaları direnir. Bu anlamda at arabasıyla kaynaklardan su doldurup satan bir babanın ailesini korumak için verdiği mücadelenin anlatıldığı Aile Şerefi adlı film burada örnek verilebilir. Artık at arabacılar için işler yolunda gitmemektedir (Aksoy, Aile Şerefi, 1976). Umut filminde ana karakteri canlandıran Yılmaz Güney, Adana’da at arabacılığı ile geçimini sağlamaya çalışmaktadır. Bu film at arabasında müşteri bekleyen ana karakterin görüntüleriyle başlar. Filmin ilerleyen sürecinde Güney’in atını araba çarpacaktır. Karakolda Güney haklı olduğu halde otomobil sürücüsü değil de Güney suçlanacaktır (Güney & Gören, 1970). Aslında bütün bunlar yaşamın filmlere yansımalarıdır. Artık kentliler at dışkısı ve idrarından şikâyet etmeye başlarlar. Sineğin kaynağının buralar olduğunu iddia ederler. Belediyeler, öncelikle kent içinde ve çevresinde at gibi hayvanların bakımını ve beslenmesini yasaklar. Sonra şehir içlerine at arabaların girişini engeller. Motorlu taşıtlar yaygınlaştıkça at arabaları sıklıkla kazaya uğramakta veya kazaya sebep olmaktaydı (Akdağ Y. , Atarabacılığı , 2021). Sonuç itibariyle at arabalarının kara yollarına çıkışı da yasaklanır. 1990’larda at arabacılığı, cambazlık gibi meslekler toplumda neredeyse tamamen etkisini kaybeder.



Resim 33: Aile Şerefi – Orhan Aksoy



Resim 34: At arabacı mezarı²⁷

27 Aydın-İncirliova Mezarlığı, Mezar Tarihi: 1990-1991.



Resim 35: Motorlu taşıtların yaygınlaşmasıyla at arabaları ciddi sorun haline gelir (Refiğ, Bir Türk'e Gönül Verdim, 1969).



Resim 36: At-eşek ticareti yapan (cambaz) bir kişinin mezar taşı²⁸

1990'dan önce mektup yazmak oldukça önemlidir. Kutlamalar için kartpostallar gönderilirdi. Özel kargo şirketleri olmadığı için her türlü paket, evrak dağıtım işini de Posta Telgraf Telefon (PTT) bünyesinde çalışan postacılar yapardı. Telgraf metinlerini de postacılar dağıtırdı. Cep telefonu, mail gibi iletişim araçları olmadığı için pek çok kişi mektupla haberleşirdi. Döneminde asker mektupları oldukça meşhurdu. Türk sinemasında pek çok film postacının getirmiş olduğu bir mektupla başlamaktadır. Kahramanı postacı olan müstakil bir film de yapılır (Ün, 1984). Mezar taşlarına postacılık mesleği oldukça fazla yansımaktadır.



Resim 37: Bir postacı mezar taşı²⁹

28 Aydın-İncirliova Mezarlığı, Mezar Tarihi: 2011.

29 Aydın-İncirliova Mezarlığı, Mezar Tarihi: 2011



Resim 38: Mektup yazımı (Erakalm, 1966).



Resim 39: İçine mektup atılan PTT'ye ait posta kutusu (Saydam, Evlilik Şirketi, 1977).

Sonuç

1990 öncesi Türk Sineması'nda pek çok filmde film kahramanlarının şoförlük, kâtiplik, bakkallık gibi mesleklere sahip olduğu görülür. Pek çok filmin bir meslek adıyla isimlendirildiği vakidir. Günümüzde geleneksel meslekler etkisini yitirmiştir. Hatta kimi geleneksel meslekler tamamen ortadan kalkmıştır. Temsil önemli bir etkileme metodudur. 1990 öncesinde Türk sinemacıları filmlerini yaparken toplumdaki ilhamlarını almışlardır. Filmlerine halkın içinden figürleri yerleştirerek filmlerin izlenirliğini artırmışlardır. Bu bakımdan bu tip filmler geleneksel meslekler, mahalle kültürü hakkında çok zengin bilgi barındırmaktadır. Meslek, para kazanmak için ustalık gerektiren bir iş olarak tanımlansa da bu kavram bunun ötesinde bir durumu ifade eder. Özellikle geleneksel mesleklerin yaygın olduğu dönemde meslekler bir kimlik veya benlik meselesi haline gelmektedir. Çalışmamızın sonucunda mesleklerin yansıtılmasıyla ilgili olarak sinema ile mezar taşlarının paralellik gösterdiği anlaşılmıştır. Çalışmamız, yeterli örneklem içeren yetmiş kadar mezarlık incelemesi sonucu ortaya çıkmıştır. Ülkemizde Osmanlı dönemi mezar taşlarına ilgili duyulmaktadır. Bu yapılan doğru olmakla birlikte Cumhuriyet dönemi mezar taşlarının da incelenmesi gerektiği bir gerçektir. Çalışmamıza benzer daha çok çalışmaya ihtiyaç olduğu söylenebilir. Hatta kentleşmeye bağlı olarak pek çok mezar yerinden sökülüp yerine yenileri yapılmaktadır. Bu anlamda çalışmamızın oldukça önem arz ettiği ortadadır. Bundan sonra yapılacak çalışmaların ise hızlandırılmasında fayda olacaktır. Değilse tarihi aydınlatacak önemli bir bulgu hatta delil ve belge niteliğindeki mezar taşlarının yitimiyle karşı karşıya gelmek mümkündür. Çalışmamız bir iletişim, sinema araştırmasıdır. Ancak disiplinler arası bir hüviyet arz etmektedir. Bu nedenle tarih, iletişim, siyaset, sosyoloji, antropoloji, etnografya gibi bilim dallarında araştırma yapan bilim insanlarına veya konuya ilgi duyanlara farklı bulgu, perspektif sunacak durumdadır. Çalışmamız, çalışmamızın sonuçlarını okuyan herhangi bir kişinin mezar

taşlarına bakışını değiştirecek güçte olduğunu düşünebiliriz. Yine aynı kişiler film izlerken filmlere farklı bir gözle bakacaklardır. Bu da kişilerin bilinç düzeylerinin artması anlamına gelmektedir. Eğitim, tüm devirlerde önemli olgu olmalıdır. Bu bakımdan mezar taşlarına en fazla yazılan mesleğin öğretmenlik olması ilginçtir. Öğretmenlerin filmlerde ele alınış biçimi bu bakımdan önemlidir. Alışveriş merkezleri, zincir marketler arasında bakkalın yok oluşu sadece ekonomik düzlemde tartışılacak bir konu değildir. Mezar taşlarına en fazla yansıyan mesleklerden bir tanesi bakkallıktır. Bakkallık, öbür yandan mahalle kültürünün en önemli parçalarından bir tanesidir. Türk sinemasında filmlerde en fazla yer verilen mesleklerden bir tanesi de bakkallıktır. Sonuç olarak mezar taşları geçmişi aydınlatmak, bugünü yorumlamak ve geleceğin biçimlenmesi adına önemli belgelerdir. Tarih, iletişim gibi pek çok bilim dalında birincil kaynak olarak kullanılabilir. Özellikle bu durum Cumhuriyet dönemi mezar taşları için de geçerlidir. Filmler, kimi zaman gerçeklik etkisi ile filmlerin çekildiği döneme ayna tutsa da birer kurgu ürünüdür. Ancak geçmişin aydınlatılmasında kesinlikle kullanılabilir. Söz konusu filmler, mezar taşları vb. unsurlarla kombine edilip izlenirse daha anlaşılır ve etkili sonuçlar ortaya çıkacaktır. Çalışmamızda bu çabalarımızın sonucunda yeteri kadar örneklem değerlendirilmiştir. Değilse çalışmamız, bir makalenin ötesine geçip bir kitap hüviyetine bürünecekti. Çalışmamız, yaklaşık bir yıllık alan taraması sonucu ortaya çıkmıştır. Alan çalışmamızda elde edilen bulguların tasnif edilmesi ve anlamlı bir bütün oluşturulması için günlerce uğraşılmıştır. Çalışmamızın emek açısından da büyük bir değer arz ettiğini düşünmekteyiz.

Kaynakça

- Adıvar H. E. (1926). Vurun Kahpeye, Özgür Yayınları, İstanbul.
- Akad, Ö. L. (1949). Vurun Kahpeye (Sinema filmi).
- Akad, Ö. L. (1955). Beyaz Mendil (Sinema filmi).
- Akad, Ö. L. (1968). Vesikalı Yârim (Sinema filmi).
- Akad, Ö. L. (1973). Dügün (Sinema filmi).
- Akad, Ö. L. (1973). Gelin (Sinema filmi).
- Akdağ, M. (2018). Bir Başbakanın Doğuşu ve Onu Doğuran Şehir - Adnan Menderes'in Muhalefet Yılları ve Aydın İli (1946-1950), Başkar, Aydın.
- Akdağ, M. (2018), Tüm Yönleriyle Siyasi Algı ve Propaganda, Başkar Of. Aydın.
- Akdağ, M. (2020). Türk Sinema Tarihinde Film Reklamları: 1977 Yılı Hürriyet Gazetesi Örneği, Özgür Seçim (Edit) İletişimciler Diyor ki, LiteraTürk, Konya.
- Akdağ, M. (2020), “Gerçekçi Türk Sinemasındaki Köy Gerçekliğinin Köy Belgeleriyle Karşılaştırılması”, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Akdağ, M. (2017), Üşüyen Yorgan (Belgesel film).
- Akdağ, M. (2020). Deli Gönlüm, (Belgesel film).

- Akdağ Y. Görüşme Tarihi: 6 Mart 2021.
- Aksoy, O. (1976). Şoför (Sinema filmi).
- Aksoy, O. (1976). Aile Şerefi (Sinema filmi).
- Aksu, Y. (2005). Dondurmam Gaymak (Sinema filmi).
- Aksu, Y. (2016). İftarlık Gazoz (Sinema filmi).
- Baytan, N. (1977). Sakar Şakir, (Sinema filmi).
- Baytan, N. (1979). Korkusuz Korkak (Sinema filmi).
- Cerit, E (2012). Oku-ma Kitabı, Çağdaş Ofset, Aydın.
- Çakmaklı, Y. (1974). Memleketim, (Sinema filmi).
- Duru, S. (1964). Şoför Nebahat ve Kızı (Sinema filmi).
- Duru, S. (1970). Şoför Nebahat Bizde Kabahat (Sinema filmi).
- Eğilmez, E. (1974) Hababam Sınıfı (Sinema filmi).
- Eğilmez, E. (1977), Gülen Gözler (Sinema filmi).
- Eğilmez, E. (1978). Hababam Sınıfı Tatilde (Sinema filmi).
- Eğilmez, E. (1985). Namuslu (Sinema filmi).
- Erakalın, Ü. (1966). Şoförün Kızı (Sinema filmi).
- Erksan, M. (1960). Şoför Nebahat (Sinema filmi).
- Erksan, M. (1962). Yılanların Öcü (Sinema filmi).
- Erksan, M. (1964). Suçlular Aramızda (Sinema filmi).
- Gören, Ş. (1976). Taksi Şoförü (Sinema filmi).
- Gören, Ş. ve Güney, Y. (1970). Umut, (Sinema filmi).
- Güntekin, R. N. (1922). Çalığışu, Vakit yay. İstanbul.
- Gürsu, T. (1982). Nikâh Masası (Sinema filmi).
- Hazinses S. (1960). Nebahat Abla (Beste ve güfte).
- Jöntürk, R. (1981). Öğretmen Kemal (Sinema filmi).
- Kaya, D. (2016) Kazım (Belgesel film).
- Müren, Z. (1963). Bahçıvan (Müzik, ses kaydı).
- Orbey, E. (1976). Meraklı Köfteci (Sinema filmi).
- Ökten, Z. (1977). Çöpçüler Kralı (Sinema filmi).
- Ökten, Z. (1977). Kapıcılar Kralı, 1977 (Sinema filmi).
- Ökten, Z. (1986). Davacı (Sinema filmi).
- Refiğ, H. (1964). Gurbet Kuşları (Sinema filmi).

- Refiğ, H. (1969). Bir Türk'e Gönül Verdim (Sinema filmi).
- Saydam, N. (1963). Bahçıvan (Sinema filmi).
- Saydam, N (1977). Saydam, Evlilik Şirketi (Sinema filmi).
- Seden, O. F. (1966). Çalığışu (Sinema filmi),
- Tibet, K. (1979). Umudumuz Şaban (Sinema filmi).
- Tibet, K. (1979). Şark Bülbülü (Sinema filmi).
- Tibet, K. (1980). Gol Kralı (Sinema filmi).
- Tibet, K. (1982). Doktor Civanım (Sinema filmi).
- Tibet, K. (1988). Öğretmen (Sinema filmi).
- Tuğrul, Y. (2005). Gönül Yarası (Sinema filmi).
- Ün, M. (1984)., Postacı, 1984 (Sinema filmi).
- Yılmaz, A. (1957). Gelinin Muradı (Sinema filmi).
- Yılmaz, A. (1963). Yarın Bizimdir (Sinema filmi).
- Yılmaz, A. (1964). Keşanlı Ali Destanı (Sinema filmi).
- Yılmaz, A. (1966). Ah Güzel İstanbul (Sinema filmi).
- Yılmaz, A. (1978). Köşeyi Dönen Adam (Sinema filmi).
- Yılmaz, A. (1984). Bir Yudum Sevgi (Sinema filmi).
- <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 15.08.2021.
- <https://www.youtube.com/watch?v=ntpjo6jFegE&t=30s> Erişim Tarihi: 18.08.2021.

SİNEMADA KURGUSAL GERÇEKLİK VE İDEOLOJİ

Murat TAŞDAN¹

Serkan ÖZTÜRK²

2. SİNEMA SANATI

“Sinema ve (dolayısıyla) film bir sanat mıdır?” sorusu, çalışmanın girizgahı açısından bu çalışmada öncelikli önemsenmiştir. Sualin cevabı, kabul edilmeli ki konuya disiplinler yaklaşanlar zaviyesinde veya film evrenine heves duyanların yek cevapla yetinemeyeceği kadar muvazaalıdır. Sinema; tasarım ve üretimden başlayarak, pazarlama-dağıtım ağına kadar pek çok farklı süreçlerden geçmektedir.

2.1. Sinema Sanatına Tanımsal Yaklaşımlar

Sinema üretim ve tüketim ilişkileri dahil, çoklu; estetik ve eko-sosyal, ideolojik düşüncelerin cevaplarını isteme hakkına sahiptir. Örneğin Arnheim (2002, s. 14) filmi, gerçekliğin aygıtsal bir üretimi olarak kabul eden (terbiye görmüş) çoğu kişinin (bir dönem de olsa) resim sanatını öne alıp, sinemayı öyle mukayese ettiğini ve bu (cins) grubun sinemayı sanata dahil bir çalışma olarak görmediklerini söylemektedir. Keza Kracauer (2015, s. 112, 114) sinematografin mucidi Auguste-Louise Lumiere kardeşlerin, filmi, yani sinemayı bilimsel bir meraktan öte saymadıklarını ve sanatsal (bedii) bir amaca hizmet edeceğini düşünmediklerini yine hatırlatır; fakat Kracauer, Lumiere kardeşlere zamandaş Georges Melies’in “Le Manoir du Diable” ve “Le Voyage Dans la Lune” filmlerinin ise sanatsal fantazyanın dünyasına ait eserlerden olduğunu (bir hak tesliminde bulunarak) söylemekten imtina etmemektedir.

Arnheim ve Kracauer’dan hariç Danto (2013, s. 19) modern sinemanın doğuşu ertesinde var olan mekanik bir kazanımı, “ses”in kullanımını dikkatlere celbetmek ister; çünkü bu kazanım (Danto’ya göre) sinematograf aygıtını edebi sanatlarla bir safhada yakınlaştırmıştır. Fritz Lang’ın “The Testament of Dr. Mabuse” (1931) adlı filmi, sesin büyüsunü peliküle alır. Mabuse, son sekans hariç; görüntüyle değil, sesle vardır. Sinemada özneliği derinlemesine ifade etme araçlarından birisi, sestir. (InternetArchive, 2021) Danto, ayrıca hareket (devinim) ve ses imgeleri kullanan sinemayı (Kracauer’in değindiği gibi) resim ile mukayese ederek sanatın malum izahının değıştiğini savunmuştur.

Arnheim (2002, s. 36) sinema/film (ki ona göre sanattır) üretiminde yönetmenler şuurulu olsunlar yahut olmasınlar, sinemaya ilişkin teknik imkanların gelişimi ve sanatsal üretimlerin yaratımında sinematografik açıdan bu tekniklerden istifade etmeye başladıkları çevrimde, sinema sanatının kademe kademe geliştiğini ifade eder. Keza Tarkovski için de sinemanın bir sanat olduğuna şüphe yoktur, ama bu sanatın her seyircide aynı etkiyi bıraktığı düşüncesinde

¹ Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Sanatları Yüksek Lisans Mezunu, Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kütüphane Hizmetleri Görevlisi, atsiz66@outlook.com, ORCID No: 0000-0002-2471-6930, 0545 697 05 77

² Doç. Dr., Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, serkan.ozturk@yalova.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-8882-3607, 0533 218 58 01

(bir dönem) yanıldığını da itiraf etmiştir. Tarkovski, genellik “generality” kavramından kurtarılmış ve bireye hitap edecek ölçüde (edebiyat, resim, müzik ile mukayeseli), gösterilenin “shown” azaltıldığı ve yoğunlaştığı; ama bütün hakkında seyircinin düşünce uğraşısına gireceği bir sinemadan bahsetmiştir. Tarkovski için sinemadaki sembolizm doğada olandan ve gerçekliktekenden ayrılmaz; sinema detayların değil, gizlenenin sorunsallaştığı bir sanat olmalıdır (Tarkovski, 1994, s. 83).

Haddizatında pek çok teknolojik (optik-mekanik) aygıtın üretim devresine girdiği sinema, Özön’e (1984, s. 8) göre de tözü itibarı ile estetik bir yaratım ve sanattır; çünkü yaratıcı/kurucu sinemacıların elinde bu dil, her nevi duygu, fikir ve bakış açısını, her tür tema ve fantazyayı özge bir değişle ifade edecek olgunluğa erişmiş durumdadır. Fantazyaya karşısında “gerçek” bir noksanlıktır. İnsan bu sebeple kaçış eğiliminde sinema ile buluşur. Mencütekin (2014, s. 79, 80) şu soruyu sorar: “... kaçmak, insan bunun için film izler mi?”. Cevap; evettir... Hayal (fantaziler) kuran, rahatlamayı ve ümidi isteyen insan için; dolayısıyla gerçeklerden kaçmaya olanak veren bir sinema sanatı vardır.

Nilgün Abisel’in “Türk Sineması Üzerine Yazılar” adlı çalışmasından anlıyoruz ki sinema ve sanat arası bir bağın olup olmadığına dair tartışmalarda Türk entelektüelleri de pek kayıtsız görünmemişlerdir; misal, 1930’larda mütevazı birkaç tenkit ve yazılı kritik dikkat çekicidir. 1938’de yayımlanmış “Sinema Lisansı” başlıklı bir yazıda “sinema ve sanat” düşüncesi, şöyle ifade edilmektedir:

Sinema lisansı sözlerin, hareketlerin, renklerin, buutların, ziyanın ve musikinin içinde birleştiği öyle bir tesanüttür ki beşer tarihi şimdiye kadar mislini görmemiştir... En son icatların ilave ettiği renk ve hacimle akla hayret verecek derecede zengin imkanlar arz eden sinemanın, usta bir artistin elinde alabileceği derin şiiriye payan yoktur (Yoncaova’dan aktaran Abisel, 1995, s. 31).

“Cingöz Recai” ve “Cumbadan Rumbaya” romanları sinemaya kazandırılmış Peyami Safa, Türk edebiyatının önemli bir ismidir. Peyami Safa’nın sinemayı sathi ve zekayı uyutucu bir meslek halinde gördüğünü iddia eden Orhan Burian, Safa’ya cevabi bir yazı kaleme almıştır. Deneme ve eleştiri yazılarının sahibi Orhan Burian, söz konusu yazısında Safa’nın görüşlerine kontra ve sinemanın bedii hassalarını vurgulayan bir tenkitçi durumundadır:

Bay Peyami Safa sinemayı, “zekanızın merkezini uyutarak sathını oyalamak” diye itham ediyor. Fakat bütün bu tenkitlere rağmen sinema bir sanattır. Onu geçici birkaç saatin eğlencesi olmaktan başka bir şey diye tanıyanlar, iyi bir filmde diğer sanat eserlerinde bulunacağı kadar muhayyel ve emek hissesi, düşünülünü icra kudreti buluyorlar. Şunu kabul etmek lazım ki, kusur bulucuların çoğu sinemayı hakıyla bilmekten uzaktır (Burian’dan aktaran Abisel, 1995, s. 32).

Burian’dan başka, İsmail Hakkı Baltacıoğlu’nun sinemanın estetik/imağ ve kurgu yönüne göndermeler yapan yazısı, 1950’ler Türkiye’sinde sinemayı akledişin anlaşılması adına bir belirtidir. Baltacıoğlu, söz konusu yazıda şunları ifade etmektedir:

Gerek sinema gerekse radyo bizim için sonsuz yaratma ve birleştirme hürriyetidir... Sinemanın bütün kudreti seste sözde değil, hayaller ve hareketler yaratmasındadır... İyi bir film, kalp gibi, durmaz çarpar... Bir sinema ne derece az tiyatro, ne derece az fotoğraf klişesi ise o derece çok sinemadır. Bir sinemayı sinema yapan, atölyeden olsun, tabiattan olsun, aldığı ve çaldığı hayaller vasıtasıyla yaptığı yepyeni, hakikatte olmayan terkiplerinde, yaratılarında görülür. Bütün bu

sebeplerden dolayı montaj, filmin, sinema sanatının temelidir (Baltacıoğlu'dan aktaran Abisel, 1995, ss. 32-33).

Baltacıoğlu'nun “sinema” yorumu hiç de yabana atılamaz. O günki durum gösterir ki (naif olsa da) Türk münevverinin sinema sanatı hakkında (1930-1950 arası) yorum uğraşısı söz konusudur.

Başlangıçta teknik icat ve geçici bir merak haliyle görülen sinema, duygulanım başarısı ve kendi dilini bulma kabiliyetiyle (kendi) seyrinde ileri hamleler yapabilmıştır. Dolayısıyla “yedinci sanat” olarak kabul gören sinema; kurgusal yönü, gerçekliği ifade tarzı, görsel ve işitsel duylara hitabı; elhasıl kendiliği ile son iki asrı etkilemiş ve ifade gücünü durmaksızın geliştirmiştir.

Sinema, klasik sanat dallarına nispetle (mimari, edebiyat, tiyatro, resim ve müzik) eskinin yenisidir; dikkat çekici özelliği, diğer sanatların önel evrimlerini kendi mecrasına hızla alması ve aktarabilme yetisine sahip oluşudur. Elbette sayılagelen sanat dallarının nasıl ki birbiri ile çeşitli dolayımı, felsefi ve estetik bağı var ise sinema da bu yüklü ve çeşitli etkileşimleri doğasında var edebilmektedir. Dolayısıyla sinema evreni, bir yönüyle roman, tiyatro, resim, fotoğraf, mimari ve diğer sanat üretimlerinden aldıklarıyla bileşke biçimler oluşturmaktadır (Badiou'dan aktaran Diken ve Laustsen, 2010, s. 26). Örneğin sinema ve tiyatronun mesafeliği (hatta bir dönem zaruri birlikteliği) konusundan mülhem, dünya sinema tarihinde ve Türk sineması tarihinde tiyatronun etkisi tenkit edilmektedir; ama farklı bir perspektif ile bakıldığında teatral filmler hem katkı sağlamıştır hem de kitleleri sinemaya cezbetmiştir. Sinema tarihi açısından kuşkusuz önemli bir isim olan Fransız Melies'in (Kracauer, 2015, s. 114) teatral çalışmalarına imza attığı hatırlanmalıdır.

Tiyatronun dekor, kostüm ve dramatik anlatı özelliklerinin sinemaya nüfuz ettiği vazıhtır; fakat özgün bir sanat olma sürecinde sinema, teatral anlatıdan (Özden, 2004, s. 21) çıkarak, zamanla kendi estetiğini “style”, anlatısını ve üslubunu olgunlaştırmıştır. Bu hakta Bazin (2011, s. 66) “kuşkusuz sanatın evrimsel dairesi içinde sinema, uyarlamalar, alıntılar ve taklitler gibi yöntemlerin kullanılmasıyla erken dönem tiyatro sahnesinde rastlanılmayan bir yapıya sahip olarak diğer sanat dallarına göre farklılık göstermiştir” demektedir.

Sinemanın sanat dili haline gelmesinde (tiyatro hariç) resim ve devamında fotoğraf ile kazanılan perspektif/derinlik olgusu, biçem sorunlarını aşmada devrimsel süreçlerdendir; fakat bunlardan ileri, hareket (devinim) kabiliyeti ise sinemanın ve sinematik anlatının (adeta) doğumudur.

Resim, bir çerçeve içinde imgeyi “tema” kabul ederken fotoğraf da bu yoldan gider ve görüntüyü optik mecrada sabitleyip, gerçeklik algısını olanca noktada kadraja eder. Burada belirtmeli ki fotoğraf, merceğin aktarımında verdiği çıplak nesnellik ile plastik sanatların en önemli icatıdır (Bazin, 2011, s. 20). Bu iki sanat (resim-fotoğraf) dalı ve sinema arasındaki varlıkbilimsel “ontological” ve estetik ilişki, temelde görsel tasarım ve anlatının estetize alanıyla alakalıdır. Böyle olmakla beraber, fotoğraf ve sinema; ancak üretim aşamasında resimden ayrılır. Bundan maada (özellikle) sinemanın farklı boyutta ele alınmasına önemli bir katkı da (fotoğrafta olmayan) görüntünün devinimi “motion” ve akabinde film şeritine eklenen sesin mekanik işleyiş (audio recording) yeteneğidir. Devinim ve ses, görüntünün gerçeklik

algısını cisimsel değil; ama imaj/zaman indeksinde üç boyuta taşımıştır. Bu, sinematografik değerler üretiminde ortaya çıkan en çarpıcı gelişmeler arasındadır.

Sinema; toplumsal, tecimsel, politik, ruhbilmsel ve fiziki (atmosferik)= mekanik ve optik yönleri dahil, kendi terminolojisi (sinematograf, movie, flashback, cut, şaryo, editor, dublör, pan, tilt) ile işleyen, elastik ve fakat müstakil bir sanattır. Nijat Özön, sayılan çoğu özellikler mahfuz halde sinemayı şöyle ifade etmektedir:

Sinema (cinema) sözcüğü sinematografi (cinematographie) sözcüğünden kısaltılmıştır. Lumiere Kardeşler kendi buluşları olan aygıt sinematograf (cinematographe) adını vermişlerdi. Yunanca “kinêma-atos = devinim” ile “graphein = yazmak” sözcüklerinden türetilen sinematograf, “devinimi yazan, saptayan” anlamına, sinematografi de “devinimi yazma, saptama” anlamına geliyordu. Yalnız Lumiere Kardeşler değil, sinemanın buluşlar çağında çeşitli alıcılara yapanlar da bunlara hep “devinim”, “canlılık”, “yaşam” kavramlarıyla ilgili adlar vermişlerdi. Çünkü yeni buluşun en belirgin özelliği, devinimi, yaşamı olduğu gibi yansıtabilmesiydi. Nitekim günümüzde çok yaygın olan, hemen her ülkede kullanılan sinema sözcüğünün yanı sıra Birleşik Amerika’da çok kullanılan “motion picture, moving picture (ve bunun kısaltması ‘movie’) devinimli resim”de yine aynı tutumu yansıtmaktadır. Sinema sözcüğü zamanla filmlerin gösterildiği yapı, yer; sinema çalışmalarının tümü; sinema işleyimi (endüstrisi) kavramlarını kapsayacak biçimde anlam genişlemelerine uğramışsa da bizi burada ilgilendiren ilk ve temel kavram “devinimi yazma, saptama”dır. Bu anlamda sinema, herhangi bir devinimi düzenli aralıklarla parçalara bölerek bunların resimlerini saptamayı, sonra gösterici yardımıyla bu resimleri karanlık bir salonda görüntülük üzerine yansıtarak devinimi yeniden oluşturmayı anlatır (Özön, 1984, s. 7).

Üstün Barışta, sinematografiyi bir film yapıtının içinde (beklenildiği gibi) tüm estetik özellikleri ile görerek yorumlar. Barışta’ya (1968, ss. 4-5) göre tümel manada “sinematografik” kelimesi/terimi, sinema sanatına bedii seviyenin getirdiği hususiyet ve unsurların bir filmde yer etmesi, niteliklerinin birleşerek film içinde billurlaşmasıdır.

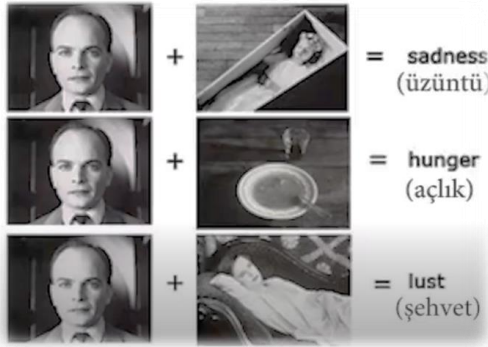
Sinemanın insan gelişiminin bilimsel ve teknik yönünün çoklu özelliklerini yapısında barındıran bir sanat olduğu, yukarıda (özetle) temas edilen tanımlamalarda açıkça görülmektedir; dolayısıyla sinema, ideal bir evrenin, sanatsal/estetik duyulanımın, sinematografin teknik maharetinde işleyerek insan varlığında yeniden esteteze edilmesidir.

1.4. Kurgusal Film Evreni = Gerçekliğin Sinemasal İzgesi

Sinema, benzeştiği fotoğraf sanatını bir yerde aşar ve göz; seçici, izleyici durumda, devinimi sağlayan sinematograf aygıtının ardına geçer. Başka bir ifadede gözün, hakikatın yeniden yaratımıyla münasebeti, yeni bir estetik yaklaşımın, medya estetiğinin doğması (İri, t.y., s. 31) anlamında algılanmalıdır. Bütün bunlar, görüntünün gücünü ve etkilediği sınırları sezmede bir veridir. Kamera (seçicilik olduğu halde) nesnel aktarım algısı yaratmaktadır; imge, ışık ve renk oyunları ile fonetik evren imlenir ve alıcının yansıtımında kurgusal gerçekliğin seyri (mekan ve zamanda) yine mekanik olarak hazırlanır. Bu bağlamda Bazin’in (2011, s. 27) dediği gibi “eğer sanatın çıkış noktası doğanın içinde bulunanları ortaya çıkarmaksa (...)” alıcı (kamera), doğaya sürülmüş bir araçtır. Doğayı yansıtmak ve imgedeki kurguyu gerçeklik algısında perdede görmek, zamanı ileri-geri seyyal/akışkan kılmak; sinemanın devrimci ve çoklu estetiğinin karakteristiği olarak kabul edilmelidir.

Sinemanın imge ve kurgu temelli yaratımı binlerce yıllık (doğa ve insan) tarihinin köklerinden sürebilir. Mitleri yeniden var eden, ütopyalar oluşturan, resim, heykel, müzik, tiyatro gibi klasik/estetik çalışmalarda tahayyülü ve gerçekliği almaşık olarak film üretimine mâl eden sinema insanı; kâinatı, doğayı ve insan özünü gösterme çabasındadır. Bu durum, son kertede imgenin gerçek üzerine yarattığı algıdan yahut gerçeğin imgesel ifadesinden öte açıklanamaz. Her iki durumda (artık söz sinemanın ise) bu bir “hakikat” tecellisidir. Sinemanın ontolojisi gerçekliğin dolayımını silikleştirir; fakat anlatı gücünün, yaratımın (diğer sanatlarda olduğu gibi) sinemada sanatsal denkliği yükseltir ve bu anlatı gücünün odağına “kurgu” paradigması yerleştirilir.

Film yaratımının asal işlevleri arasında sayılan “kurgu” hakkında sinema tarihi bize, bir dize (lehe ve aleyhe) düşüncelerin öne sürüldüğünü göstermektedir. Rus direktör Lev Kuleshov’un (1899-1970) bilinen malum deneyinden günümüze dek sinema üretiminin temel ögesi durumunda bulunan “kurgu” (basit bir izahla) nedir? Bu suale verilecek en yalın cevap; Kuleshov ve Sergei Eisenstein’ın “montaj teorisi”nde açık olmaktadır: kısaca kurgu “bir filme anlam katan parçaların (plan çekimlerin) bir araya getirilmesidir”; çünkü planların art-dizinli gösterimi, anlam değişkenliğinin yahut verilmek istenen anlamın temelidir. “Mise en scene” kuramcısı ve “Yeni dalga” sinemasını etkileyen Andre Bazin’e göre ise kurgu, pek matah bir işlem sayılmamaktadır. Bazin’e göre kurgu; bir güdüm/güdümlenme “manipülasyon”dan öte değildir.



Şekil 1. Kuleshov Etkisi (https://www.youtube.com, 2017)

Ephraim Katz, David Bordwell ve Kristin Thompson’un kurgu hakkında düşünceleri şöyledir: Katz’a göre “kurgu” hareketli planların ve onlarla uyuşan işitimi öğelerinin tutarlı bir sıra ve akan bir devamlılıkta seçilmesi, toplanması ve düzenlenmesidir (Katz’dan aktaran Fischer, 2008: 9). Bordwell ve Thompson ise kurguyu film yapımında alıcının aktarımlarını seçme ve birleştirme “montaj” işi ve bitmiş bir filmde, çekimler arasındaki bağı oluşturan tekniklerin beraberliği (Bordwell ve Thompson’dan aktaran Fischer, 2008, s. 9) olarak tanımlamaktadır.

Kurgu ve çekim “shoot” planlarının devreye girmesi ve kesme “cut”, erime “dissolve”, silme “wipe” ve kararma-açılma “fade in- fade out” aracılığıyla duyguyu, uzamı ve zamanı tasarımda kendi gerçekliğine taşıma gibi “keşif” diyeceğimiz buluşlar, sinema sanatının niteliksel yönünü hem açıklamakta hem de film üretim süreci, bu aşamalardan geçerek tamamlanmaktadır. “Battleship Potemkin, 1925” (Sergei Eisenstein), “Citizen Kane, 1941” (Orson Welles), “Psycho, 1960” (Alfred Hitchcock), “The Godfather, 1972” (Francis Ford Coppola), “Jaws; 1975” (Steven Spielberg), “The Shining, 1980” (Stanley Kubrick), “Saving Private Ryan, 1998” (Steven Spielberg) ve “Transformers: The Last Knight, 2017” (Michael Bay) gibi filmler, kurgunun ritim, tempo, devamlılık ve anlatıya etkileri hakkında kesit örneklerdir. Griffith, Kuleshov, Pudovkin ve Eisenstein gibi isimler, film teorisinin sanat ve kurgu kuramı belleğine temel ve ciddi katkılar sunmuşlardır (Özden, 2004, s. 23).

1.3. İşleyimsel Yönüyle Sinema

Özön “Sinema Uygulayım Sanatı Tarihi” adlı çalışmasında sinemanın işleyimsel yönünü şöyle ifade etmektedir:

Sanatların en genci, en yenisi olan, bütün öbür geleneksel sanat dallarından sonra ortaya çıkan, bundan ötürü yedinci sanat diye adlandırılan sinema, kendinden önceki tüm sanatlardan yararlanabilecek, bunların bütün özelliklerini kendi kuralları içinde özümseyebilecek yapıda, esnekliktir (...) Bu yeni sanat, dayandığı temeller yönünden olduğu kadar, amaçladığı izleyiciler açısından da geleneksel sanatlardan ayrılır. Sinema, büyük bir işleyime (endüstri) dayanan, işleyimsel (endüstriyel) bir sanattır (...) Sinema, bütün sanat dalları içinde yığınlara ulaşabilecek yapıda olan, üstelik ulaşmak zorunda olan tek sanattır (...) Eski Yunan’da bütün bir kent halkını bir araya toplayabilen kent tiyatrosundan bu yana, sinemadan başka hiçbir sanat, yığınlara böylesine ulaşabilmeyi başaramamıştır. Sinema milyarlarca insan içinde evrensel bir sanat, evrensel bir niteliği taşımakta, dolayısıyla gerçekten yığınsal bir sanat özelliği kazanmaktadır (Özön, 1984, ss. 13-14).

Özön’ün “esneklik” kastı ve devinimsel sanat sinemanın diğer sanat dallarından yararlanması olgusuna Faure de dikkat çeker. Faure’nin (2006, s. 37) nazarında sinema “o yükselen ve alçalan çerçeveye, manzarayla sürekli uyum içinde olan, özgür bir dinamik dengeyle ortamı izleyen, hareket halinde bir mimari” gibidir. Yine, Özön’ün ifade ettiği “işleyimsel sanat” sinema, diğer sanat dallarından kolektif tarz ve örgütlenme biçiminde keskin şekilde ayrılır (Abisel, 1995, s. 9); çünkü senaryo aşamasından pazarlama, gösterim ağına kadar sinema; modern ve endüstriyel ticari bir niteliğe bürünmüştür.

“Ticari bir etkinlik olarak doğan sinema (...)” (Koca, 2015, s. 73) hakkında Abisel, “Sinema: Endüstri mi, Ticaret mi?” sorulu bir alt başlık açarak, sinemanın ekonomik, tecimsel yönüne dair tafsilatlı değerlendirmede bulunmuştur:

Sinemanın var oluş hikâyesi, Abisel’e göre karmaşık süreçler içerir; sinema örneğin geçen yüzyılın teknolojik bir üründür. Keza sinema, hayat bulmasına vesile olan memleketlerde uzun seneler farklı aşamalardan geçmiş ve böylece gelişmiştir. Sinema zamanla kitlesel bir iletişim aracı ve endüstriyel alan haline gelmiştir. Sinema endüstrileşirken her ülkede ciddi savaşimler söz konusu olmuştur. Haddizatında her ülkenin ekonomik ve politik, kültürel durumuna uygunluk içinde sinema endüstrisinin vaziyeti belirlenmiştir.

O halde sinema endüstrisi nedir ve nasıl bir sonuca yol alır?

Ham film den kamera merceğine, baskı makinesinden banyo işlemlerinde kullanılan kimyasal maddelere ya da aydınlatma elemanlarından ses cihazların dek her türlü araç gereç, aygıt ve donanımı üreten, bunlardan ve insan emeğinden yararlanarak bildiğimiz sinema filmlerini, gerektiğinde büyük stüdyolar içinde gerçekleştiren devasa bir ağ gelir. Bu ağ, ürettiklerini kiralar, satar; kendine gösterimi sürdüreceği salon zincirleri kurar; reklam, basılı yayın alanlarında yan birimler oluşturur; büyük finansman kuruluşları ve başka büyük endüstri kuruluşlarıyla işbirliğine giderek varlığını sürdürür. Daha ötesi, dünya film pazarında yoğun mücadeleler verip, diğer ülkelerin iç pazarlarını ele geçirerek büyümeye devam eder. Böyle bir endüstride binlerce kişi ayrıntılar üzerinde uzmanlaşır. Rekabet, yenilik aramaya, sanatsal ve teknik standartları yükseltmeye yönelik itici bir güç olur. Dev şirketler, tekeller, çokuluslu şirketler oluşur ve bunlar ticari çıkarlarıyla ve egemen olan sistem ile çatışmayan filmler üretir. Dış pazarlar ele geçirildikçe işlevleri genişler ve sinema uluslararası politika arenasında güçlü bir silah olarak kullanılmaya başlar (Abisel, 1995, ss. 29-30).

Abisel'in tespitleri; sinemanın teknik gelişim kapasitesinin yanında, kitle iletişim yönünün keşfedilmesiyle tecimsel etkinlik alanında sermayenin veya kapitalizmin belirleyici olduğu yeniden üretim ilişkilerinin yapısal ögesi/aracı haline geldiğini de belirtmektedir. Sinemada yıldız "star" kültürü ihdas eden piyasa kapitalizmi ve onun yanılsamacı gösteri endüstrisi, gösteri toplumunun sağaltılmasında bir araç olarak televizyon ve sinemaya el atmıştır (Debord, 1996, s. 167); anlaşılmalıdır ki sinema bu yönü ile baskın ideolojinin ve kültür endüstrisinin vazgeçilmezidir.

Sinemanın estetik ve teknik anlatı yeteneği, insanın ifade melalinin soyut; ama akli, ampirik ve diyalektik gücü ile nispidir. O halde sinema tarihsel bir arka planın da konusudur. Şimdiye dek sinema, estetik yönden yüzeysel, kimi sığ örneklere maruz kalsa da beliren anlatı biçimleri, kültürel düzlemde ulusal ve beynelmilel değerler dizisini etkilemiş veya onlardan etkilenmiştir. Abisel'e (1995, s. 9) göre film işleyimi, sağalttığı biçim ile kendi kültürüne ve öz bilincine sahiptir; ama öz bilince kolektif etkinin payı nedir? Bundan dolayı sinemada gerçekleşen karmaşık (teknik, sanatsal, politik, sosyal ve ekonomik) süreçlere ideolojinin kayıtsız kalamayacağı çıkarsamasına gelmek işten değildir. Bu yönleriyle sinema, toplumsal kültürün getirdiklerini (sanat, tarih, iktisat, sosyoloji ve psikoloji gibi çoklu disiplinler dâhilinde) kendi çevriminde üretmekte, toplumbilim disiplinlerinin kayıtsız kalamayacağı ilgiyi var etmeye devam etmektedir.

2. SİNEMA VE İDEOLOJİ

"Yerine getirmeye çalıştığım görev, her şeyden önce görmenizi sağlamak' D. W. Griffith" (Jacobs'tan aktaran Kracauer, 2015, s. 124).

"(İdeoloji) kendi işleyişlerini gizlemek, işlev görüşünü ve mesajlarını bir şekilde 'doğallaştırmak' zorundadır (Dayan'dan aktaran Fischer, 2008, s. 24).

Toplumsallaşan bazı kavramlar bakıldığı halde artık görünemez ve kontrol edilemez olur; tersine o kavramlar ters bilinci bütün gerçekliği ile inşa etmenin failidirler... İşte bu sebep ideoloji her şeyin ve hepimizin gerçekliğidir. Bu gerçeklik gölge gibi iz sürmeye devam edecektir.

2.1. Sinemasal Gerçeklik

Sinema, iki boyutlu bir imge sanatı olduğu halde, gerçeklik algısıyla seyirciyi etkilemektedir. Şöyle ki sinema: bu etkiyi sinematik duyumsama; hareket, zaman, ritim, ışık, gölge, doku, renk ve ses aracılığıyla, seçilen görüş alanıyla, kamera ve kameranın optik devinimleri ile gerek nesnel, gerek öznel kamera kullanımıyla, alan derinliği ile açılı-karşı açılılarla, genel plan-yakın plan geçişleriyle bir uzam kurar ve bunu kurgu yoluyla yaratır (Gök, 2007, s. 118).

Kracauer'e (2015, s. 124) göre sinema evreninde fiziksel ontolojinin ihyası, gerçekliğin film zamanına evrilmesi, sinemateknik yöntem ve araçların işleyimidir. Alıcının kayıtlı devinime girmesi ile sanatta “gerçeklik-mimesis” tartışması, sinemanın da öncelikli meselelerinden birini oluşturur. Hugo Münsterberg, Vsevolod Pudovkin, Rudolf Arnheim, ve Sergei Eisenstein gibi sinema fikrinde sanatsal yaratıcılığı “biçim” ile koşullandıran kuramcılar ve diğer tarafta Siegfried Kracauer, Andre Bazin'in sinematografik nesnellığe minimum müdahale ile “gerçeklik” olgusunun film evrenine taşınacağı iddiası, kuramsal ve ideolojik bir farklılaşmadır.

Sinemada “Gerçekçi kuram” hakkında Gök, şunları belirtmektedir: Gerçekçi kuram, sinemayı gerçeğin sanatı olarak tanımlar ve sinemanın gerçekliğe yakınlaştığı oranda sanat olabileceğini savunur. Gerçekçi kuramın temsilcilerinden Bazin, biteviye film görüntüsünün gerçeklik ile olan ilişkisiyle ilgilenmiştir. Hatırlatmalı ki görüntü, gerçeklik ilişkisinden önce, sinemanın varoluş nedenidir. Sinema, gerçeklerin, yönetmenin ülküsüyle bütünleşmiş biçimde görüntülerle anlatımıdır. Kracauer de sinemanın doğal işlevinin teknik altyapısı dolayısıyla (kamera, pelikül, ses vb.) “gerçekliğin kaydedilmesi” ve aktarılması olduğunu savunmuştur. Yine Kracauer sinemasal anlatıya en uygun düşen türün “fotografik gerçeklik” olduğunu söylemektedir. Basit anlatı sineması onun vurguladığı biçimde fotoğrafla iç içedir ve öykülerinin “bulunmuş öykü” (kurgulanmak yerine keşfedilen) olması, hayatın içinden, gündelik yaşantıdan gelmesi ve en az müdahale ile “olduğu gibi” verilmesi önemlidir (Gök, 2007, s. 117).

Topçu'ya (2019, s. 121) göre teknik donanımı gereği maddi gerçekliği ve gerçek dünyayı yine gereç olarak kullanıp, o dünyayı yeniden var eden sinema düşüncesini Bükler olumlamaktadır; çünkü ona göre sinema, gerçek malzemedens tasarlanmış bir dünya ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada Zizek, kurmaca “fiction” ile rüyayı gerçekliğin odağından geçirmekte ve ortaya çıkan gözbağcılık değil, toplumsal yaşamın esası olarak kabul etmektedir (Zizek'ten aktaran Diken ve Laustsen, 2010, s. 27). Comolli ve Narboni'ye (2019, s. 92) göre de sinema, gerçekliği yeniden üretir. Comolli ve Narboni'nin yorum ideoloji politiktir: İdeolojik telkine tabi alıcı ve onun mütemmim cüzü film şeridi, bu amaçla kullanılır. Esasta filmin imal gereçleri ve kullanılan tekniklerinin kendisi gerçekliğin birer parçası, dahası gerçeklik var olan ideolojinin bir ifadesidir. Anlaşılmaktadır ki sinemanın soyut ve maddi fenomenlerinin ideolojileşmesi, yine sinema felsefesinin insan doğasına yaslanmasından ve diyalektik halde bulunmasından kaynaklıdır.

Sanatın “gerçeklik” duygumunu yarattığı ve sinemanın bu izlenimi (duygusal yakınlıkta) veren bir sanat olduğu, başlıca temel bir savdır; çünkü beyazperdeye aktarılan imge ne kadar gerçekdışı olursa olsun, seyirci buna tanık olmakta ve deyim yerindeyse olaya/görüntüye (teşhire) gözü, aklı ve duyguları ile katılmaktadır. Yine seyirci bu katılım esnasında anlatının gerçek olmadığını bilmesine karşın sanki gerçekmiş gibi duygusal bir biçimde tepki göstermektedir. Sinemanın inandırıcılık gücü, izleyiciye perdeden yansıyan görüntülerin gerçek olduğu (yanılsaması) zehabını yaşatmakta, bu nedenle izleyici, filmsel dünyanın bir kurgudan ibaret olduğunu düşünmeyip, onun gerçekliğine inanmaktadır (Göze, 2018, s. 302).

Jean Baudrillard, Disneyland’a benzettiği sinemasal gerçekliği bir “yok oluş” ile görmektedir. Diğer ifade ile Baudrillard’da sinema dünyasının (alegorik) biçimsel gerçekliği tenkite uğramaktadır. Şöyle ki;

Bugün eğlence parkları hayatın tamamıyla disneyleştirildiğini maskeleyen bir mazeret sadece. Sinema için de aynı şey geçerli: Bugün yapılan filmler, her şeyi (toplumsal ve siyasi yaşam, genel manzara, savaş, vb.) ele geçiren sinema biçiminin gözle görülür alegorilerinden başka bir şey değil, sadece sinema perdesi için senaryolaştırılan koca bir yaşam biçimi. Sinemanın yok olmasının sebebi de şüphesiz bu gerçekliğin içine girmiş durumda. Gerçeklik sinemanın, sinema da gerçekliğin avuçlarında kayboluyor. Her ikisinin de kendi özgüllüğünü yitirdiği ölümcül bir aktarım bu (Baudrillard’dan aktaran Diken ve Laustsen, 2010, s. 24).

Disneyland örneğini kullanan Baudrillard için esas mesele, post-modern toplumda gerçeğin yok edilmesidir. Medya (sinema) ve ileri teknoloji, elbirliği ile kopyalardan ibaret bir benzetim “simülasyon” evreni inşa ederken belki de ABD ve (Hollywood) sinemasını bu çerçevede tenkite almak zaruridir. Baudrillard haksız sayılmamalıdır; çünkü 1. Körfez Savaşı’nı (1991) dünya kamuoyunun (adeta) bir televizyon gösterisi “television show” gibi seyrettiği açıktır.

“Filmlerde gerçekçilik, hem anlatı düzeyinde hem de betimsel olarak işlemektedir” (Hayward’tan aktaran Göze, 2018, s. 304). Kurgu-montaj maharetine zaman ve perspektif ile uzam yaratımında insan-insan, insan-nesne, nesne-nesne ilişkisini öncelemek yahut paralel akışta sunmak, sinemasal “cinematic” bir anlatıdır. Kamera açıları, salt bir ikaz imlecisi veya göze yanılısma için yutturulan zoka değildir; çünkü perspektif dâhilinde görülene derin yahut yüzeysel anlamlar katmaktadır (Arnheim, 2002, s. 44). Kullanılan ışık, gölgeleme; zaman ve uzamda yapılan kesmeler ve 180 derece aksta ileri geri devinimler; sekansın akışı/devamlılık, perdede sağaltılan kurgusal gerçekliğin aksiyomlarıdır. Fergie’nin nazarında bu sayılanlar, rahatlıkla birer ideolojik etkinlik olarak kabul edilmektedir (Tırpan, 2004, s. 52).

Pekiye, sinematik gerçekliğin (hatta ideolojik etkinliğin) faili kimdir? Bu soru ile birlikte Arnheim’in cevabı ve örnek anlatısı denenecek basit bir kurgu plan ile açıklamak mümkündür. Şöyle ki bir Alman yahut Rus yönetmen, 2. Dünya Savaşı’nda Alman-Rus savaşını “Almanya veya Rusya zaferi” gibi belgesele almakta olabilir: Arnheim’e göre rejisör, önemsedığı imge adına dilediği bir sahneyi seçebilir: (Alman ordusu hızla Stalingrad’a ilerlemektedir). Seçilen görüntü dâhilinde istediği objeleri çerçevenin haricinde bırakabilir, saklayabilir: (oysa Alman askerleri Ruslar tarafından imha edilmektedir) yahut yönetmen seyirciyi (kullanacağı imge/nesne vasıtasıyla) uyanıklığa sevk edebilir: (Berlin ya da Stalingrad işgal edilmekte ya da cepheden pek çok Alman/Rus askeri cesedi gelmektedir) ve her şeye karşın gerçeklikle çatışmayabilir: (Almanya mağluptur veya savaşın zaferi/kıyıcılığı veya yıkıcılığı ortadadır).

Teknik olarak: bir sinema perdesine akseden görüntüde nesnelerin büyüklükleri azaltılabilir, çoğaltılabilir. Uzamsal ve zamansal ayrıklıklarda eşyalar, nesnelere; beraber, aralıklı, ardı sıra konumlanabilir. Küçük ve göze takılmayanlar (önemli olarak) seçebilir ve bir parçada bütünü (sembolik) temsili sağlanabilir. Yönetmen dünyayı salt objektif görünürlükte değil, (Ingmar Bergman gibi) öznel halde de gösterebilir. Hatta bir yönetmen sinema evreninde nesnelerin artabileceği yeni gerçeklikler yaratır, devinimi ve fiilleri (yine Bergman gibi) arda çevirmek dâhil, istediği formları bozabilir, sahneleri seri veya ağır akışta sunabilir. Özetle gerçeklik ile dolaysız nesnelere, olayları sembolik anlamı olan geçitler ile bir yönetmen yeniden kurabilir (Arnheim, 2002, ss. 114,115). Murat İri, Lumiere ve Melies'ten mülhem gerçekliğin tanımı veya yaratımı hakkında ise şu örnekleri verir: koca bardakla bira içen adam, yıkılan duvar, trenin gara girişi. Aynı filmler tersinden de gösteriliyordu; koca bir bardağa bira çıkaran adam, örülen duvar, trenin gardan (geri geri) çıkışı (İri, t.y., s. 13).

Yukarıdaki örnekler şuna ispattır ki sinematik efekt kurgunun işleyimindedir; çünkü kurgu ile etkili ve dramatik vurgular yapılabilmektedir (Gök, 2007, s. 120); fakat tüm bunlara hilaf şekilde Bazin, Eisenstein gibi kuramcılar “(...) ‘montaj’ teorisi yerine, gerçekliği en zengin haliyle verebilecek olan ‘alan derinliği’ kavramını benimsemiştir. ‘Klasik kesimli’ sinema yerine Bazin’in tercihi, plan-sekans (sürekli çekim, uzun çekim, çekim içinde kurgu) ve alan derinliğini kullanan bir sinema anlayışı (Gök, 2007, s. 121), yani sahneleme anlayışıdır.

1941’de Orson Welles’in “Yurttaş Kane” filmi ve “İtalyan yeni gerçekçilik akımı”nın klasikleri “Roma, citta aperta” (1945), “Ladri di Biciclette” (1948) gibi filmler ortaya çıktığında, “gerçeklik akımı”nın sinemada etkinliği duyumsanmıştır (Özden, 2004, s. 26). Bazin ile uyuştuğunu düşündüğümüz Ryan’ın (2015, s. 81) sinemasal söylem ve eylemi toplumsal alanda görmesi ve yine bunun seyirci açısından alınlanması (kod açılımı) gerektiğini bildirmesi, sinemanın topluma dönük yerini işaretler. Buna göre Bennet, gerçekçi anlatı içinde en iyi tür olan belgesel sinemanın toplumsal iletileri aktarma kuvvetini ileri sürmüştür (Bennet’ten aktaran Gök, 2007, s. 119). 1940’larda “Yeni gerçekçilik akımı” ve bir seviye etkileşimde bulunulan diğer akımlar (Fransız natüralizmi, Sovyet toplumcu sineması, sorun filmleri “problem films”) beyaz perdeyi “toplumsal gerçekçi film” kavramı ile çevrelemiştir (Özden, 2004, s. 26, 27).

Sinemada gerçeklik olgusu veya yansıması, bu sanatın yarattığı/etkilendiği toplumsal, psikolojik algıda yahut her türlü çatışmacı ideolojik iletilerde aranabilir. Sinema bu nev’inden hem yansıtım (ayna) aracı ve hem de bir odaktır “focus” (Koncavar, 2017, s. 11). Bazin’de (2011, ss. 16, 18) bu durum “doğru gerçeklik” ve “sahte gerçeklik” diye tasniflenir. Onun nazarında birincisi, dünyayı somut aktarımlarda gerçekleştirir, ikincisi ise sadece “göz aldanması”dır. Bazin’in etkisi ile (Arnheim gibi) filmleri kıymetlendirmede yönetmenin filmsel anlatımı güdümlemek üzere gösterdiği çabayla beraber, yönetmenin hakikati müşahade kuvveti önem kazanmıştır. Kurgudan öte, görüntüde sağlanan yalın gerçekliğin aktardığı anlamın “tenkit edilebilir” bir mikyas olarak kullanılması fikri böylece ortaya çıkmıştır (Özden, 2004, s. 26); Bazin’in Robert Flaherty’nin “Kuzeyli Nanook” (1920) filmini “doğru gerçeklik”e tipikleştirmesinin sebebi de budur.

Bölüm dahilinde yazılanları özetlemek gerekirse, sinema kendine has bir (gerçekliği) anlatıyı (görüntü, ses, ışık, dekor, oyuncu, yönetmen vd. dahil) toplumsal, eko-sosyal ve öznel, sosyopsikolojik süreçlerde oluşturmaktadır. Zamanın ve mekanın içini dolduran şeylerin (doğa, insan, nesne) kameranın imlecinde etkin bir duyumsamaya ve (kurguyla birlikte) tahayyüle yol açması veya olduğunca dolayımız anlatı, sinema dilinin veya oluşturulan dilsel yetinin temel argümanlarıdır. Haddizatında kimi sinema kuramcıları ve yönetmenler biçem ve anlatı meselesini farklı paradigmlar ile ön plana aldığı da bir diğer çıkarsamadır. Bazı nazariyeler belirginleşmiş, bazıları (türlü sebeplerle) geri planda bırakılmış olabilir; fakat bu olgusalılık sonuçta sinemanın sanatsal zenginliği ve insani müdahaleler olarak değerlendirilmelidir. Sinemada gerçekliğin izlenimi elan süren, bitmemiş bir tartışmadır. Zizek, kurguların realiteyi inşa ettiğinden bahsetmektedir. Gerçekliği düzenleyen simgesel kurmacayı gerçekliğinizden atarsanız, Zizek'e göre gerçekliğin kendisini kaybedersiniz. Sonuçta sinemanın odağı olan seyirci, bir filmin gerçeklik evrenine girmekte ve sinema, aktüel olandan kaçma/kopma hissini vermektedir. Bir çok algı, arzu ve etki; ideoloji, mitos ve aksiyonun kompleks işleyimi beraberinde sayısız kültürel türev, sinematik evrende (Gök, 2007, s. 122) göstergeleşmektedir.

2.2. Sinemada İdeoloji

Sinema diyalektiği, sinemanın, politik, sosyal-kültürel, psikolojik, ekonomik, estetik, tek tek ve tümünde beliren kurgunun yahut anlatının toplamı ve bu toplamaların (sürekli) çatışmasıdır. O sebeple sinema çatışmacıdır ve ideolojiktir. Örneğin, Sergei Eisenstein, imgenin bir diğer imge ile bitişimli vaziyetini çatışmalı ve duygu üretici görürken bu olguyu sinemada Marksist bir diyalektikle açıklamıştır (İri, t.y., s. 16). Ryan ve Kellner (2010, s. 17) ise birtakım radikal eleştirmenlerin Hollywood sinemasını ve burada kullanılan temsil göreneklerini, hâkim mahfillerin, ananevî kıymetleri meşrulaştırmak ve ideoloji zerk etmek amacıyla kullandıkları iddiasına sahip olduklarını ifade etmektedirler. Slavoj Zizek, ayartıcı bir sanat olan sinema size neyi arzu edeceğinizi sağlamaz, nasıl arzu edeceğinizi anlatır, demektedir.

Bir kişinin (yönetmen) ussal belirimi ile ve kurgu plandan başlayarak toplumsal, ekonomik yönlerine dek sinemanın arkasında ideolojinin silik veya etkin izi vardır; çünkü sinema, sanat yönü mahfuz halde toplumsala yönelik (bilinçli/bilinçsiz) hem ideoloji üretmektedir hem de ideoloji alımlamaktadır (Vural ve Kantar, 2022: 35). Dolayısıyla sinema, her nevi düşüncenin dolanımında etkileyci bir gösteren, aktarım ve iletişim vasıtasıdır. Sinemanın bu yönünü bilen egemen güç ile çatışmacı hegemonyan mücadelenin vasatındaki azınlık unsurlar, ideolojiyi doğrudan (3. sinemada olduğu gibi) yahut dolaylı göndermelerle (Hollywood sineması gibi) baskın kılmak yahut tersine özgürleştirmek niyeti taşımaktadır. Sinema, egemen ya da muhalif ideolojiyi topluma ulaştırmak, kitleleri yönlendirmek için her sanata musallat olan ideolojik körelmenin riskine de maruzdur.

Bir filmde ideolojiden bahsedilmesi için görsel, işitsel anlatı ile yansıtılan karakterlerin içsel gerçekliği (Clarke'den aktaran Göze, 2018, s. 302), alıcının ardında bulunanın (kültürel aklın-ideolojinin) tasarım kodlarının ifşası elzemdir. Bir diğer ifadeyle film sanatı, üretiminin her safhasında hücreleşebilecek anlam-anlamlandırma ve sinema dili (oyuncu, dekor, ışık, kostüm ve tür) ile bütünlük içindedir ve böylece bir filmde ideoloji, açık-gizli aksetmektedir; çünkü film; düşünce, tasarım ve teknik, estetik vasıtalarla üretilen, katmanlı ve enlem döngüsü

bitimsiz bir üründür. Film ayrıca maddi (tecimsel) içerim yüküdür. Bu vasatta Comolli ve Narboni'ye göre film: verili iktisadi ilişkilerdeki üretim koşullarının göz ardı edilemediği; fakat kendine mahsus bir çıktıdır. Üretim namına emek (ki varsıl kapitalist için bu paradır) gereklidir. Söz konusu koşullar ister Hollywood dışında konumlanan “bağımsız film” yapımcıları olsun, ister belgesel öykünmeci “yeni sinema” adına olsun, temel geçerliliktir. Elbette film üretiminde belirli sayıda emek/emekçi birlikteliği vakiadır ve nihai noktada film, bir mala dönüşerek gişe hasılatı, pazarlama/dağıtım anlaşmalarıyla mübadele değeri kazanmaktadır. Sonuçta bunlar göstermektedir ki bir film piyasa kapitalizminin kurallarınca determine edilmektedir (Comolli ve Narboni, 2019, s. 90).

Öz tasarımlarının, öz fikirlerinin üreticisi insanlardır; gerçek, faal üretim kuvvetlerini ve sonunda kabul edilen ilişkilerin en geniş biçimleri de dâhil, tüm bunlar, belirli bir gelişimde koşullandırılır (Marks ve Engels'ten aktaran Sancar, 2020, s. 12). İşte bu koşullanma, ideolojilerin temsil göreneklerinin direkt veya dolaylı fonksiyonuyla sinema filmlerinde (açık veya gizli) anlatıya bürünür. Formel görenekler (anlatının kapanma tarzı, görüntünün sürekliliği, dönüşsüz (nonreflexive) kamera işleyişi, identik karakterler “özdeşleştirme”, dikizcilik yoluyla nesnelleştirme, ardışık düzenleme, illiyet mantığı, dramatik güdüleme, kare ortalama, çerçeve uyumu, gerçekçi anlaşırılık vb.) perdede olup bitenin belli bir dünya görüşünün ürünü bir kurmaca yapı değil de nesnel olayların tarafsızca kameraya çekilmiş görüntüleri olduğu yanılsamasını imal ederek, ideolojinin yerleşmesine katkıda bulunurlar. Filmler, herhangi bir durumu aksettirmekten çok, o durumun tasarlanan belli bir biçimini oluşturmak adına seçilmiştir ve birleştirilmiş temsili unsurlar yoluyla kimi tezler, filmler üzerinden ileri sürülür; tüm bunlar yapalırken seyirciye belli bir konumu ya da bakış açısı telkin edilir (Ryan ve Kellner, 2010, ss. 17-18).

Şimdiye kadar konu çalışmada ifade olunanlara dair çıkarsamaları film zeminine yaymak için Pi'nin Yaşamı “Life of Pi” (2012) adlı (macera-dram türü) film ideolojik göstergeler ve yanamlar üzerinden örnek analiz kabul edilmiştir.

3. LIFE OF PI (2012) FİLM ÇÖZÜMLEMESİ

“Life of Pi” (2012), Akademi ödüllü Ang Lee'nin yönettiği, Yann Martel'in 2002 yılında yayımlanan romanından uyarlanmış bir sinema filmidir. 2012 yapımı filmler arasında “Pi'nin Hayatı”; “En İyi Yönetmen”, “En İyi Orijinal Müzik”, “En İyi Sinematografi” ve “En İyi Görsel Efekt” dallarında “Akademi Ödülü”nü kazanmıştır (Abee, 2013).

Film karakterleri

Piscine Molitor Patel (Pi): Hikâyenin kahramanıdır. Piscine, aynı zamanda filmin anlatıcısıdır ve denizde Pi'nin geçirdiği yedi ay, olay örgüsünün büyük bölümünü oluşturur. Alışılmadık ismi, Fransızca “havuz” anlamına gelmektedir. Zooloji ve din merakı olan Pi, hayvanların ve insanların alışkanlıklarına, özelliklerine ilgi duymaktadır.

Richard Parker: Pi'nin cankurtaran sandalını paylaştığı Bengal kaplanıdır. Filmde “Parker” adıyla bilinecektir. 200 kiloluk (450 pound) ve yaklaşık 2,75 metre (9 fit) uzunluğundaki

kaplan, filikadaki sırtlanı öldürür. Richard Parker, film anlatısında Pi'nin egemenliğine zamanla saygı duyan bir “omega” karakter veya itaatkâr bir hayvan gibi davranır.

Sırtlan: Çirkin ve son derece saldırgan bir hayvandır. Richard Parker ortaya çıkana dek filikada kıyıcı hadiseler yapar.

Zebra: Grant'in zebrası. Cankurtaran sandalına atlarken bacağı kırılır. Sırtlan ona eziyet eder ve onu diri diri yer.

Portakal suyu: Anaç orangutan. Sırtlan ona da saldırır, mücadele verir ama yine de öldürülür.

Tomohiro Okamoto: Japon Ulaştırma Bakanlığı'nın Denizcilik Departmanından bir yetkilidir ve Japon gemisinin batmasını soruşturmaktadır. Okamoto, asistanı Atsuro Chiba ile birlikte Pi ile üç saat boyunca röportaj yapar ve ilk anlatımına oldukça şüphelye yaklaşır.

Atsuro Chiba: Okamoto'nun asistanıdır. Chiba, iki Japon yetkili arasında daha saf ve güvenilir olanıdır ve görüşme yapma konusundaki deneyimsizliği belirgindir. Chiba, hayvanlarla ilgili hikaye versiyonunu insanlarla olandan daha etkili görmektedir.

Aşçı: Pi'nin ikinci hikayesindeki sırtlanın insan karşılığıdır. Denizciyi ve Pi'nin annesini öldürdükten sonra Pi onu bıçaklar ve öldürür.

Denizci: Pi'nin ikinci öyküsündeki zebranın insan karşılığıdır. Gemiden atlarken bacağı kırılır ve yarası enfeksiyon kapar. Aşçı bacağı keser ve denizci yavaş yavaş ölür.

Gita Patel: Pi' nin annesidir. Hikayenin ilk versiyonunda cankurtaran sandalındaki Portakal Suyu'nun yerini alır.

3.1. “Life Of Pi” (2012) Filminin Teması

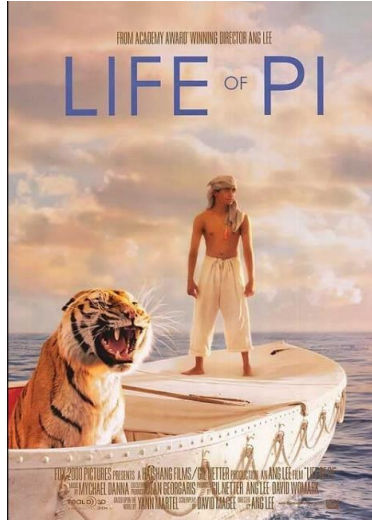
Tema, özetle şöyledir: Hindistan'dan Kanada'ya giden Japon bandıralı bir şilepte Piscine Molitor “Pi” (Suraj Sharma) ve ailesi, hayvanat bahçesindeki hayvanları ile yolculuktur. Gemi Pasifik okyanusunda batar ve ailesi hariç Pi, bazı hayvanlarla boğulmaktan kurtulur. Bir filika içinde deniz kazasında kurtulanlarla beraber (uçsuz bucaksız okyanusun ortasında) bilinmez ve zorlu bir macera başlamıştır. Filikada hayatta kalmayı başaran üç yolcu (zebra, sırtlan, maymun) ile Richard Parker adında bir Bengal kaplanı ve genç Pi bulunmaktadır. Pi (uçsuz bucaksız okyanusta) filikada hayatta kalma mücadelesi verecektir.

Soyut ve gerçekliğin birbirine geçtiği anlatı eşliğinde, Pi Patel'in başından geçenler, 450 librelilik bir Bengal kaplanının etrafında mitolojik/masalsı (antropomorfist) temada çerçeveslenir. Antropomorfizm, insani bir özelliği, insan olmayan bir şeye yansıtmak anlamına gelmektedir (<https://www.cliffsnotes.com>, s. t.y.). Film “kaplan masalı” hikayesi üzerinden insan karakterlerinin bir hayvanla değiştirildiği; merak, düşlem, çaba ve ilham örgüsüdür. Örneğin aşçı, bir “sırtlan” olmakta, Asyalı denizci kırık bacaklı “zebra” ve genç Pi'nin annesi ise bir “orangutana” dönüştürülmektedir (Rushton, 2013). Spesifik olarak filmde, bir hayvana bir insanmış gibi davranılmaktadır. Olayların imgesel anlatımında Pi, hem kendisidir hem de kaplandır. Kaplan; gücün, yalnızlığın; ama canlılığın ve öngörülemezliğin ve dahi tehditin simgeselidir. Pi ile gösterilen “gerçek” insanın hikayesinde (hayvanların aksine) her durum kasvetli, şiddet ve sefalet doludur.

3.2. “Life Of Pi” (2012) Film Çözümlemesi

Film öyküsü, Hindistan'ın Pondichery kentinde, “Piscine” adı ile vaftiz edilen bir çocuğun büyüdüğü küçük bir aile hayvanat bahçesinde başlamaktadır. Piscine, Fransızcadan İngilizceye “yüzme havuzu” olarak tercüme edilir, fakat Fransızca'dan ziyade, İngilizce konuşulan Hindistan'da (ki Hindistan tarihi, bir İngiliz sömürsüdür) oyun arkadaşları ona “sidik” lakabını takarlar. Buna bir son vermeye kararlı olan çocuk; 3,14 ile başlayan ve asla bitmeyen o matematiksel sabiti yazmak için azim ve yetenek göstererek “Pi” adını benimser, benimsetir. Pi sınırsız bir sayıdır ve sınırlamaları kabul etmeyen bir çocuk için mutenâ bir isimdir (Ebert, 2012).

Rushton'a (2013) göre “Life of Pi” filmi bir yanda tarihin hayali ideolojisi, yani “kaplan masalı” ile söylemlerin gerçeği arasındaki bölünmeye benzer bir sunumu halinde anlamlandırılacağı gibi diğer yandan “insan hikayesi” ve dolayısıyla sinematik anlatının kendi başına doğası üzerine bir tür üst-yorum sunmakla da betimlenebilir. Filmin sonunda kaplan masalının gerçek olup olmadığı, daha doğrusu büyü, hayali ya da ideolojik bir uydurma olduğu anlaşılmalıdır; çünkü Pi'nin “gerçek” insan hikayesinin anlatımı Japon gazetecilere duyurulduğunda, kaplan masalının bir çarpıtma olduğuna dair hiçbir şüphe (akılcılık gereği) söz konusu değildir. Yine de bu durum, kaplan masalının yarattığı heyecanı ya da zevki, seyirciden almazken film, şunu bilir ve bildirir: “Gerçek” olandan daha sürükleyici daha büyüleyici olan, inanılmaz bir hikayedir ve bu, diğer yönüyle olayların insan tarafı açıklamasıdır; çünkü Pi, bir yalancı değildir: ona göre hikâyenin çeşitlemesi farklı türde bir gerçek içerir (<https://www.sparknotes.com>).



Şekil 2. (<https://www.imdb.com>, t.y.)

Rushton (2013) Pi'nin hayal gücünün bir figürü olan kaplanın, onun denizde kaybolma travmasıyla başa çıkmasına yardımcı olmak için icat ettiği bir hayaletten (ideolojiden) başka bir şeyi göstermediğini savunur; çünkü katıksız bir biçim ile kaplan imgesi, işlevsel halde,

filmin hikayesinde beliren çelişkileri çözmektedir. Örneğin din ve akıl arasında bir çelişki mi var? Kaplan onu sıkıştırmakta ve çözmektedir. Din ve bilim arasında bir çelişki mi var? Kaplan, onu düzeltmektedir. Anneye duyulan arzu ile babaya duyulan nefret arasında bir çelişki mi var? Kaplan, yine çözüm adına oradadır (Rushton, 2013). Dolayısıyla çelişkilerin ve korkuların yerini (zamanla) Richard Parker almaktadır. Pi'nin endişesini ilk başlarda artıran ve yolculuk esnasında gidermeye başlayan kaplana (adeta) mitolojik anlatının eşik bekçisi ve yol göstereni gibi iki taraflı itibar sunulur. Kaplan, Pi'nin uyanık ve odaklanmış kalmasının ana nedenidir ve bu da sonunda hayatını kurtarır. Kendini kurtarmak için bir Bengal kaplanında gösterene dönüşen bu ironiyi Richard Rushton, “gerçekten var olan” tarihsel çelişkileri çözen alegorik hikaye “story” olarak işaretler.



Şekil 3. (<https://qph.cf2.quoracdn.net>, t.y.)

Film, aynı zamanda masalsı anlatının morfolojik aşamalarına da göndermeler yapmaktadır. Pi'nin hikayesi bir nevi kahramanın ruhani yolculuğudur. Vladimir Propp'un Rus halk masalları hakkında yazdığı temel aşamalardan biri olan “kahramanın büyülü nesneyi elde etmesi veya yardımcı (Richard Parker) kazanmasını sağlayan sınav (geminin batışı), sorgu/saldırı (filikada verilen mücadele, sırtlanın zebraı ve orangutanı öldürmesi) masalsı anlatının işlevleriyle uyumludur (Tecimer, 2005, s. 114). Basitleştirilmiş haliyle kahraman “Pi” yolculuğu süresince eksikliğini keşfetmekte, bu durum bir macera içinde (filika yolculuğu) arayışa dönüşmekte, dost ve düşmanla karşılaşmakta, sınavlar aşılmakta ve aşılan sınav (okyanusta mahsur kalmaktan kurtuluş) ya bir ödülle taçlandırılıp ya da yeni bir eksiklikle ortaya çıkmaktadır (Tecimer, 2005, s. 115).



Şekil 4. (<https://newskarnataka.com>, 2021)

Filmde kahraman için göstergeleşen ideoloji ve seçilen yol metafizik bir plan dairesinde gizemli; fakat bir o kadar deneysel keşfe açıktır. Pi'nin yolu bir çeşit özgürlük arayışına dönüşür ve bu arayış acı verici bir görevdir. Zizek'e göre bu durum ideolojinin kendini bulduğu yerdır ve özellikle dini ideolojilerin varlığını ortaya koyduğu noktadır (InternetArchive, 2021).

Film, ailenin Kanada'ya taşınma kararını siyasetten çok, iş meselesi halinde gösterir olsa da batan gemi, Hindistan demokrasisini saran tarihi travmanın, o coğrafya insanların çektiği acıların temsilidir. "Hindistan'daki huzursuzluk nedeniyle Pi'nin babası hayvanat bahçesini satmaya ve aileyi Kanada'ya taşımaya karar (...)" (Abee, 2013) vermemiş midir? Morin'in düşündüğü gibi sinema (ve film) hem temsil hem gösterendir; gerçeği ya da gerçek dışı olanı, dünü ve bugünü, belleği, fantazmayı, hayatı sürekli ve yeniden birleştirmektedir (Morin'den aktaran Diken ve Laustsen, 2010, s. 28). "Temsil, gerçekliğin birebir kopyası değil, gerçekliği referans alan gerçekliğin yeniden düzenlenmiş bir sunumudur. Bu yönüyle sinemada temsil edilen öykü, içinde yer aldığı toplumsal gerçekliğe ilişkin birçok anlam barındırır" (Koca, 2015, s. 69).

Üst paragrafta anlatılanların film diyaloglarına sekanslar halinde dahil edildiği açıktır. Pi'nin kurtarılmasının ardından, Japon Ulaştırma Bakanlığı Denizcilik Departmanında görev yapan Tomohiro Okamoto ve meslektaşı Atsuro Chiba, Pi'yi ziyaret etiklerinde Tsintsum'un batışındaki sebebin ne olduğunu öğrenip, kayıtlara geçmek için röportaj yaparlar; çünkü olanlara karşın bir açıklama bulmaya çalışılmaktadırlar.

Okamoto ve Chiba, Pi'nin (Irfan Khan) hikayesine şüpheyle bakarlar ve basit ayrıntıları sorgulayarak onun hikayesini çürütmeye çalışırlar. İki görüşmeci, başka hikayeye, daha inandırıcı bir şeye ihtiyaçları olduğunu açıkladığında, nihayet yeni bir hikaye oluşur. Pi, yolculuğunun alternatif çeşidini, filikada annesi, gemide görevli Fransız aşçı ve Çinli bir mürettebat bulunduğu şeklinde sunar. Mürettebatın bacağı kırılmıştır ve aşçı bacağı kesmekte ısrar ederek hem Pi'nin hem de annesinin işbirliğini sağlamıştır. Ampütasyondan sonra mürettebat yavaş ve acılı bir şekilde ölmüştür. Aşçı, mürettebatın bacağı kesmesinin sebebinin, onu yem olarak kullanmak için olduğunu açıklar. Bu davranışa öfkelenen ve midesi bulanana anne, aşçı, mürettebatı yemeye başladığında bu işin parçası olmak istemez ve aşçıya çıkarılır,

kavga eder. Anne, Pi'nin filikadan ayrılmasını ister. Aşçı, annenin kafasını kesip, kopan başı saldaki Pi'ye fırlatır. Pi, aşçıyı bıçaklayarak öldürür.

Pi'nin ikinci hikayesi insanın kötü doğasını anlattığı kadar, sistemlerin çöküşü anında (Tsimsum'un batışı gibi) toplumsalın yaşadığı travma ile birlikte “kuru, mayasız gerçeklik” kitle tarafından talep edilerek köreltilir; çünkü filmde geminin neden battığı (her şeye rağmen) belirsizdir; fırtınanın etkisi mi, geminin mukavemetsizliği mi? Ya da her ikisi... Nihayetinde talep edilen, ideolojinin kurguladığı, yine onun isteğinin yapıldığı toplumsal düzene dönük olanın konusudur. Batan geminin maddi durumu, eksikliği yahut doğanın gözardı edilirliliği sorgulanmamalı; felaket sonrası yaşanan trajik bir hikaye kitlelerce sömürülmelidir. Pek çok değer yargısı yitirilmiştir ve ideolojinin istemediği tüm anlatılar (kaplan hikayesi) sapkın yahut halisünasiktir; çünkü herkes sırtlanlaşmanın yükünden rahatsız olabileceken Pi'den istenen katarsistir. Bu nedenle Okamoto, egemen tarafından talep edilen hikayeyi istemektedir ve Pi'nin ilk anlatısı için feda edilecek, konfora karşı çıkacak bir bilinç işlememektedir. Toplumsalın simgesel alanı rahatsız edilmemeli, gerçeklik bozulmamalıdır. İdeoloji gerçek bakış açısını bulandırdığı halde sapkınlık üretir ve Pi'nin antropomorfist hikayesini akıl dışı ilan eder. Pi de bu hegemonik baskıya direnemez ve istenen hikaye, tarafından verilir; indirgeme ve tekilleşmeyle sembolik anlam kırılır. Film gösteren gücüyle bu ikilemi seyircinin bilincine fırlatır.

“Film temsilleri, değerleri şekillendirir, kurumları ve normları betimler ve izleyicideki özdeşleşmenin içselleştirilmiş ve zaten sosyalleşmiş şablonlarıyla tutarlı, özdeşleşmeyi ortaya çıkaracak idealize figürler yaratır” (Ryan, 2015, s. 86). Rushton'a göre, işte bu durum “kuşkusuz” ideolojiktir. Diğer ifadeyle varoluşun gerçek koşullarının çözülmesini, gizlenmesini, gömülmesini onayacak şekilde ideoloji, gerçekliği soyut olarak yeniden biçimlendirir (Rushton, 2013).

4. SONUÇ

Zizek, “The Pervert's Guide To Ideology” adlı belgesel çalışmada (Marks'a atıfla) “ürün” denilen metanın bizim tükettiğimiz ve basitçe kullandığımız nesnelere olmadığı, bilakis metafizik ve ideolojik şeyler (InternetArchive, 2021) içerdiğini ifade eder. Koşullanma bağılıyla bir kültürel ürün hükmü icra eden sinema; fikri, düşsel (mitolojik/masalsı) ve yaşamsal (tecrübi) formun ve sosyal-ekonomik modern tarihi gelişim sürecinde ideolojilerden ayrı düşünemeyeceğimiz forma dönüşmüştür. Narboni ve Comolli (2019, s. 91) emek-sermaye ürünü her filmi, iktisadi düzenin bir parçası olması nedeniyle ayrıca ideolojinin parçası olarak değerlendirirler. Bu görüş çerçevesinde filmin üretimi yahut üretildiği koşullar, kısaca, ideoloji tarafından belirlenmektedir.

Sinema, egemen ideoloji adına özneyi ve kitleyi tematik bir koşullanmanın ürününe dönüşmektedir. Asli motife ait görenekler; eril kahramanlık maceraları, duygululuk arayışı; kadın ağlatısı ile kurtarıcı şiddet öyküleri, kafatasçılığa ve cürme dair kalıplar, gerçekliği (sosyal bahası ederince ve kurumlara bağıl hale getirerek) değişmez bir dünyanın tabii ve çıplak göstergeleri gibi algılatmaktadır (Ryan ve Kellner, 2010, s. 18). Filmler toplumsalın söylemini (biçim, figür ve temsillerini) örtterek, sinemasal anlatılar formunda aktarırlar. Bu hali ile sinema,

ortamının dışında yatan bir gerçekliği yansıtan araç olmaktan çok, farklı söylemlerin çarpıklaşmasına müsaade edilmek istenmeyen bir aktarım gerçekleştirirler (Ryan ve Kellner, 2010, s. 35).

İdeolojiler toplumsal gerçekliği üretmenin bir yoludur ve sinemanın ideoloji üretimindeki araçsallığı yapay, teknolojik; ama işlevseldir. O sebeple ideoloji ve sinema arasındaki ilgileşim (esasta tek taraflı maruz kalınmış) bir etki olarak değerlendirilmelidir. Beyazperdenin gerçekliği açıklama, olaylara öykünme veya soruşturma (Adalı'dan aktaran Göze, 2018, ss. 302, 303) işlevi tanınmış veya reddedilsin, son kertede ideolojik-kültürel işleyişe otomatize edildiği aşikârdır. Sonuçta sinema toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel ürün sisteminin bütünlüğü içindeki yerini alır. Bu üretim süreci kısmen temsillerin içselleştirilmesiyle (Ryan ve Kellner, 2010, s. 35) ve deformasyonu ile ortaya çıkar.

Fromm (2019, s. 25) düşünce şayet bir insanı bağlıyorsa öznel; fakat topluma dayalı ortak bir yasayla tanınıyorsa nesnelleşir demektedir. Örneğin Pi'nin hikâyesi bu yüzden öznenin soyutlanarak nesnelleşmek zorundadır. Sanat (sinema) öznel olan ile toplumsalın kesişme noktasında, bu haliyle çatışmalı; fakat son kertede nesnelleşen bir üretilerdir. Sinemanın ideolojiye ait açık yönü ise topluma dönük bir sanatsal faaliyet ve sunum olmasının ardına naspedilen ekonomik-nesnel arka plandır (Comolli ve Narboni, 2019, s. 91). O halde bütün filmler, ideolojinin dolaylı ve bilinçsiz taşıyıcısı (Comolli ve Narboni, 2019, s. 91) olmaktadır ve kontra açıdan itiraz getirilen düşüncelere, kurumsal yapılara doğrudan karşı çıkılmadığında sinema, bu nevi bir fonksiyonellik üzerindedir (Ergün, 1978, s. 30). Bu işlevsellikte sinema, öznel düşünsellikten toplumsal (nesnel) satha yönelir-yöneltir ve yasa-norm dizgisinin karşısına çıkar. Sosyal alana geçiş ile toplumsalın dili, tepkisi, temsili; yasaklar ve belli belirsiz ideoloji, böylece filme kültürel temsillerin nesnelleşen baskısını çevirir. Pi'den istenen 2. hikâye de budur.

İdeolojiler, insanlar üzerinde onların anlayamadığı bir etkide bulunan kültürel objeler aracılığı ile kavranıp, kabul edilir. İdeolojilerde açığa vurulanlar, ferdin varlık durumunu kırarak yansıtır, dolayısıyla tam yansıtmaz; fakat sinema bir nebze varlık koşullarına nasıl tepki gösterildiğini yansıtmaktadır, bu hal gerçek ve kurgusal ilişkinin varlığını öngörür. Comolli ve Narboni'nin (2019, s. 92) film yapımında, en başta, şeyleri gerçekte oldukları gibi değil, ideoloji tarafından kırılmış olarak yeniden üretmek zorunluluktur yaklaşımı, sinemanın ideoloji ile olan simbiyotik bağını elan sorunsallaştırmaktadır.

Kendi gerçeğini çağıran dev/iktidar için kitleler, hâkim ideolojinin (kapitalizmin) hegemonyal arzu nesnesidir; bu kitleler için de geçerli kılınır. Post-modern kapitalizm günün insanını zevk almaya mecbur kılmaktadır. Zizek, kola "cola" örneğini verir: koladaki açmaz susadıkça içmek; içtikçe susamaktır. Arzu etmek, belli bir nesneye karşı duyulan arzudan farklıdır; arzu, arzulamanın devamlılığı ve kendisidir. Arzudan arınıp, ilk noktaya gelme durumumuz artık yoktur; cola, soğuk içilecek; fakat su ile yetinmek de söz konusu olmayacaktır (InternetArchive, 2021).



Şekil 5. (<https://www.aa.com.tr/tr>, 2021)

Polis, mahkeme gibi zorlayıcı güçler (ideolojik baskı aygıtları) ise fiilen o devin arzularının somut hale gelmesini engelleyecek unsurları saf dışı bırakır. İdeoloji, toplumu var eden göstergelerin ve davranışların içinde insanları, toplumun kurguladığı bir varlık olarak (Kıraç ve Karasoy, 2020, s. 259) ve gizlenerek somutlaştırmaktadır.

Düşünceler ifşa edilmediği sürece onları yakalayacak bir tertip yoktur; ama fikirler ifşaya doğar ve sinema gibi bir ifşa zemini söz konusudur. Çağrılmalar yapıldığında, ideoloji/yasa, Horus'un ya da Sauron'un gözü gibi düşüncelere dikkat kesilir. O gözü (kontrolü) kullanan sahip-us (devlet) başlı başına ideolojik (Bentham'ın Panaptikon'u gibi) bir inşadır. Onun adına yasanın ruhu ve yasanın uygulayıcı kolları devletin ideolojik aygıtları (DİA) ve ideolojik baskı aygıtları (İBA) (Althusser, 2002, s. 36) eserin, üretimin, filmin tehlike veya tehlikesizliğini onaylama sürecini, işlevini yüklenir. Hâkim ideolojiye göre problem, fikirlerin tehlikesi/ötekiliği veya onları sinemasal eyleme dönüştüren, kışkırtan devrimci yönlerdir. Bu halde egemen, zorbalık politikasını devreye almada tereddüt duymaz; dolayısıyla sansür mekanizması böylece işler olur. Sansür filtresi, sakıncalıyı bularak set çekmek, zapt etmek, ehliştirmek veya yok etmek ister. Dolayısıyla egemen ideoloji kendi üretimlerinin yanı sıra, sinema üzerine ideolojik kestirimini sansür ile tatbik etmektedir. Althusser (2002, s. 35) kültürel yapıyı devletin ideolojik aygıtı (DİA) olarak tanımlarken sansür işleyimini DİA'lar içinde baskı ögesi olarak konumlandırmaktadır.

Sosyal ve politik normların (kaçınılmaz olarak) devreye girdiği koşulda, sinemanın kitlesel inandırıcılığı ortaya çıkmaktadır. Göstergibilimci ve edebiyat tarihi uzmanı Yuri Lotman'a göre inanılabilirlik (ki bu felsefi bir nitelik olarak da kabul edilebilir) sinemayı politiklik indinde muazzam bilgi sağlayıcı bir sanat durumuna getirir ve kitlesel seyirci topluluğu (Lotman'dan aktaran Göze, 2018, s. 302) araçsallaşır. Sinemanın toplumsal yüzü, onu, kitle iletişiminin vazgeçilmezleri arasına kabulü sonucunu doğurmuştur. Sinema, kitle iletişimde devrede oldukça, ideolojik toplumsal tutuculuk yahut tersi bir dönüşüm olasıdır. "Life of Pi" filmi kendini bu aralıktaki konumlanmaktadır. Dolayısıyla sinemanın toplumsalı yeniden üretme, şekillendirme ve dönüştürme (Durgun ve Yaman, 2017, s. 41) etkisi şüphe götürmezdir.

KAYNAKÇA

- Abee, H. (2013, April 5). Retweived December 23, 2022 from <https://discover.hubpages.com:https://discover.hubpages.com/entertainment/Life-of-Pi-Movie-Review-and-Analysis>
- Abisel, N. (2005). *Türk Sineması Üzerine Yazılar*. Ankara: Phoenix Yay.
- Akdağ, M. (2021). *Medyanın Çocukları*. Ankara: Dorlion Yayınları.
- Althusser, L. (2002). *İdeoloji Ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (Y. Alp, M. Özışık, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anadolu Ajansı. (2021, Eylül 30). Aralık 27, 2022 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr:https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/hizmet/coca-cola-yeni-global-marka-platformu-gercek-mucizeyi-tanitti/667748> adresinden alındı
- Arnheim, R. (2002). *Sanat Olarak Sinema*. (Çev.: Rabia Ünal). Ankara: Öteki Yay.
- Barişta, Ü. (1968). Örgütlenmeye doğru. *Genç Sinema*, 1, 3-6.
- Bazin, A. (2011). *Sinema Nedir*. İstanbul: Doruk Yay.
- Cliffs Notes (n.d.). *Life of pi at-a-glance*. Retrieved 23 December, 2022 from <https://www.cliffsnotes.com:https://www.cliffsnotes.com/literature/l/life-of-pi/life-of-pi-at-a-glance>
- Comolli, J. L ve Narboni, J. (2019). Sinema, İdeoloji, Eleştiri. Seçil Büker, Y. Gürhan Topçu (Ed.). *Sinema: Tarih-Kuram-Eleştiri* içinde (88-119). (Çev.:Mustafa Temiztaş). İstanbul: İthaki Yay.
- Danto, A. C. (2013). *Sanat Nedir*. (Çev.: Zeynep Baransel). İstanbul: Sel Yay.
- Diken, B. ve Laustsen, C. B. (2010). *Filmlerle Sosyoloji*. (S. Ertekin, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Debord, G. (1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*. (A. Ekmekçi, & O. Taşkent, Çev.) İstanbul.
- Durgun, G. B. ve Yaman, H. (21 Mayıs 2017). İdeoloji, dil ve sembol bağlamında medya ve siyaset. *Akademik Hassasiyetler* 4(7), 39-51.
- Ebert, R. (2012, November 20). Retrieved 26 December, 2022 from <https://www.rogerebert.com:https://www.rogerebert.com/reviews/life-of-pi-2012>
- Faure, E. (2006). *Sinema Sanatı*. M. Gönen (Ed.). (Çev.: M. Gönen). İstanbul: Es Yay.
- Fischer, L. (2008). Film Kurgusu. B. Bakır, Y. Ünal, S. Saliji (Ed.). *Sinema İdeoloji Politika* içinde (9-34). Ankara: Orient Yay.
- Gök, C. (2007). Sinema Ve Gerçeklik. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 112-123.

Göze, F. E. (Mart 2018). Sinema-gerçeklik ilişkisini tarihi filmler ekseninde tartışmak. *Turkish Studies*. 13(3), 299-314.

Internet Archive (2021, February 5). *The Pervert's Guide To Ideology*. Retrieved December 27, 2022 from InternetArchive: <https://archive.org/details/the-perverts-guide-to-ideology-2012-hd>

İri, M. (t.y.). *Film Kuramları*. İstanbul Üniversitesi Uzaktan Eğitim Fakültesi. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/radyotelevizyonsinema_ue/filmkuramlari.pdf. Erişim tarihi: 20.10.2021

Kıraç, Z. K. ve Karasoy, H. A. (2020). İdeolojiler ve semboller. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(48), 255-269.

Koca, S. (2015). "Zengin Kız ve Fakir Oğlan"a Ne Oldu? B. kılınç (Dü.) içinde, *Sinema Ve Politika* (s. 68-99). İstanbul: Literatürk Academia Yayınları.

Koncavar, A. (2017). *Türk Siyasal Sineması 1960-1990*. İstanbul: Pales Yay.

News Karnataka (September 24, 2021). Retrieved 23 December, 2022 from <https://newskarnataka.com>: <https://newskarnataka.com/special/column/life-of-pi-a-tale-of-survival-and-triumph/24092021>

Özden, Z. (2004). *Film Eleştirisi: Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi*. Ankara: İmge Kitapevi Yay.

Özön, N. (1984). *100 Soruda Sinema Sanatı*. İstanbul: Gerçek Yayınevi Yay.

Rushton, R. (December 25, 2013). From Christian Metz to Life of Pi: Thoughts on Ideology and Cinema. Retrieved Mart 7, 2022 from www.screeningthepast.com: <http://www.screeningthepast.com/issue-38-cinematic-thinking/from-christian-metz-to-life-of-pi-thoughts-on-ideology-and-cinema/>

Ryan, M. ve Kellner, D. (2010). *Politik Kamera Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası*. (Çev.:Elif Özsayar). İstanbul: Ayrıntı Yay.

Ryan, M. (2015). Sinema politikaları: Söylem, psikanaliz, ideoloji. (Çev.:Hakan Erkılıç). *Sinecine*, 6(2), 77-90.

Sancar, S. (2020). *İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme*. Ankara: İmge Yay.

Sparknotes (n.d.). *Life of Pi*. Retrieved 26 December, 2022 from <https://www.sparknotes.com/>: <https://www.sparknotes.com/lit/lifeofpi/themes/>

Tarkovski, A. (1994). *Zaman Zaman İçinde*. (S. Kervanoğlu, Çev.) İstanbul: Afa Yayınları.

Tecimer, Ö. (2005). *Sinema Modern Mitoloji*. İstanbul: Blan B Yayınları.

Tırpan, M. (2004). *Sinema ve İdeoloji Türk Sinemasında Politik Filmler* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.

Topçu, Y. G. (2019). Görsel Biçem. S. Bükler, & Y. G. Topçu içinde, *Sinema: Tarih-Kuram-Eleştiri* (s. 121-127). İstanbul: İthaki Yayınları.

Vural Ezgi & Kantar Gökmen (2022) Feminist İdeoloji ve Söylem Karşısında Hukuk, Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, Vol4(2), Ekim, e-ISSN: 2717-8110, doi: 10.56493/nkusbmyo.1061269

Youtube (2017, Kasım 1). 22 Aralık, 2022 tarihinde <https://www.youtube.com:https://www.youtube.com/watch?v=gR3Pyn24uao> adresinden alındı

SAĞLIK İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA KAMU SPOTLARI ANALİZİ¹

Cenk DEMİRKIRAN²

Sibel AKOVA³

Gamze ÖZTÜRK⁴

1. GİRİŞ

Kitle iletişim araçları ile değişen ve dönüşen dünyamızda varlık gösteren iletişim süreçleri, sosyo ekonomik bağlamda yenilikleri ve değişimleri de gündeme getirmiştir. İletişim bilimleri disiplininin araştırma alanlarından birisi olan Sağlık İletişimi konusu, sosyal bilimler alanında gün geçtikçe artan bir öneme sahiptir. Özellikle, Kamu spotları ile kamusal alana yayılan pek çok yenilik, toplumun hemen her kesimini yakından ilgilendiren bilgileri de uhdesinde barındırmaktadır. Literatüre katkı sağlayacağı düşünülen Kamu Spotları analizi, çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Gündelik hayatta insanlar, çevrelerini görüntüsel unsurları tarayarak anlamlandırmaktadırlar. Görüntü ve görsel düşünmenin en üst seviyeye çıktığı günümüz dünyasında görüntü, kimi zaman bir fotoğraf karesi ya da resim ile kimi zaman da görselliğin ön planda olduğu sinema ve televizyonda harekete dayalı yapısıyla öne çıkar. Görüntünün, insanların algı evrenine gün geçtikçe hakim olmaya başlaması, gerçekle gerçek olmayanın ayırt edilememe sorunsalını da beraberinde getirmiştir. Herhangi bir olay karşısında insanların duyduklarından ziyade gördüklerine itibar etmesi, gerçekle gerçek olmayanın ayırt edilme meselesini daha ciddi bir düzleme oturtmaktadır. Kimi teorisyenler görüntünün gücünü, gerçeği ne kadar temsil ettiğine bağlarken, gerçeği mümkün olduğunca deforme etmesiyle gücünü pekiştireceğini ifade eden kuramcılar da azımsanacak nitelikte değildir. Tüm bu tartışmalar ışığında en net olan durum ise insanların algılama dünyasına görüntünün damga vurduğu gerçeğidir. Öztürk'e göre sinemanın hammaddesi dış dünyayı tasvir etme sürecidir (Öztürk ve Yücel, 2019: 108).

Gösterme ve görme temelli kültürün tarihi, ilk çağ insanlarına kadar dayanmaktadır. İlk çağ insanların birbirleriyle iletişim kurabilmeleri için geliştirdikleri mağara duvarlarına yapmış oldukları resimli çizimler, görmeye dayalı kültürün örnekleridir (Korkmaz ve Yalçın, 2021: 265). Görsel anlatımın ilk ortaya çıktığı alan fotoğraftır. Sonrasında sinematograf aletinin geliştirilmesiyle birlikte hareketli görüntü mümkün olmuştur. Bu bağlamda ilk ortaya çıkan görüntüler her ne kadar birer film niteliği taşımaları da bu yolda atılan önemli adım olarak değerlendirilmektedir. İcadının üzerinden yüz yirmi yılı aşkın bir zaman geçen sinema sanatı,

¹ Bu araştırma, 2022 yılında Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Sanatları Yüksek Lisans Programında Doç. Dr. Sibel Akova danışmanlığında Gamze Öztürk tarafından hazırlanan "Sağlık İletişimi Bağlamında Kamu Spotları Analizi" başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

² Prof. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü, cenk.demirkiran@ikcu.edu.tr, ORCID No: 0000-0003-4362-1141, 0505 724 88 89

³ Doç. Dr., Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, sibel.akova@yalova.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-7680-7394, 0533 378 35 51

⁴ Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Sanatları Yüksek Lisans Programı Mezunu, gmzozturk91@gmail.com, ORCID No: 0000-0002-1395-3500, 0538 422 47 60

ilk örneğini verdiği belge niteliğindeki filmler de dahil olmak üzere gerçekliğin peşine düşerek, gerçek hayatın bir izdüşümünü oluşturmaya çalışmıştır (Öztürk, 2017: 185). Görüntü teknolojilerinde meydana gelen durdurulamaz gelişmeler, çekilen ilk belge niteliğindeki görüntülerin senaryo ve diğer sinematografik anlatım araçlarıyla bir araya gelerek yeni anlatım yöntemlerinin gelişmesine imkân vermiştir. Çoğu kaynakta belge niteliği taşıyan ilk film olarak kabul edilen “*Bir Trenin Gara Gelişi*” filminin üzerinden 127 yıl geçmiştir ve bu süre içerisinde başta sinema olmak üzere bu sanat dalına bağlı olarak gelişen çeşitli türler ortaya çıkmıştır. Bu türlerden birisi de son zamanlarda önemi gittikçe artan Kamu Spotudur. Herhangi bir konuyu anlatma ya da bir mesajı kitlelere aktarmada görsel anlatıma duyulan ihtiyaç, gün geçtikçe zaruri bir hal almaktadır. Özellikle sağlık gibi toplum açısından son derece önemli olan konular hakkında toplumsal bilgilendirmelerin yapılması kitle iletişim araçları ve bu araçlardan yayınlanan görüntülerle mümkün hale gelmiştir. Kitleyi ilgilendiren salgın, madde bağımlılığı, sigara ve alkol tüketimi gibi sağlığın ön planda olduğu çok önemli konularda mesajların etkili bir biçimde aktarılması, harekete dayalı görsel dilin kullanımını zorunlu hale getirmiştir.

Sağlık iletişimi bağlamında ele alınan ve geliştirilen kampanyaların ortak amacı, yukarıda da değinildiği üzere sağlık açısından toplumda gerçekleşmesi amaçlanan değişimin hayat bulmasıdır. Sağlığı korumada tehdit niteliği taşıyan unsurların bertaraf edilmesi ya da tedavi yöntemlerinin kitlelere aktarılmasında çok önemli bir yer tutan sağlık iletişimi kampanyaları ve çeşitli iletişim yöntemleriyle istendik davranış değişiklikleri yaratmak amaçlanır.

Sağlık iletişimi bağlamında kamu spotlarının analiz edildiği bu araştırma; sağlık, iletişim, sağlık iletişimi ve bu iletişimi mümkün kılan medya araçlarından birisi olan kamu spotu arasındaki ilişkiyi irdelemektedir. Araştırma çerçevesinde ele alınan örneklerin sinematografik anlatım araçlarıyla kurduğu ilişkinin niteliği üzerinden ve bunun yanı sıra sağlık iletişimi özellikleri bağlamında incelenen kamu spotlarının hedeflenen amacı gerçekleştirip gerçekleştirmediğini saptamak, bu araştırmanın temel tartışma konusunu oluşturmaktadır.

Bu eksende araştırma şu soru cümleleriyle somutlaştırılabilir:

1. Çalışma evreni içerisinde incelenen kamu spotlarında hangi temalar ön plana çıkarılmıştır?
2. İncelenen kamu spotları, biçim ve içerik olarak temel sinematografik anlatım araçlarıyla ne tür bir ilişki içindedir?
3. İncelenen kamu spotları, sağlık iletişimi ile nasıl bir ilişki içindedir?

Yukarıda belirtilen araştırmanın soru cümleleri bağlamında ortaya konan hipotez ise şu şekildedir: Sağlık iletişimi konusunda ortaya konan bir kamu spotunun başarısını belirleyen yegane unsur, sağlığa ilişkin doğru ve gerçek bilgilerin aktarılması değil, bu bilgilerin temel sinematografik anlatım araçlarıyla etkili bir biçimde görselleştirilmesidir.

Araştırmanın Önemi

Sağlık iletişiminin kamu spotları üzerinden tartışıldığı bu araştırma; iletişim, sağlık, görsel ve işitsel anlatım konularını bir arada irdelemektedir. Diğer iletişim alanlarına kıyasla daha yeni

bir alan olan sağlık iletişiminin sinematografik anlatım araçları ekseninde tartışılması, bu araştırmanın en özgün yanını oluşturmaktadır. Senaryo, oyunculuk, kurgu, renk, ışık ve ses tasarımı, kamera açısı ve ölçekleri üzerinden analiz edilen kamu spotları aracılığıyla bir yandan sağlık iletişimi ve görsel anlatım arasındaki ilişki saptanmaya, diğer yandan kampanya mesajlarının doğru ve etkili biçimde aktarılmasında kamu spotunun etkisi ortaya konmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda sağlık iletişimine ilişkin şimdiye dek yapılan akademik çalışmalarda sağlık iletişiminin daha çok halkla ilişkiler boyutu ortaya konmuştur. Oysa bu araştırma aynı zamanda bir halkla ilişkiler faaliyeti olan kamu spotunun başarıya ulaşmasında sinematografik anlatım araçlarının ne denli etkili olduğunu ortaya koymasından önemlidir.

Araştırmanın Amacı

Sağlık iletişimi konusunda ortaya konan halkla ilişkiler kampanyalarından birisi olan kamu spotlarının sağlık iletişimi konusunda dizayn edilen mesajları kitlelere ulaştırmada ve kitleleri etkilemedeki başarısını, sinematografiyle kurduğu ilişki üzerinden açıklamaya çalışmak ve bu bağlamda literatüre katkı sağlamak, bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Sağlık iletişimi bağlamında kamu spotlarının analiz edildiği bu araştırmanın evrenini Türkiye’de sağlık konusunda çekilen ve gösterilen kamu spotları oluşturmaktadır. Bu genel evren içerisinde örneklem olarak ise dört kamu spotu seçilmiştir. Yeşilay’ın Alkol Kamu Spotu, Yeşilay’ın Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz Kamu Spotu, Yeşilay’ın Sigarayı Acil Bırakman Lazım Kamu Spotu, Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu’nun (TAPDK) Hadi Baba Yapabilirsin Kamu Spotu araştırma çerçevesinde seçilen örneklem oluşturmaktadır. Belirtilen örneklem seçiminde örneklem seçme yöntemlerinden birisi olan Amaçsal Örnekleme yöntemi benimsenmiştir. En yalın anlamıyla amaçsal örnekleme, bilgi açısından ve araştırmanın hipotezi bağlamında en fazla veriyi sağlayacak olan örneklem seçiminde derinlemesine araştırılmasıdır. Bu yöntem hipotez ve araştırmanın soru cümleleri bağlamında belirli ölçütleri sağlayan ya da bu özelliklere sahip olan bir veya birden fazla örneğin seçilmesiyle mümkün olur. Örneklemlerin seçiminde mesajları kitleye taşımada başarılı olan ve olmayan toplam dört adet sağlık konusunda çekilmiş kamu spotu seçilmiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında incelenen kamu spotları üzerinden verilerin toplanmasında yöntem olarak, uzun metraj filmlere nazaran çok daha kısa sürede yoğun anlamlar üretmek durumundaki kamu spotunun, görünenin ötesindeki anlamların ortaya çıkarılmasına olanak veren Metz’in Göstergibilimsel Çözümleme yöntemi tercih edilmiştir.

Göstergibilimsel Çözümleme de diğer birçok yöntem gibi farklı kuramcıların ilgi odağı olmuş ve doğal olarak bu konuda farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu araştırmada ise Metz’in tasarladığı ve beş değişkenden-hareketli görüntü (kültürel kod, özgül kod), fonetik ses, müzik, grafik malzeme, çevre sesi-meydana gelen Göstergibilimsel Çözümleme yöntemi veri analizinde kullanılmıştır. Metz, sinema gibi hareketli görüntü üzerine yoğunlaşan ender

göstergebilimcilerdendir. Metz'in bu özelliği, bu araştırmada yöntem olarak tercih edilmesine neden olmuştur. Araştırmanın örneklemini olarak seçilen kamu spotları hem içerik hem de biçim açısından incelenmiştir.

Araştırmanın önemli yapı taşlarından olan Kamu Spotu, sinemanın varlığıyla varlık bulan ve doğal olarak göstergebilimsel unsurların yoğun biçimde kullanıldığı alanlardan birisidir. Christian Metz'in geliştirdiği beş değişkenden oluşan göstergebilim modeli, göstergebilimin sınırlarını metinlerin ötesine taşımış ve çeşitli görsel unsurların incelenmesinde etkin rol almaya başlamıştır. Andrew, Metz'in filmlerdeki temel anlamların ötesindeki anlamların ortaya çıkarılmasını amaçladığını belirtir (Andrew, 2000: 243). Metz, geliştirdiği modelle göstergebilim ile filmler arasındaki yoğun ilişkiye, “*Sinemada Anlam Üstüne Denemeler*” isimli eserinde değinmiştir ve filmlerin nasıl çözümleneceğine ve bu çözümlenmede ihtiyaç duyulacak değişkenlere yer vermiştir. Andrew, Metz'in kitabında belirttiği değişkenlerin bir filmin anlamlandırılmasında oldukça önemli bir yer tuttuğunu belirtir. Bu araştırmanın örneklemini olarak seçilen dört kamu spotunun incelenmesinde de Metz'in değişkenleri temel kriter olarak değerlendirildiği için bu değişkenleri aşağıdaki gibi müstakil bir tablo ile belirtmekte fayda vardır.

Tablo 1. Christian Metz'in Göstergebilimsel Çözümlemde Kullandığı Değişkenler

Metz'in Göstergebilimsel Film Çözümlemesinde Kullandığı Değişkenler				
Devingen İmge (Hareketli Görüntü)	Müzikal Ses (Müzik)	Fonetik Ses (Diyalog)	Grafik Malzeme	Gürültü (Efekt)

Christian Metz, yapılan film incelemelerinin çoğunlukla kurgu, karşıt motifler gibi biçime dayalı unsurlardan hareketle yapıldığını ancak yukarıda değinilen değişkenlerin göz ardı edildiğini belirtmekte ve film incelemelerinin derinlikli bir biçimde yapılabilmesi için bu katmaların da dikkate alınması gerektiğini ifade etmektedir (Metz, 2012: 92). Hunt, bir film karşısında izleyicinin doğal olarak en çok görüntüye dikkat ettiğini ifade eder (Hunt, 2012: 24). Metz, bir filme yerleştirilen gizli mesajları üç sınıfa ayırır:

- Sinema sanatına dair kodlar (örneğin montaj)
- Sinemanın diğer sanatsal alanlarla ilişkili olduğu kodlar (ışık vb.)
- Sinemayla ilgisi olmayan kodlar (kültür gibi) (Büker, 1996: 77-79)

Metz, sinemanın gündelik hayatta kullanılan bir lisan olmadığını ancak bir lisan gibi olduğunu belirtirken aslında yukarıda ifade edilen unsurlarla bir lisan meydana getirdiğini ifade eder. Hareket eden görüntüden kastı, görüntüye dair her şeydir. Bunun içerisinde mekanlar, kullanılan renkler, aydınlatma gibi unsurlar bulunur. Ayrıca filmlerin ses kanalını meydana

getiren müzik, gürültü ve oyuncuların sesleri de bulunmaktadır. Tüm bu unsurlar üzerinden filmdeki mana ortaya çıkarılmaktadır (Metz'den aktaran Öztürk, 2017: 105). Renkler etkili biçimde kullanıldıklarında insanı coşturan üzen ya da korkutan duyuşsal sonuçlar yaratır. Bu açıdan her sanatçının bakış açısı ve ifade ettiği anlama göre kullandığı renk, film afişlerinde ve resimde görsel tasarımın temel unsurları arasında bir anlam oluşturucu olarak değerlendirilmektedir (Yücel, A., Uğur, U., 2018).

Wollen, sinemada göstergeye iki tür varoluş biçimi tanıdığını belirterek, bu biçimlerin doğal ve kültürel olduğunu ileri sürmektedir (Wollen'dan aktaran Öztürk, 2014: 129). Aynı şekilde Bükler de Metz'in gösterge kodlarını iki farklı ekseninde ele aldığını belirtmektedir. Ona göre kültürel kodlar, anlamlandırma sürecinde önceden öğrenmeyi gerektirmeyen kodlardır. Özgül kodlar ise kodun çözümlenmesi için belirli bir bilgi ve altyapı gerektiren türdedir (Bükler, 2011: 42). Bu durum, dışarıda karşılaşılan trafik tabelalarında olduğu gibi görsel metin üzerinde anlamlandırma yapabilmek için bir takım temel bilgilere duyulan ihtiyacı açığa çıkarır. Sinemanın kendine özgü kodlarını oluşturan unsurlar ise sinematografik anlatım araçları olan kurgu, objektif açısı, çekim ölççeği gibi teknik öğelerdir. Bunların anlamlandırılabilmesi için, sinemada kullanılan bu teknik unsurların yarattığı etkilere ilişkin ön bilgiye sahip olmak gerekir. Çünkü Lotman'ın ifade ettiği gibi "*sinematografi bizimle konuşmaktadır*" (Lotman, 1999: 163). Sinematografinin önemli konularından olan açı ve ölççekler bağlamında, bir nesne, obje ya da kişinin alt açıdan görüntülendiğinde bunun o nesneyi ya da kişiyi yücelttiği ya da tam tersine üst açıdan görüntülendiğinde nesneyi küçümsediği anlamına geldiği bilinen bir gerçektir. Bu bilgiye sahip olmanın önemli olduğunu ifade eden Lotman'a göre sinema sanatının bir lisana sahip olup olmaması başka bir tartışmaya yol açar ve o da bir filmin aynı zamanda bir iletişim olup olmadığı meselesidir. Bir filmin ortaya çıkarılmasında etkili olan herkes ortaya koydukları bu sanatsal çalışmayla izleyicisini bir araya getirir ve bu sayede izleyicisiyle konuşur. Ortaya konulan filmler adeta izleyiciye gönderilen bir mesajdır. Ancak bu mesajı kavramak için, bu sanatın kendine özgü lisanına sahip olmak gerekir (Lotman, 2012: 15).

Metz'in geliştirdiği analiz yönteminde ifade ettiği sese ilişkin tözler, film incelemelerinde anlamın ortaya çıkarılmasında en az görüntü kadar elzemdir. Bir filmde yer alan oyuncuların diyalogları, fonetik ses ile nitelendirilmektedir. Diyalogun en temel işlevi, filmsel manaya destek vermektir. Bir görüntü sanatı olan sinemanın diyaloglara verdiği önem, sadece öyküyü anlatma ekseninde değerlendirilmemelidir. Oyuncunun filmsel anlatımda sahip olduğu görüş de yine diyaloglarına yansır. Ayrıca oyuncunun şahsi özelliklerini belirtmesi açısından da önemlidir (Öztürk, 2017: 105). Arslantepe'ye göre filmlerde yer alan diyaloglar eğer görsel anlatıma destek verip olayları devam ettirebiliyorsa başarılıdır (Arslantepe, 2007: 73).

Metz'in göstergebilimsel analiz modelinde yer alan önemi bir diğer değişken ise müzik unsurudur. Sinemanın ses öğesiyle buluşması müzik sayesinde olmuştur (Öztürk, 2017: 370). Bu bağlamda müziğin sinemaya eklenmesi, neredeyse sinemanın kendisi kadar eskiye dayanır. Önceleri gösterim aletinin neden olduğu rahatsız edici gürültüyü bastırmak ve kısmen de filmsel anlatıma destek olmak adına filmlere eşlik eden müzik, giderek önemini artırmış ve filmlerin

vazgeçilmez anlatım unsuru haline gelmiştir. Pekman, filmlerde ve diğer yapımlarda müziğin görevini şu şekilde belirtir:

1. Sinemasal zaman, uzam oluşturur.
2. Oyuncuların filmsel anlatımda sahip oldukları psikolojik özellikleri ortaya koyar.
3. Bir filtre rolü üstlenerek seyircinin filmdeki teknik yapıya odaklanmasını engeller.
4. Gerilim oluşturmayı ve tekrar azaltmayı sağlar (Pekman, 2004: 16).

Metz'in geliştirdiği analiz yöntemindeki bir başka önemli husus ise gürültü ya da diğer bir ifadeyle efekttir. Sinemanın diğer anlam unsurları gibi efektler de anlamın oluşturmasında önemli yer tutar. Efektten kasıt görüntü değil, ses efektleridir. Görüntülere eşlik eden ve estetik bir biçimde tasarlanan ses efektleri, görüntüsel anlatımın imkanlarını artırmaktadır. Bir hava ya da atmosfer oluşturmak, filmsel zamanın belirlemek ve sahnelerin duygusal gücünü arttırmak için etkili bir şekilde kullanıldığında, eşlik ettiği görüntüsü daha estetik bir tavrıla aktarır.

Efektler, iki gruba ayrılmaktadır:

Tablo 2. Metz'in Göstergibilimsel Çözümlemede Kullandığı Gürültü Değişkeninin Türleri



Tanımlanabilen efektler verdiği anlam açısından herkesçe kabul edilen ve anlamlandırabilmek için kaynağına bakmaya gerek olmayan türde efektlerdir. Tanımlanamayan efektler ise kaynağına bakmadan anlamın tam olarak oluşmadığı efektlerdir. Örneğin bir demir sacın üzerine yağın yağmur taneciğinin çıkardığı ses ile kızgın bir tavada yağın çıkardığı ses kimi zaman birbiriyle karıştırılabilir ve anlamın oluşması için ses kaynağına bakmak gerekebilir. Tüm bu farklılıklara rağmen kesin olan durum ise herhalükarda ses efektlerine duyulan ihtiyaçtır.

Türkiye'de çekilen ve gösterilen kamu spotlarının sağlık iletişimi ve sinematografik anlatım araçları bağlamında sorgulanacağı bu çalışmanın evrenini, Türkiye'de sağlık konusunda çekilen kamu spotları oluşturmaktadır. Kamu spotlarının çözümlemesinde Christian Metz'in göstergibilimsel çözümleme yönteminde yer verdiği hareketli görüntü, fonetik ses, grafik malzeme, çevre sesi ve müzik değişkenleri kullanılmaktadır. Postmodern sanat anlayışında okuma ve çözümleme yöntemi olarak metinlerarasılık ve değişik sanatsal biçimler arasındaki alışverişleri belirtmek içinde göstergelerarasılık kavramı kullanılmaktadır (Yücel, A., 2019: 3).

Araştırmanın örneklemini ise Amaçsal Örnekleme yöntemi ile seçilen dört kamu spotu oluşturmaktadır. Çalışmada analiz edilecek olan kamu spotlarına ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir:

Tablo 3. Çalışmada Analiz Edilen Kamu Spotları

KAMU SPOTUNUN ADI	YAPIMCI KURUM	SÜRESİ
“Alkol”	Yeşilay	00’36’’ (36 sn.)
“Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz”	Yeşilay	00’45’’ (45 sn.)
“Sigarayı Acil Bırakman Lazım”	Yeşilay	00’39’’ (39 sn.)
“Hadi Baba Yapabilirsin”	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu’nun (TAPDK)	00’44’’ (44 sn.)

2. SAĞLIK İLETİŞİMİ VE AMACI

Kuzey Amerika’da 1970’li yılların ortalarında iletişim alanının bir kolu olarak hayatımıza giren sağlık iletişimi, Türkiye’de yeni bir iletişim alanıdır. Sağlık iletişimi sosyal bilim alanı ve tıp bilimini birleştirmeye çalışan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin sağlıkları söz konusu olduğunda, iletişim kavramının önemi bir kat daha artmaktadır. Sağlık iletişimi, sağlıklı ilgisini bulunan bireylerin veya grupların amaçlarına yönelik olarak kurdukları sağlık merkezli bir iletişim ortamı olarak tanımlanabilir.

Sağlık iletişimindeki önemli noktalarından birisi de sağlık iletişiminin sadece sağlık profesyonelleri ile kurulan iletişim olmayışıdır. Örneğin; bir hastalık şikâyeti olan bireyin daha önce benzer hastalığı geçirmiş olan bir bireyden hastalıkla ilgili bilgi alması, tedavi için gidebileceği kuruluşu öğrenmesi de bir sağlık iletişimi kapsamında değerlendirilmektedir. Bir bireyin sosyal çevresi, o kişinin sağlığı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir.

Sağlık iletişimine ilişkin tüm çaba, hastalıkların önlenmesi amacını taşır. İnsanların sağlıklarıyla ilgili konularda bilinç oluşturmak ve bu bağlamda hedeflenen davranış farklılıklarının yaratılması sağlık iletişiminin diğer amaçlarını oluşturur (Öztürk ve Öymen 2013: 114). Bu amaçları gerçekleştirmede kitle iletişim araçlarının rolü yadsınmaz. Bu araçlarla gönderilen mesajlar, insanların kendi sağlıklarıyla ilgili karar verme süreçlerine etki eder (Tosyalı ve Sütçü 2016: 12). Yapılan tanımlar doğrultusunda sağlık iletişimi sağlık hizmetlerinin tanınması, doğru sağlık bilgilerinin yayılması, sağlıklı ilgili tutumların değişmesi ve sağlık davranışının geliştirilmesi süreci olarak belirlenmektedir (Çanak 2015: 22).

Sağlık iletişiminin alanı; toplum içinde bireylerin sağlığından ve yaşam kalitelerinin iyileştirilmesinden, sağlık programlarının hazırlanmasına, sağlık programlarının düzenlenmesine kadar oldukça kapsamlıdır. Hem kitle iletişimi hem de kişilerarası iletişim

olarak değerlendirilen sağlık iletişimi, sağlık hizmetlerinin tanınması, sağlıkla ilgili doğru bilgilerin yayılması, sağlık davranışlarının geliştirilmesi, sağlıkla ilgili tutumların değiştirilmesi gibi hedefleri içermektedir (Çınarlı 2008: 45). Günümüzde toplumların gelişmişlik seviyesine göre sağlık iletişimi uygulamaları farklılık göstermektedir.

Sağlık iletişimi üç seviyede gerçekleşmektedir;

- 1) **Kişiler Arası İletişim:** Sağlık hizmeti sunan bir kuruluş içerisinde çalışan personel ile hasta ve hasta yakınları arasında kurulan iletişim şeklidir. Bireyler herhangi bir rahatsızlıkları ortaya çıktığında sağlık hizmeti talep ederler ve sağlık hizmetine ihtiyaç duydukları sırada sıkıntılı bir süreçten geçmektedirler. Bu noktada sağlık çalışanları ile hasta ve hasta yakınları arasındaki iletişim önemli bir rol oynamaktadır. Saygılı iletişimin karşılıklı olması, hastanın takip ve tedaviye daha istekli olmasını sağlarken, sağlık çalışanını da işlerini daha hızlı, az stresli ve mutlu gerçekleştirmesini sağlar.
- 2) **Gruplar Arası İletişim:** Toplum sağlığı boyutunda oluşan iletişim şeklidir. Kişiler arası iletişimin bir adım ilerisi olarak kabul edilen gruplar arası iletişim, üç ya da daha fazla kişinin katıldığı, küçük gruplar veya takımlarla yapılan iletişim türüdür. Kişiler arası iletişimde olduğu gibi grup iletişimi de yüz yüze ve aynı mekânı paylaşma özellikleri taşımaktadır. Grubu bir arada tutan ve grup dinamiklerini bir arada tutan en önemli etken iletişimidir. Grup iletişiminin hem resmi hem de resmi olmayan şekilde gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Resmi iletişim, kişilerin gruptaki konumlarına uygun olarak gerçekleştirdikleri iletişimidir. Resmi olmayan iletişim ise grup içi konumların ötesinde gerçekleşen bir iletişim şeklidir.
- 3) **Kitle İletişimi:** Verilmek istenilen mesajın tek yönlü olarak büyük bir kitleye aktarılması ile gerçekleşir (Akdağ 2021a: 14). Bu sayede verilmek istenilen mesaj hızlı bir şekilde büyük çaplı kitlelere ulaştırılabilmektedir. Kitle iletişimi kavramı ilk defa 1940'lı yılların başında Harold D. Lasswell tarafından kullanılmıştır. Hedef kitle homojen değildir, farklı gruplardan oluşur ve bireyler birbirlerini tanımazlar. Günümüzde büyük bir öneme sahip olan kitle iletişimini kullanan toplumlar, hükümetler, kişiler, kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Yani dünyanın bir ucundan diğer ucuna aktarılmak istenilen mesajlar, kitle iletişimi sayesinde tüm dünyaya kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilmektedir. Günümüzde kullanılan kitle iletişim araçları; sosyal medya ya da daha genel bir ifadeyle yeni medya, radyo, televizyon, gazete ve internettir.

2.1. Türkiye’de Sağlık İletişimi Kavramının Ortaya Çıkışı

Türkiye’de sağlık iletişiminin bir çalışma olarak tanımlanması ve bunun üzerine akademik çalışmaların yapılması yakın bir geçmişe sahiptir. Ancak konuya toplum sağlığı çalışmaları adı altında bakıldığında yapılan çalışmaların çok eskiye dayandığını görülür. Tüm toplumlar hemen hemen her döneminde bulaşıcı ve salgın hastalıklarla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Bulaşıcı ve salgın hastalıklara karşı halkı bilgilendirmek ve bilinçlendirmek, hastalığın yayılmasını önlemekte atılan en önemli adımdır. Türkiye, Cumhuriyetin ilk yıllarında dönemin en yaygın hastalığı olarak bilinen ve günümüzde hala önemini koruyan sıtma hastalığı ile mücadele ederken sağlık iletişimi perspektifinden yararlanmıştır. Hastalığın yayılmasını

önlemek, halkı bilinçlendirmek ve sağlığı geliştirme çabaları Cumhuriyet döneminin ilk sağlık iletişimi çalışmalarından olmuştur. Hastalığın yok edilmesi amaçlanarak bunun için büyük bir bütçe ayrılmış, halk bilinçlendirilmeye ve davranış değişikliğine yönlendirilerek, konu çok geniş kapsamlı olarak ele alınmıştır.

Türkiye’de özellikle son beş yıla bakıldığında sağlık iletişimine yönelik ilgi, ilk sırada Sağlık Bakanlığı olmak üzere önemli bir düzeye erişmiş olduğu görölr. Bakanlık, iletişim kampanyaları ile kurumsal yapının geliştirilmesi ve öncelikli konular kapsamında çalışmalar yapmaktadır. 2008 yılında, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğu’ne bağlı, Sağlığın Teşviki ve Geliştirilmesi Daire Başkanlığı kurulmuştur. Bu birim halk sağlığı çalışmalarının iletişim boyutunu yönlendirmektedir. Bakanlığa bağlı Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği ikinci düzeyde yer alırken, üçüncü düzeyde ise Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi bulunmaktadır.

Ülkemizde, Sosyal Güvenlik Sistemi kapsamında sağlık alanındaki harcamaların karşılanmasında, devlet kaynak sağlayıcıdır. Sağlık harcamaları, sağlık kurumları üzerinden gerçekteşmektedir. Türkiye’de sağlık iletişimi ile ilgili ilk alan programı, Yeditepe Üniversitesi’nde MBA’in bir alt dalı olarak Sağlık İletişimi Yönetimi adıyla, yüksek lisans programı olarak açılmıştır.

3. KAMU SPOTLARININ SİNEMATOĞRAFİK ANLATIM ARAÇLARI EKSENİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Yeşilay Alkol Kamu Spotu

3.1.1. Devingen imgeler



Şekil 1. Yeşilay alkol kamu spotu har. imge (Gösteren 1)



Şekil 2. Yeşilay alkol kamu spotu hareketli imge (Gösteren 2)

Tablo 4. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu” 1. Gösterge

1. Gösteren	1. Gösterilen
Şekil 1: Bir mekânda fonetik ve müzikal sesler beraberinde eylendikleri anlaşılabilir insanlar görülmektedir. Çerçeve iki kişiyi sessiz diyalog halinde gösterirken kamera sağ taraftaki kişiye ön planda odaklanmaktadır. Şekil 2: İlk sahne devamında odaklanılan kişi hareketlenir ve masanın üstünde ipe bağlı bir araba anahtarını almak için hamle yapar.	Kameranın genel çerçeveden kademeli geçişte bir kişiye odaklanması söz konusudur. Bu durum bize, hikâyenin kişisi olduğunu anlatır. Anahtarın bir ipe bağlı olması ise gelişecek olaylar örgüsünde kontrolün uzanan elde olmadığını gösterir.



Şekil 3. Yeşilay alkol kamu spotu hareketli imge (Gösteren 3)

Tablo 5. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu” 2. Gösterge

2. Gösteren	2. Gösterilen
Bir trafik polisi otosu ve arabaya bağlı makaralı ip.	Polis otosunun görülmesi güven kadar bir soruna da işaret etmektedir. Makarada ipin trafik polisi aracına bağlı olması ise olay döngüsünde düğüm sahnesine geçiştir.

Tablo 6. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu” 3. Gösterge

3. Gösteren	3. Gösterilen
Suya uçmuş bir araç çıkarılmakta ve önünde 180° paralel akışta soldan sağa doğru ip hareket halindedir.	2. gösteren ile dizgesel bakıldığında bir kazanın olduğu anlaşılmaktadır. Kazalar bir çok travma ve yıkımın sebepleri arasında sayılabilmektedir. İpin devinime devam etmesi ise kontrolün süreç içinde belirsizliğinin sürdüğü anlamını doğurur.



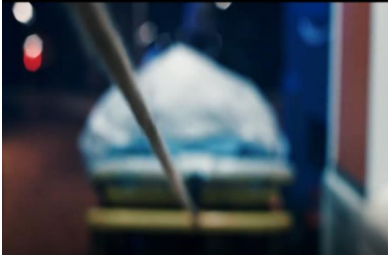
Şekil 4. Hareketli imge (Gösteren 4)



Şekil 5. Hareketli imge (Gösteren 5)

Tablo 7. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu” 4. Gösterge

4. Gösteren	4. Gösterilen
Polis, elinde alkolmetre cihazını bir kişiye doğru yöneltmektedir. Arkada ise cankurtaran aracı, kapıları açık halde durmaktadır. Makaraya bağlı ip, geometrik devinimdedir.	Şekil 4’te gösterilen kaza ile bu sahne arasında dizge sürmekte ve kazanın sebebiyeti gösterenle anlaşılmaktadır.



Şekil 6. Hareketli imge (Gösteren 6)



Şekil 7. Hareketli imge (Gösteren 7)

Tablo 8. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu” 6. Gösterge

6. Gösteren	6. Gösterilen
Kapısı açık halde cankurtaran ve sedyede üstü örtülü bir ceset, yine ip tarafından araca doğru çekilmektedir.	Kaza sonucu bir hayat son bulmuştur. Bir dize yaşananlar “insan adına en trajik son” olarak kabul edeceğimiz ölümü göstermektedir. Burada kadere veya trajik olgulara hâkim olan ve ip eğretilmesi ile simgelenen belirsizlik, artık “alkol sorunu” odağında çözümlenmektedir.

Tablo 9. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu” 7. Gösterge

7. Gösteren	7. Gösterilen
Nezarethanenin içinde bulunan bir kişi ve bir kadın ile iki çocuk.	Yaptığı ihmaller sonucu kazaya sebep olan şahıs, yasalarca özgürlüğünden edilmiş; fakat bu yaşananlar dolayında sırf kendisi değil pek çok kişi etkilenmiştir. Bir aile (fail veya mağdur taraf fark etmeksizin) eşsiz, babasız bırakılmıştır. İnsanların yaptığı hatalar sadece kendilerine değil, başkalarına da zarar verme riski barındırmaktadır.



Şekil 8. Hareketli imge (Gösteren 8)

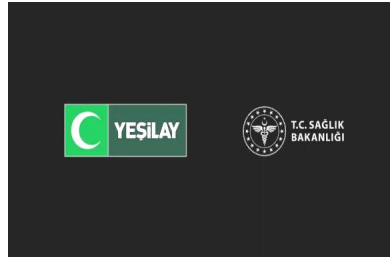
3.1.2. Grafik malzeme



Şekil 9. Grafik (Gösteren 1)



Şekil 10. Grafik (Gösteren 2)



Şekil 11. Grafik (Gösteren 3)

Kamu spotunda kullanılan grafik malzemeler filmin sonunda çerçevelenmektedir. Siyah fon üzerine beyaz, kalın puntolu yazılar (gösteren 1, gösteren 2) ve son olarak kullanılan kurum

ayırmaçlarıyla anlamı vurgulama niyeti tespit edilir. Siyah ve yansız fon kullanımıyla kontrast sağlanmakta ve böylelikle dikkat, yazılar ile sembollere çevrilmiştir. Dikkat uyandırıcı siyah fon; güç ve özgüvenden ziyade, spotun anlamına özel karamsarlık ve ölümü de bize çağrıştırmaktadır; çünkü çoğu toplumsal kültür formlarında matem, siyah renk ile özdeşdir. Yazıların ve T.C. Sağlık Bakanlığı (gösteren 3) ambleminin beyaz karakteri, iletinin açık, arınık ve net olarak vurgulanması ve dâhilinde bir karar veya tutumun yeniliğinde özdeşleşerek kontrast bir anlamlandırma eşiğine bizleri getirmektedir. Yeşilay amblemi (gösteren 3), yeşilin tonunda mevcut olanlarla doğayı, baharı ve yeniden doğuşu timsal olarak rahatlatıcı bir etki sağlamaktadır; çünkü yeşilin sağladığı canlılık yaşamla eşdeğerdir.

3.1.3. Efektler

- Tabak, bardak ve metal eşya sesleri
- Enstrümantal sesler
- Gerilen ip ve anahtar sesi
- Araba freni ve çarpışma sesi
- Siren sesleri
- Sedyeden gelen gürültü
- Tokmak sesi
- Kapanan demir parmaklıklı kapı sesi (eko ile)
- Ağlayan bebek sesi
- Piyano sesi ve ritmik bas sesi

Bu kamu spotunda kullanılan gürültüler gerçekçi ve etkileyici sinematografik anlam katkıları barındırmaktadır. Fonetik seslerin (diyalogların) değerlendirilmediği çalışmada efektlerin önem ve dramatik vurguları doğal olarak artmıştır ve tüm bunlar başarıyla sağlanmıştır. Efektler sıradan gürültülerden (tabak, bardak sesleri) koparak yoğun gerginliği (siren sesi), acıyı ve endişeyi melodrama seslerle dizemli tartımda aktarabildiği tespit edilmiştir.

3.1.4. Uzamsal ve araçsal öğeler

Müzikli, yemekli toplu iç mekân; kazanın yaşandığı dış mekân, mahkeme salonu, nezarethane, bir eve ait oda. Araba anahtarları, polis arabası, cankurtaran, sedye, alkolmetre cihazı, yargıç tokmağı.

3.1.5. Bulgusal çıkarsama

İnternet kullanım oranlarının artması, sosyal medya ağlarının genişlemesi ile birlikte (Özden, Kantar, Çınar, 2021: 1019). “Bu sorumluluk bilinciyle hazırlanan bu çalışmada” (Çolak, Türkmen, Hanılçe, 2017: 88). analize tabi kamu spotunda anlam aktarım aracı olarak iç ve dış uzamların kullanıldığı görülürken gürültü efektleri yoğun ağırlık teşkil etmekte ve fonetik sesler kullanılmamaktadır. Ön plana atılan karakterin edimleri ve ortaya çıkan sonuçlar değişken eşlilikte dizimsel ve devinime uygun aktarılmaktadır. Diğer bir ifade ile hareketli görüntüler, efekt, müzik ve grafik malzeme yetkinlikte kullanılmıştır. Bu sayede sebep-sonuç ilişkiliği rahatlıkla anlaşılabilir. Kontrolsüz alkol tüketiminin ortaya çıkardıkları; anahtar, tokmak ve ip gibi öğeler kullanılarak metonimik ve metaforik görsel, grafiksel anlatıya içre edilmiş ve sonuç, zamansal kısıtın anlamı belirsizleştirme ihtimalinden doğru kesmelerle ve özgül kodlarla kurtarılmıştır. Sahneler, anlatılmak istenen konunun, verilmek istenen iletinin dramatik dilini

görüntü ve ses kaynağında bütünleştirmekte ve film okumasını kendi ölçeği/paragrafı dâhilinde anlaşılır hale getirmektedir.

3.2. Yeşilay Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz Kamu Spotu

3.2.1. Devingen imgeler



Şekil 12. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 1)



Şekil 13. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 2)

Tablo 10. “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz Kamu Spotu” 1. Gösterge

1. Gösteren	1. Gösterilen
Bir evde kahvaltı eden ve yüzleri gülen dört kişi masa etrafında oturmaktadır.	Mutlu halde kahvaltı eden ideal bir aile imajı sahnelenmektedir.

Tablo 11. “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz Kamu Spotu” 2. Gösterge

2. Gösteren	2. Gösterilen
Şekil 13. de gördüğümüz hareketli imgedeki dekor, yine mevcuttur. Kahvaltı masasında üç kişi masa etrafında oturmaktadır.	Mutlu halde kahvaltı eden ideal bir aile imajı bu sahnede gösterilmemektedir. Masada bir kişi (anne) yoktur. İlk gösterimde mutlu tipolojik yansıma yerini durgun ve mutsuz üç kişiyi çerçeveye bırakmıştır.



Şekil 14. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 3)



Şekil 15. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 4)

Tablo 12. “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz Kamu Spotu” 3. Gösterge

3. Gösteren	3. Gösterilen
İki kişi bir oyun sahasında basketbol maçı yapmaktadır.	İki kişi yaptıkları spordan keyif alır durmakta ve beden dilleri ile bu durumu yansıtmaktadırlar. Çoğu kültürde dokunma eylemi, insanlar arası bir iletişim edimidir. Gülen yüzler ve beden dili karşılıklı tanışlım, yakın arkadaşlığın temsili ifadesidir. Uzanan ve arkadaşın omuzuna konulan el güven ve anlayıştır.

Tablo 13. “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz Kamu Spotu” 4. Gösterge

4. Gösteren	4. Gösterilen
Karakter, oyun sahasının ortasında boşluğa bakarak hareketsiz durmaktadır.	3. göstergede gördüğümüz iki kişiden biri bu sahnede yoktur. Sahnedeki karakterin tek başına hareketsiz ve boşluğa bakar durumu bir nevi yalnızlık hissinin aktarımıdır. Bulunduğu mekân, bu duygu ile amaçsızlaşmaktadır.

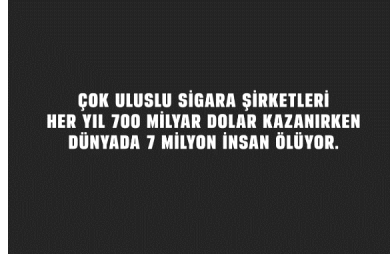


Şekil 16. Yeşilay Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 5)

3.2.2. Grafik malzeme



Şekil 17. Grafik (Gösteren 1)



Şekil 18. Grafik (Gösteren 2)

Kamu spotunda kullanılan grafik malzemelerde doğa fonu, figür ve nötr arka plan dikkat çekmektedir. Saydığımız unsurlar doğal fon ve siyah, beyaz renklerle anlamı kuvvetlendirmekte ve dış sesin katılımıyla anlamlandırmanın yönlendiriciliği desteklenmektedir. Zıtlık var etmek medya içeriklerinde önemli bir anlatı tekniğidir. Bu durum görsel medyada harekete bağlı zıtlıklar, obje satıh zıtlığı, tematik zıtlıklarla sağlanmaktadır (Akdağ 2021b: 238-244). “Onlar kazanırken bir kaybediyoruz” söylemiyle tematik zıtlık sağlanırken kamu spotunun sonunda yer alan siyah zemin üzerine beyaz harflerle yazılmış yazı da obje satıh zıtlığına girmektedir. Grafikler eğretilen ve bilgi üzerine kuruludurlar. Buraya alınan birinci grafik ve kullanılan nesnelere, anlamı, kazanma yahut kaybetme üzerine dizgelenirken diğer grafik bilgi verici durumdadır. Sigaranın hayatlarımıza olumsuz etkisi ve ekonomik sosyal boyutları kısaca aktarılmaktadır. Bu spottaki grafiksel çalışmanın “Yeşilay Alkol Kamu Spotu” ile benzerlik gösterdiği söylenebilecektir; çünkü spot yine aynı kamu kurumu çalışmasının sağlık iletişimi adına benzer tematik anlatımını hedeflemiştir.

3.2.3. Fonetik ses

Konu kamu spotunda diyaloglar yerine dış ses anlatıcılığı tercih edilmiştir. Dış ses, dramatik atmosferin sağlanması adına duraksamalı ve vurgusu yumuşak tondadır. Plan akışına göre dramatik anlatı, sahnelere uyumlu olarak sigara kullanımının zararları hakkında istatistiki bilgi vermekte ve dış ses ile grafiksel malzemenin kullanımı paralel akmaktadır.

3.2.4. Müzikal ses

“Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz” kamu spotunda müzikal ses aynı zamanda anlatıyı destekleyici bir dil olarak kullanılmaktadır. Enstrüman olarak piyano melodisinin seçildiği anlaşılmakta ve müzikal ses ile fonetik sesin ritmik eşlemi başarıyla sağlanmaktadır. Müzikal tempo yine dramatik tansiyon ve bilgi verici anlatımın kuşağına uygun akıştıdır. Seslerin tınısı ve şiddeti sözsözsel anlatımın, devinimli görüntünün yanında duygusal (hüzün, yalnızlık gibi) anlam katma işlevinde yeterlilik sağlamaktadır.

3.2.5. Efektler

Bu kamu spotunda efektler kullanılmamıştır.

3.2.6. Uzamsal ve araçsal öğeler

İç mekân ve dış mekânlar. Mutfak, sportif oyun alanı, salıncak; doğal fon.

3.2.7. Bulgusal çıkarsama

“Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz” kamu spotunda iç ve dış mekânlar kullanılmaktadır. Mekânları pekiştiren araçsal öğeler ile karakterlerin duygusal durumları ve zamansal çağrışım tatmin edicidir. Fonetik seslerin tercih edilmemesi, dış anlatıcı sesin ve film müziğinin devreye girmesiyle bir eksiklik olarak değerlendirilemez; çünkü anlatıcı ve müzik, devinimle beraber film atmosferini oluşturabilmektedir. Filme sağlanan grafik malzemelerin hikâyeyi açık edici ve bilgi aktarıcı yönleri iletişimin işlevselliğini tamamlayan, anlam kazandırıcı görsel kodlar olarak değerlendirilmektedir.

3.3. Yeşilay Sigarayı Acil Bırakman Lazım Kamu Spotu

3.3.1. Devingen imgeler



Şekil 19. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 1)



Şekil 20. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 2)

Tablo 14. “Yeşilay Sigarayı Acil Bırakman Lazım Kamu Spotu” 1. Gösterge

1. Gösteren	1. Gösterilen
Bir muayene salonu, doktor ve çocuk; muayene esnasında doktor, çocuğa bakar halde monolog kurar ve kendi sağına dönerek birilerine bakar.	Stetoskop ile çocuğun muayene edilmesi ve doktorun çocuğa bakarak söylediği “sigarayı acilen bırakman gerek” cümlesi, muhtemel sağlık sorunlarına işaret etmektedir.

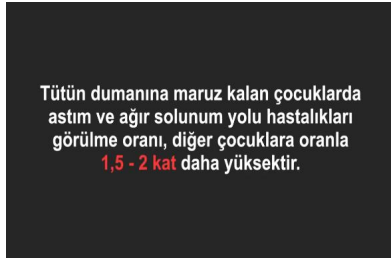


Şekil 21. Hareketli imge (Gösteren 3)

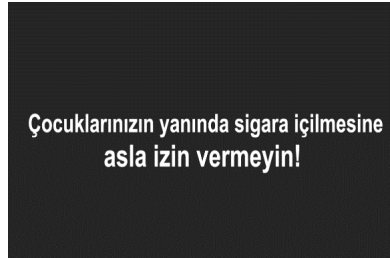
Tablo 15. “Yeşilay Sigarayı Acil Bırakman Lazım Kamu Spotu” 3. Gösterge

3. Gösteren	3. Gösterilen
Muayene odasında doktorun monoloğu duyulduktan sonra yetişkin kadın ve erkek kadrajdadır, karakterlerin başları 45° birbirlerine dönük haldedir.	Çerçevenin solunda duran kadın ve adam yan gözlerle birbirlerine baktığı halde, sonradan bakış yönleri çevrilmektedir. Yan gözlerle bakmak, bir sorun ya da soruna müsebbip belirlemenin arayış kodudur. Bir başka yönde gözlerini odaklaması ise bu durumu/sorunun anlaşılması yahut farkındalık eşiğinde konu hakkında duyulan rahatsızlığı işaret etmektedir.

3.3.2. Grafik malzeme



Şekil 22. Grafik (Gösteren 1)



Şekil 23. Grafik (Gösteren 2)

Kamu spotunda grafik malzeme yazıya dayalıdır ve anlatı yapısına paralel bir uyum gözlenmek istenmiştir. Vurgular belirli puntolarda renk ve yazı tipi boyutunda oynamalar yapılarak daha göz ününde konumlanmaktadır.

3.3.3. Müzikal ses

Bu kamu spotunda müzikal ses kullanılmıştır. Kullanılan müzik, öykünün anlatımından kopuk havada gerginleşmekte ve devinimli görüntüyü bastırmaktadır. Müzikal sesin kullanımı, filmin renk duyumsallığını burada sağlamamaktadır. Müzik, kişi ve durum atmosferlerinden kopuk, tekil bir akışta kendini sunmaktadır.

1.3.4. Efektler

Bu kamu spotunda efektler kullanılmamıştır.

3.3.5. Fonetik ses

Kamu spotunda bir sahnede duyulan doktor karakterinin monoloğu “sigarayı acilen bırakman gerek” ve dış anlatıcı ses hariç, başka fonetik ses kullanılmamıştır. Fonetik ses, etkinlik ve derinlik hissini vermenin uzağındadır. Fonetik aktarım, devinimli görüntüde önemli bir anlam/ileti aracı olarak değerlendirilmektedir; fakat bu çalışmada görüntüyü eksiltten ve duraksatan bir konumdadır. Monoloğun bir çocuk üzerinden kodlanması ise diğer bir sorunsaldır.

3.3.6. Uzamsal ve araçsal öğeler

İç mekân (muayene odası) ve doktorun kullandığı stetoskop aleti.

3.3.7. Bulgusal çıkarsama

“Sigarayı Acil Bırakman Lazım” kamu spotu bize, incelediğimiz diğer iki kamu spotuna nispetle dizgesel, zengin bir görsel anlatım sunmamaktadır. Karakterlerin eğreti ve konu tipolojisinden uzaklığı göze takılan bir diğer konudur. Spotta sırttan bir kurgu aceleciliği ister istemez dikkat uyandırmaktadır. Sadece bilginin verilme kaygısı sinematografik araçların acil, kaotik ve uyumsuz değişkenler haline gelmesine sebebiyet vermektedir. Müzik tempo olarak kurgusal dizimi/ritmi ezmekte ve dolayısıyla ciddi uyum, özgül eşlik sorunları ortaya çıkmaktadır. Çocuk figürün iletide aldığı gösteren rol ise sağlık bilgisi ve sağlık etiği açısından bir diğer tartışmalı durumdur.

3.4. Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) Hadi Baba Yapabilirsin Kamu Spotu

3.4.1. Devingen imgeler



Şekil 24. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 1)



Şekil 25. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 2)



Şekil 26. Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) Hadi Baba Yapabilirsin Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 3)

Tablo 16. “Hadi Baba Yapabilirsin Kamu Spotu” 1. Gösterge

1. Gösteren	1. Gösterilen
Şekil 24: Bisiklet sürmede zorlanan bir adam (arka plan) ve bisiklet süren bir kız çocuğu (yakın plan). Şekil 25: Sıkıntı halinde elini kravatına götüren yaşlı adam ve arka plan çekimde dans eden insanlar. Şekil 26: Hafif öne eğik halde bir elini beline dayamış, diğer elini ağaca yaslamış bir kişi. İç ve dış mekânlar.	Resimlerin ortak noktası, herhangi bir bedensel aktivitede bulunan insanların sağlıkla ilgili olası sıkıntılarını bize vermektedir.

Tablo 17. “Hadi Baba Yapabilirsin Kamu Spotu” 2. Gösterge

2. Gösteren	2. Gösterilen
Şekil 26’da genç erkek, ağaca elini dayamış haldeki babasının yanına gelerek “hadi baba, sen yaparsın” demektedir. Keza yine resim 31’de aynı monolog, kadın figür tarafından tekrar edilmektedir.	Her iki kişi, çocukları tarafından yarım bıraktıkları aktivitenin devamına bir nevi zorlanmakta ve “hadi baba” cümlesiyle motive edilmek istenmektedir.



Şekil 27. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 4)



Şekil 28. Kamu Spotu Hareketli imge (Gösteren 5)

3.4.2. Grafik malzeme



Şekil 29. Grafik (Gösteren 1)

Kamu spotunda grafik malzeme, sonda jenerik olarak kullanılmıştır. Fonun beyaz olarak kullanılması, çalışmanın bilgilendirici, yenileyici ve mesajın sağlıklı ilgili iletişim kaynak kodlarını biçimsel yansıtmaya amacı güdüldüğünü göstermektedir. Farklı kamu kurumu sembollerinin olması, temaya alınan konunun devlet ininde de bileşik bir bakışla ele alındığını veya bu konuya kamu otoritesinin önem verdiğini işaret eder.

3.4.3. Müzikal ses

Kamu spotunda kesintisiz müzikal ses kullanılmıştır. Müzikal, fonetik seslerle beraber anlatı vurgusunu güçlendirmekte ve sahne geçişlerine dinamik eş güdüm katmaktadır. Sinematografik anlamda aktarım pekişmektedir.

3.4.4. Efektler

Bu kamu spotunda efektler kullanılmamıştır.

3.4.5. Fonetik ses

Söz konusu kamu spotunda fonetik sesler diyalog halinde değildir. Dışardan anlatıcı söz, diğer kamu spotlarında olduğu gibi bu çalışmada da söz konusudur. Monologlar tek bir cümle “hadi baba yapabilirsin” vurgusuna dayanmakta ve dış ses temaya/öyküye anlam sağaltımında yardımcı olma görevi taşımaktadır.

3.4.6. Uzamsal ve araçsal öğeler

İç mekân ve dış mekân kullanımı söz konusudur. Dış mekânlarda doğa teması ve sportif faaliyet ile sağlıklı yaşam göndermesi ön plana alınmaktadır.

3.4.7. Bulgusal çıkarsama

“Hadi Baba Yapabilirsin” kamu spotunda hareketli görüntüler ve ses evrenine ait değişkenlerin (efekt/gürültü hariç) bilgi aktarımında yoğun dizimler oluşturduğu ifade edilebilse de sunulan görsel gerçeklik ve fonetik aktarımca sağlanan bilgilerin sağlık bilimi açısından doğruluğu ve bu bilgilerin genelliği tartışma konusu olmuştur. Göğüs ağrısı yahut nefeste daralma gibi sıkıntıların sigara içiminden kaynaklı olabileceği kuşku götürmezken bu durumun tek bir sebebe bağlanamayacağı, örneğin kalp krizi riskine birçok faktörle bakmak gerektiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla böyle bir durumda insanların zorlanmaması gerektiği uzmanlar tarafından dile getirilen bir konudur. Sinematografik değişkenlerin kullanımında sorun

görülmemekle beraber, kamu spotunun asli fonksiyonu doğru bilgi ve doğru iletişim konusu eleştirel yaklaşılacak konumdadır.

SONUÇ

Sağlık iletişiminin kamu spotları üzerinden tartışıldığı bu araştırma; iletişim, sağlık, görsel ve işitsel anlatım konularını bir arada irdelemektedir. Diğer iletişim alanlarına kıyasla daha yeni bir alan olan sağlık iletişiminin sinematografik anlatım araçları ekseninde tartışılması, bu araştırmanın en özgün yanını oluşturmaktadır. Senaryo, oyunculuk, kurgu, renk, ışık ve ses tasarımı, kamera açısı ve ölçekleri üzerinden analiz edilen kamu spotları aracılığıyla bir yandan sağlık iletişimi ve görsel anlatım arasındaki ilişki saptanmaya, diğer yandan kampanya mesajlarının doğru ve etkili biçimde aktarılmasında kamu spotunun etkisi ortaya konmaya çalışılmaktadır.

Araştırma kapsamında örneklem olarak sağlık iletişimi konusunda çekilen dört kamu spotu incelenmiştir. İncelemede yöntem olarak Christian Metz'in geliştirdiği göstergebilimsel çözümleme yöntemi uygulanmıştır. Ayrıca incelemelerde sağlık iletişiminin özellikleri ve sinematografik anlatım araçları baz alınmıştır.

Bu eksende araştırma şu soru cümlelerine cevap aramaktadır:

1. Çalışma evreni içerisinde incelenen kamu spotlarında hangi temalar ön plana çıkarılmıştır?
2. İncelenen kamu spotları, biçim ve içerik olarak temel sinematografik anlatım araçlarıyla ne tür bir ilişki içindedir?
3. İncelenen kamu spotları, sağlık iletişimi ile nasıl bir ilişki içindedir?

Yukarıda yer alan soru cümleleri bağlamında incelenen kamu spotlarında öne çıkan temaların başında sağlık gelmektedir. Toplumun tamamını ilgilendiren ve sağlık konusu çerçevesinde ele alınan kamu spotlarında bağımlılık, spor, diyet, beslenme, trafik kuralları gibi temalar ön plana çıkarılmıştır. Bu araştırma kapsamında başarılı olarak nitelendirilen kamu spotları hem biçim hem de içerik olarak sinematografik anlatım araçlarıyla güçlü bir bağ kurmaktadır. Araştırma kapsamında bir kamu spotunun başarısı iki düzlemde ele alınmaktadır. Birincisi sağlık konusunda doğru bilgi içermesi ve diğeri de bu doğru bilginin sinematografik anlatım araçlarıyla doğru ve etkili bir biçimde aktarılmasıdır.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler, sağlık iletişimi konusunda çekilen kamu spotlarının başarısını belirleyen unsurların iki aşamadan oluştuğunu göstermektedir. Birincisi, çekilen filmlerin sağlık iletişiminin özelliklerini ne ölçüde karşıladığı, ikincisi ise kampanya kapsamında çekilen filmlerin sinematografi gereklilerini ne ölçüde sağladığıdır. Başarılı filmlerin bu iki aşamayı da gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın örneklemelerinden olan Yeşilay'ın "Alkol" Kamu Spotu ve "Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz" Kamu Spotu hem sağlık iletişimi konusunda yeterli ve doğru bilgi sağladığı hem de bu bilgileri sinematografik anlatım araçlarıyla ve yoğun metaforlarla aktardığı için başarılı olarak değerlendirilmektedir. Bir kamu spotunun sinematografik açıdan başarılı olmasının temel dayanaklarından birisi de süreyi etkili bir biçimde kullanmasıdır. Kısa sürede

bir mesajı izleyiciye aktarma amacı güden kamu spotları bu amaca ulaşmada metafor kullanımını etkili olarak kullanmalıdır. Bahsi geçen iki spot, bu açıdan da oldukça başarılıdır. Araştırmanın diğer örneklemi olan Yeşilay'ın "Sigarayı Acil Bırakman Lazım" Kamu Spotu, Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu'nun (TAPDK) "Hadi Baba Yapabilirsin" Kamu Spotu ise diğer iki spota göre sinematografik anlatım araçlarıyla kurduğu ilişki yok denecek kadar az veya zayıftır. Filmlerin diğer iki filme nazaran sağlık iletişimi konusunda izleyiciye verdiği mesajların etkisi de zayıftır. Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu'nun (TAPDK) "Hadi Baba Yapabilirsin" Kamu Spotu ise sağlık iletişimi konusunda yanlış mesajlar verdiği için bir süre sonra yayından kaldırılmıştır. Çünkü filmde kalp yetmezliği olan ve kalp krizi geçirme tehlikesi olan birisi spor yapmaya ve zorlayıcı bedensel aktivitelere teşvik edilmektedir.

Araştırma kapsamında sağlık ve sağlık iletişimine ilişkin kavramlar, yöntemler ve teoriler tartışılmaktadır. İletişimin sağlık perspektifinde ele alındığı araştırmada ayrıca sağlık iletişimin tarihsel gelişimi ve gerçekleşme düzeyleri de ayrıntılı olarak ele alınmaktadır. Sağlık iletişimi kampanyalarının geniş kitlelere ulaştırılmasında birçok yöntem kullanılmaktadır. Gazete ve dergi içerikleri, Açık hava tanıtım ortamları, yeni medya bunlardan birkaçıdır. Ancak kamu spotu hem görsel hem de işitsel olma özelliğiyle aynı anda birden fazla insan duyusuna hitap etmektedir. Bu yönüyle kamu spotu ayrıntılı biçimde araştırma kapsamında tartışılmaktadır. Araştırmanın bulgularının tartışıldığı son kısımda araştırmanın yöntemi çerçevesinde ve örneklem seçme yöntemlerinin kullanılmasıyla belirlenen dört örneklem kamu spotu, temel sinematografik anlatım araçları ve sağlık iletişimi ekseninde hareketli görüntülerin çözümlenmesine olanak sağlayan etkili yöntemlerin başında yer alan Christian Metz'in Göstergibilimsel Çözümleme Yöntemi çerçevesinde analiz edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Akdağ, M (2021a). *Kitleleri Harekete Geçirme Silahı İletişim Sosyolojisi*, Ankara: Dorlion Yayınları
- Akdağ, M. (2021b). *Medyanın Çocukları*, Ankara: Dorlion Yayınları
- Andrew, J. D. (2000). *Sinema Kuramları*. Çev. İbrahim Şener, İstanbul: İzdüşüm Yayınları
- Arslantepe, M. (2007). *Bir Film Çekmek ve Masaüstü Filmciliğe Giriş*. İstanbul: Beta Yayınevi
- Büker, S. (1996). *Film Dili Kuramsal ve Eleştirel Eğilimler*. İstanbul: Kavram Yayınları
- Büker, S. (2011). *Sinemada Anlam Yaratma*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi
- Çanak, T (2015). Sağlık İletişiminde Kullanılan Kamu Spotlarının Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi: Sağlık Bakanlığı Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çınarlı, İ. (2008). *Sağlık İletişimi ve Medya*, İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım
- Çolak, M., Türkmen, İ. & Haniççe, M. (2017). Halkın Tarihi ve Kültürel Bilinç Durumu: "Tokat Örneği". *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 81-102. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/gopsbad/issue/48586/617216>.

- Hunt, R. E. (2012). *Kurmaca Yönetmenliği*. Çev. Defne Kırmızı, İstanbul: Literatür Yayınları
- Korkmaz, A. ve Yalçın D. (2021). Gösterişçi Tüketim Alanına Yönelik Genel Bir Bakış, 259 - 290, Dijital Çağda İletişim Kültür ve Medya II, Ed. Temel, M. ve Koçak, Ö., F. (1. Basım) İstanbul: Çizgi Kitabevi Yayınları
- Lotman, Y. M. (1999). *Sinema Estetiğinin Sorunları*. Çev. Oğuz Özügül, Ankara: Öteki Yayınevi
- Lotman, Y. M. (2012). *Sinema Göstergelimi*. Çev. Oğuz Özügül, Ankara: Nirengi Yayınevi
- Metz, C. (2012). *Sinemada Anlam Üstüne Denemeler*. Çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Hayaiperest Yayınevi
- Özden, M., Kantar, G., Çınar, S. / Journal of Yasar University, 2021, 16/62, 1005-1021.
- Öztürk, S. (2014). *Türkiye’de Kısa Filmin Eleştirel Biçim ve İçerik Yapısı: 2005-2013 Hisar Kısa Film Festivali Kurmaca Filmleri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Öztürk, S. (2017). Sinema ve Gerçeklik İlişkisinin Yılmaz Güney Filmlerine Yansıması: “Sürü” Filmi. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 7(15). (185-198)
- Öztürk, S. (2017). Kısa Film Yapımında Anlam Yaratma Aracı Olarak Ses. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5(2). (366-382)
- Öztürk, S., Odabaş, B. (2017). Alternatif Medya Örneği Olarak Kısa Film. *Ordu Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 7(1). (95-120)
- Öztürk, G. ve Öymen, G. (2013). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Stratejik Önemi: Türkiye’de Kalp Sağlığı ile İlgili Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Üzerine Bir Değerlendirme, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Sayı: 3. (109-132)
- Öztürk, S. ve Yücel, A. (2019). İran Sinemasında Toplumsal Belleğin Alegorik Yansıması: Iron Island Filmi, *Tarihi Aydınlatan Sinema*, Atlas Akademi Yayınları, (107-138)
- Pekman, C. (2004). *Görüntünün Müziği Müziğin Görüntüsü*. İstanbul: Pan Yayınları
- Tosyalı, H. ve Sütçü, C. (2016). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkileri, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 3(2). (12)
- Yücel, A. (2019). Andy Warhol Çalışmalarının Metinlerarasılık Bağlamında İncelenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 1-10.
- Yücel, A., & Uğur, U. (2018). Resim ve Sinema Renk İlişkisinin Film Afişlerine Yansıması. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8(2).

TELEVİZYON İZLEYİCİSİNİN DİJİTAL PLATFORMLARLA BİRLİKTE DEĞİŞİMİ: İZLEYİCİNİN SONU MU?

Esra CİZMECİ ÜMIT¹

GİRİŞ

Televizyon izleme alışkanlıkları önce yeni teknoloji ve gelişen platformlar, ardından da pandemi nedeniyle büyük oranda değişiklik göstermiştir. Daha öncesinde televizyon izlemek sadece bir televizyonun önünde kanepede oturmak anlamına gelirken, günümüzde her an her yerde yapılabilen bir etkinlik haline gelmiştir. Geleneksel televizyonun izleyicilerine sunduğu “randevulu izleme” etkinliğinden dijital akış medyasına geçiş, özellikle genç izleyiciler tarafından çokça tercih edilmiştir. Tüm bu gelişim ve değişimler neticesinde elbette ki izleyici kavramının tanımını da yeniden değerlendirmek gerekmektedir.

Sözlük tanımıyla “seyirci”; 1) Bir olayı gören, izleyen kimse, izleyici. 2) İzlemek, eğlenmek için bakan kimse, izleyicidir. “İzleyici” kelimesi ise Türk Dil Kurumu tarafından “İzleme işini yapan kimse” olarak tanımlanmaktadır (sozluk.gov.tr, 2022). Televizyon araştırmacıları, “televizyon izleyicisi”ni anlayabilmek adına birbirinden farklı bakış açıları kullanmışlardır. Temelde izleyici araştırmalarına üç model hakimdir: Endüstrinin televizyon izleyicisini metalaştırdığı model, pasif izleyici modeli ve aktif izleyici modeli. İlk model, izleyiciyi bir para birimi, program yapımcıları ve reklamcılar arasında değiş tokuş edilebilecek görünmez bir kitle olarak ele almıştır. Öte yandan güçlü etki döneminin bir anlayışı olan pasif izleyici yaklaşımı, izleyicinin büyük ekonomik ve siyasi güçlerin edilgen konumdaki pasif bir kurbanı olduğunu varsaymıştır. Aktif izleyici modeli ise temelde izleyicinin pasif olmadığını, direnme ve hareket etme yeteneğine sahip olduğunu öne sürmüştür (Buzzard, 2018).

Dijital platformların izleyicileri, kimileri tarafından aktif izleyiciler olmaları yönünde odağa alınırken, kimilerince ise yine temelde metalaştırılmış izleyici özelliği üzerinden araştırılmaktadır. Dijital izleyicinin televizyonla ilişkisini ve önceki modellerin ötesinde mevcutta taşıdığı nitelikleri anlamaya çalışmak, izleyici araştırmalarının bugünü açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada, dijital platformların bireylerin hayatını kuşatmasıyla birlikte tanımı, konumu ve değişimi konusunda yapılmış güncel kuramsal çalışmalar çerçevesinde televizyon aygıtı ile bilinen “izleyici”nin kavramsal olarak geldiği nokta tartışılacaktır.

İnşa Edilmiş Bir Meta Olarak Kitlesele Televizyon İzleyicisi

İzleyici sorunu, alanın kuruluşundan bu yana medya ve iletişim çalışmalarının merkezinde yer almıştır. İzleyici araştırmaları, izleyicilerin medya karşısındaki yerini tanımlamaya, yorumlamaya, açıklamaya ve bir dereceye kadar yeniden biçimlendirmeye çalışmaktadır

¹ Doçent Doktor, Yalova Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Bölümü, esra.cizmeci@yalova.edu.tr, 05336820686, ORCID ID: 0000-0003-1193-9112

(Jensen, 2019: 143). İletişim bilimlerinin ilk perspektifi olarak adlandırılabilir ektki araştırmaları, izleyicilerin medya mesajlarını doğrudan kabul eden, etkiye açık bir grup olduğunu var saymıştır (Katz ve Lazarsfeld, 1955). Bu aşırı indirgemeci tutum, 1970’li yılların ortalarında “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı” (Blumler ve Katz, 1974) ile birlikte önemli bir paradigma değişikliği ile sarsılmış ve izleyicinin artık irade ve istenç sahibi bir birey olduğu ve medyayı kendi istek ve arzularına göre kullandığı düşüncesi iletişim araştırmaları sahnesine çıkmıştır. Elihu Katz (1959), izleyici sorununu ortaya koymanın iki farklı yoluna dikkat çekmiştir: Medya izleyicilere ne yapar ve izleyiciler medya ile ne yapar? Öte yandan alımlama çalışmaları, anlamın toplumsal üretiminde izleyicinin yerini iki ana perspektiften ele almıştır. Birincisi, medyayı ve diğer söylemleri toplumsal pratiklerin kaynakları ve bileşenleri olarak tasavvur eden hümanist medya çalışmalarıdır. Stuart Hall (1973) medya metni ile medya izleyicisinin buluşmasını neyin, kiminle ve kimin çıkarına olduğunu müzakeresi olarak nitelendirilen kodlama-kod açılımı modelinden yola çıkarak izleyiciye odaklanmıştır. David Morley (1980) ise ondan farklı olarak, televizyon haberlerinin alımlanmasını incelemek için odak grup yöntemine başvurmuş ve izleyici yorumlarının ilgili gündemler ve bakış açıları üzerindeki söylemsel mücadelelerini ortaya koymuştur. Daha sonra, James Lull (1980) vurguyu Kullanımlar ve Doyumlar araştırmalarının bireysel alıcılar nitelemesinden, medyanın karşılaştığı ve yorumlandığı sosyal bağlamlara kaydırmıştır (akt. Jensen, 2019: 146).

Medyanın izleyicilerini tanımaya çalışması konusu yeni değildir. 20. Yüzyıla hâkim olan kitle iletişim araçlarının yapımcılarının izleyicilerini doğrudan görme, kim olduklarını anlama ve izleyicilerin iletilen içerik ve mesajlara nasıl tepki verdiğini gözleme araçları yoktur. Bu sebeple her bir yayın biçimi, mecraya veya mesaj için izleyiciyi tanımlama ve karakterize etme yoluna gidilmiştir. Kitle iletişim araçları, tutarlı ve homojen bir insan kalabalığından oluşan izleyicileri olduğunu varsayımıştır. İzleyici üst-orta sınıfa mensup, eğitilmiş, beyaz, kentli erkek gibi standart, evrensel bir kişi profili üzerinden tasarlanmıştır. Yapılan araştırmalar, evrensel bir alıcı olduğu varsayımıyla esas olarak gönderilen mesajlarını etkililiğini ölçmekle sınırlı kalmıştır. 20. yüzyıla gelindiğinde izleyicinin farklı karakterlere, zevklere ve arzulara sahip çeşitli bireylerden oluşan heterojen bir çokluk olduğu anlayışı ortaya çıkmıştır. Mesajları daha doğru bir şekilde oluşturmak ve göndermek için bu kişilerin daha yakından tanınması gerekliliği sonucunda izleyiciler cinsiyet, ırk, gelir durumu, eğitim durumu ve benzeri sosyal kategorilere dayalı çeşitli gruplara ayrılmıştır. Buna bağlı olarak kitle iletişim araçları, birbirinden farklı, ancak içsel olarak homojen sayılan toplumsal kategorilerden oluşan bir izleyici kitlesi olduğunu varsaymış ve inşa etmiş; daha sonra içeriklerini izleyicilerin varsayılan ilgi alanlarına veya reklam verenlerin taleplerine göre her bir kategori için ayrı ayrı uyarlamıştır. Örneğin erken sabah saatlerinde ev kadınlarına yönelik pembe diziler yayınlanırken, çalışan erkek izleyicileri hedefleyecek şekilde finans programlarına genellikle akşamları yer vermişlerdir. Bu anlamda kitle medyası izleyiciyi ölçüp kategorilendirmenin yanında, aynı zamanda belirli imajları belirli izleyici gruplarına yansıtarak, onları da üretmiştir (Fisher ve Mehozay, 2019: 1179-1181).

Kitle medyası izleyicisini kategorilendirmenin temelinde pazarlamacıların belirli reklam mesajları için hedeflenen kitleler bulma veya inşa etme ihtiyacı bulunduğundan, televizyon izleyicisinin “kurumların çıkarları doğrultusunda inşa edilen hayali bir varlık” olduğunu iddia

etmek mümkündür (Ang, 1991: 2; akt. Fisher ve Mehozay, 2019: 1181). Bununla bağlantılı olarak kitle iletişim çağında izleyicilerin bireysel bir varlığı yoktur. Aksine izleyiciler, sistem içerisinde sosyal bir anlamı veya ekonomik bir değeri olan bir varlık olarak kavramsallaştırılmışlardır (Ettema ve Whitney, 1994). TV evreninde izleyiciler, örneğin coğrafi konum, satın alma geçmişi veya yıllık hane geliri gibi bir dizi özelliğe göre bölümlere ayrılmış herhangi bir izleyici grubu olarak tanımlanmaktadır. Bu kitleler, onları bir reklama etkileşim ve reklamdan dönüşüm için ideal adaylar olarak yerleştiren tek veya birkaç tanımlayıcıya dayalı olarak hedeflenen TV tüketicileridir: *“Evlerine ölçüm aleti yerleştirilen, izleme günlüklerini kullanan, kumandanın tuşlarına, televizyonun açma kapama düğmesine basan, satın alma gücüne göre çeşitli gruplara ayrılmış televizyon izleyicileri olmanın ötesinde izleme ölçümlerine katılan izleyiciler, aslında birer tüketim birimi olarak kodlanmışlardır. Televizyon izleme, atın alma davranışını çözümleyebilmek için bir araç olarak kullanılır, bu açıdan da izleyici gelir grubu ve izlediği program dışında kurmaca bir öznedir”* (Berfin ve Çetin, 2016: 29).

Görüldüğü üzere geleneksel medyanın izleyiciye olan ilgisi, ticari televizyon mantığı yönündedir. Televizyon yapımlarının en önemli hedefi, çekebileceği izleyici sayısına bağlı olarak içeriklerini en kârlı hale getirmektir. İzleyici televizyon için ana finansal motorken, reklam da onun ana besin kaynağıdır (Neira vd. (2021).

Ancak yeni medya teknolojileri ve dijital platformlar tarafından kuşatıldığımız günümüz dünyasında televizyon izleyicisi, ilgisini dijital televizyon istasyonlarına kaydırmaktadır. Bu nedenle geleneksel televizyon istasyonlarının hayatta kalmak ve karşılaştığı ticari zorlukları aşabilmek için dijital çağa uygun stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Bir televizyon programının başarısı izlenme oranları ile ölçüldüğünden, bir program izleyicilerin zevklerini karşılayabildiği müddetçe iyi olarak kabul edilmektedir (Briandana ve Irfan, 2019). İnternetin yükselişinin ardından medya ve reklamcılık endüstrisinde izleyici katılımı, artan bir önem kazanmıştır. Gazete ve dergilerin basılı tirajlarındaki düşüş, aynı zamanda televizyon izleyicisi ve radyo dinleyicisinde görülen kayıplar, medya üretiminin yalnızca piyasa taleplerine göre yapılmasından ziyade kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yapılması gerekliliği yönünde bir yol çizmiştir (Broersma, 2019: 1). Bu bağlamda bir sonraki aşamada televizyon izleyicisi ile dijital içerik izleyicisi arasındaki ilişki, benzerlikler, farklılıklar ve yenilikler tartışılacaktır.

Performatif Bir Özne Olarak Dijital İçerik İzleyicisi

İzleyicilerin kitle iletişim araçlarıyla yaptıkları, onları birey olarak yorumlamak ve onlar hakkında küçük gruplar halinde iletişim kurmaktır. İzleyiciler, önemli oranda ne iktidarlara ne de birbirlerine seslenebilecek bir konumda değildi. 1990’ların ortalarından itibaren World Wide Web şeklindeki İnternet’in ortaya çıkışıyla birlikte bu durum değişmiştir. Dijital medya ve ağ bağlantılı iletişim, yaygın olarak bilindiği şekliyle alımlama analizinin ve diğer izleyici araştırmalarının sınırlarını aşan ve izleyicilerin devam eden ikili yorumlanmasının bir parçası olarak yeni bir dizi araştırma sorusu sunmuştur (Jensen, 2019: 147). Şahit olunan değişim, izleyiciliğin teknolojiye bağımlı bir durum olduğunu, teknolojinin değişmesiyle birlikte izleyicilik pratiklerinin de değişeceğini göstermektedir. Nitekim internet teknolojisi ile birlikte

gelen dijital platformlar, daha öncesinde büyük bir grup olarak tasavvur edilen kitle izleyicisini fragmanlaştırarak küçük gruplara bölmüştür (Berfin ve Çetin, 2016: 31).

Dijital medya ile birlikte değişen “izleyici” kavramı şu şekilde tanımlanmaktadır: Toplumsal aktörler olarak kurumsal medya tarafından başlatılan veya yürütülen çok modlu süreçlere katılan, anlamını müzakere eden ve bazen katılım sağlayan insanlar (Schröder, 2019: 160). Geleneksel medyada yapımcılar, içerik üretimi üzerindeki kontrolü ellerinde tutmak için; izleyicinin kaliteli girdi sağlama konusunda yeterince eğitilmiş veya istekli olmadıklarını öne sürerek, bir tür kendini koruma stratejisi ile kendilerini izleyicilerden ayırmışlardır (Carlsson ve Nilsson, 2016). “İzleyici katılımı” kavramsallaştırmasına göre ise izleyici, medya üretiminde rol alan amatör veya profesyonel olmayan kişileri ifade etmektedir (Fish, 2013). Dijitalleşmeden önce izleyici katılımı; yarışma programları (Syvertsen, 2001), talk şovlar (Livingstone ve Lunt, 1994) veya realite şovları (Hill, 2005) gibi farklı televizyon türlerine ekran aracılığıyla katılan sıradan insanlar anlamına gelmekteydi. Dijitalleşme, izleyicilerin katılma biçimlerindeki çeşitliliği artırmış ve bunu dijital platformlara yaymıştır. Bu şekilde televizyon yayını prodüksiyonu içindeki tanımlamayı yapmak daha karmaşık hale gelmiştir. İzleyiciler profesyonelleşip medya üreticileriyle eşit güce sahip olduklarında medya üretimine katılmak yerine, onlarla iş birliği yapmış olmaktadır (Carpentier ve De Cleen, 2008; akt. Walvaart, vd., 2019: 1142).

1980’li yıllarda kaset kaydedici (VCR) ve uzaktan kumanda cihazı (RCD) gibi teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte araştırmacılar, izleyici seçiciliğine veya izleyicilerin medya tatmin ihtiyaçlarını karşılamak için seçebilecekleri seçeneklerin mevcudiyetine odaklanmışlardır. Televizyon izlemeye yönelik yeni yaklaşımlar ve diğer yeni medya teknolojilerinin tanıtılması, hem bizzat teknolojinin kullanımı hem de olası toplumsal sonuçlar yoluyla izleyicilerin televizyona yönelik memnuniyet motivasyonlarını değiştirmiştir (Tefertiller ve Sheehan, 2019: 597-598). Bir DVD ve abonelik hizmeti olarak Netflix, 2007 yılında kablo ve antenler yoluyla televizyon tüketimine alışkın bir pazara, televizyonda yayınlanan içeriği deneyimlemenin tamamen yeni bir yolunu tanıtmıştır: Web tabanlı akış veya internet üzerinden gerçek zamanlı olarak sunulan içerikler. Netflix, Hulu, Amazon Prime ve YouTube gibi akış sağlayıcılar, içeriği geleneksel bir ağ yayımından çok, bir web sitesine benzeyen gerçek zamanlı ara yüzler kullanarak web özellikli akıllı televizyonlar, tablet bilgisayarlar ve akıllı telefonlar aracılığıyla sunmuştur. Netflix gibi ağlar aboneliğe dayalıdır ve genellikle yeni dizilerin tüm sezonunu bir kerede yayınlamaktadırlar. Bu, geleneksel yayın ve kablolu televizyonlar ilişkili, reklam destekli haftalık dağıtım modelinden çok farklı bir değişimdir. Bu nedenle mevcut televizyon tüketim deneyimi, bundan on yıl öncesine göre büyük ölçüde farklılaşmıştır (Tefertiller ve Sheehan, 2019: 595).

Yıllarca pasif bir konumda yer bulan televizyon izleyicisi, dijital platformlarla birlikte aktif izleyici haline gelmiştir. Netflix izleyicileri üzerinden araştırma yapan Sarı ve Türker’in (2021: 73-76) bulgularına göre bireyler izleyici olarak televizyondan çok dijital platformları tercih etmekte; reklamsız izleme, orijinal içerik, içerik kalitesi, farklı cihazlardan esnek koşullar altında izleme eylemine devam edebilme, kişisel tercihlerinin ön planda tutulması, çoklu dilde altyazı ve dublaj seçenekleri, içerik seçimi özgürlüğü ve platform algoritmalarının beğenilere

göre tavsiyelerde bulunması gibi imkanlar, dijital izleyicinin bireyselliğini ve aktifliğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde Er de (2022: 139) Netflix izleyicisinin televizyon yayınlarındaki sansür ve reklam sürelerinden rahatsız olduğunu, televizyon kanallarında bulunmayan ve daha kaliteli, özgür ve reklamsız içerikler sunduğu için seyir deneyimini bu tür dijital platformlarda gerçekleştirdiklerini bulgulamıştır. Benzer bir çalışmayı farklı bir platformun izleyicileri üzerinde gerçekleştiren Karaduman ve Karataş (2022: 1004) ise, Gain adlı dijital içerik platformunu izleyicilerin tercih etme sebeplerinin kısa içerikler, akıllı cep telefonlarından içeriklere erişmenin kolay olması, platformdaki içeriklerin kalitesi ve özgünlüğü olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sebeple dijital çağ izleyicisini yakalamanın yolu, *“alışılmış standartların dışına çıkarak birçok alternatif seçenek”* sunmaktır. Burada öne çıkan daha önemli bir nokta da, diğer platformlara göre daha kısa ve hatta yazarların deyimiyle ‘ayaküstü’ içerikler sunan bir platformun beğenilmesi, içinde yaşanan hız çağında izleyicinin televizyondaki gibi saatler süren içeriklere pek tahammülü kalmadığının göstergesidir.

Yeni medya ortamlarının sunduğu başlıca özellik olan etkileşim sayesinde bilinen anlamıyla izleyici; kullanıcı, katılımcı gibi farklı adlar da edinmiştir. DVD teknolojisi ile birlikte izlediği içeriği istediği zaman izleme, durdurma vb. imkanlar edinen izleyicinin zaman algısı değişmiştir (Erdem ve Aytekin, 2021): *“...internetin hayatımıza girmesiyle birlikte film izleme deneyimi yeni iletişim teknolojileri ile sinema kültürünü etkilemiştir. Yeni teknolojiler seyirci deneyimi konforu açısından çekici konumdadır. Bu yeni teknolojilerle seyirci zaman ve mekân sınırını ortadan kaldırarak istediği zamanda istediği yerde kendi kişisel zevklerine göre film tercihi yapıp seyir deneyimi yaşayabilir bir konuma gelmiştir. Haliyle bu durum birçok açıdan yeni teknolojileri daha cazibeli hale getirmiştir”* (Dilek, 2021: 787).

Dijital çağ izleyicisine tüketim kültürü perspektifinden bakan Diker’e göre (2019: 6); *“Yakınsama kültürüyle birlikte, eskiye dair seyir deneyimlerinin de beraberinde değiştiği görülmektedir. Örneğin geleneksel medyaya dair pasif televizyon izleme kültürünün, cep telefonları, tabletler, akıllı televizyonlar vb. araçlar ile internet üzerinden sosyal ortamlara doğru genişleyerek aktifleşmesi ve ‘izleyici katılımı’ olgusunun ortaya çıkması gerçekleşmiştir. Dolayısıyla yakınsama kültürüyle birlikte aktif konuma geçen izleyici, tüketim süreçlerine de daha hızlı ve daha yoğun bir biçimde dâhil olabilmektedir”*. Buna göre bireylere tüketilecek içerik bombardımanı yapan sosyal ağlar, geri kalmama, günceli yakalama gibi isteklerle içeriklerin de hızlıca tüketilmesini teşvik etmektedirler (Diker, 2019: 9): *“Tüketilecek içeriğin kısa ve parçalı halde olması, o an için tüketimi kolaylaştırmakta olsa da uzun vadede daha çok vaktin tüketime harcanmasını sağlamaktadır. Örneğin, iki saatlik bir filmi sinemada izlemek ile parçalı olarak 45’er dakikalık 12 bölümlük bir dizinin bir sezonunu izlemek arasında fark bulunur”* (Diker, 2019: 9). Dijital çağ izleyicisi için izlenen içeriğin niteliğinden ziyade niceliğinin ön plana çıktığına vurgu yapan Diker’ göre; *“Bireyler böylelikle içinde buldukları toplumda daha çok anlama ve anlamlandırmaya yönelik bir seyir zevkine sahip olmak yerine, tüketime odaklı bir izleme kültürünü benimsemektedir... Böylelikle bu durum tüketim toplumunun dinamikleriyle de uyumlu bir sonuç çıkarmaktadır; bireyler toplumun diğer fertlerine tüketim bağlamında ‘yetişerek’ güncel ve çağdaş oldukları hissine sahip olmakta,*

ancak tüketime yönelik yaptıkları emek harcaması daha parçalı bir biçimde daha uzun bir süreye yayılmaktadır” (Diker, 2019: 17).

Kuşkusuz COVID-19 pandemisi, dijital dönüşümü ve alışkanlıkları hızlandırmış ve artırmıştır ve bu durumun kalıcı etkileri yakın zamanda birçok alanda görülmüştür (Erdem ve Aytekin, 2021: 319). Örneğin pandeminin zorunlu şartlarında izleyici alışkanlıklarının nasıl değiştiğini tespit etmek üzere derinlemesine mülakatlar gerçekleştiren Dilek’in (2021: 793-794) elde ettiği bulgulara göre pandemi sürecinde izleyicilerin birden fazla dijital platforma üye olduğu, bu platformlardan film ve dizi izlemenin verdiği konforun artık tercih edilir bir hal aldığı, bununla bağlantılı olarak sinema izleyicisi olma alışkanlığının kalıcı şekilde azaldığı ortaya çıkmıştır. Öte yandan Netflix, daha öncesinde olduğu gibi bir kitle ile aynı programı izlediğini hissederek ortak duyguları paylaşma, o topluluğun bir parçası olma hissiyatı ihtiyacında olabilecek izleyicilerin bu arzusunu tatmin etmek adına; birçok kişinin çevrimiçi olarak aynı içeriği izlerken aynı zamanda sohbet edebilmesini, yani izleyicinin sosyal etkileşimini mümkün kılacak Teleparty özelliğini sunmuş ve bunu “Birlikte izlemenin yeni yolu” sloganıyla tanımlamıştır. Özellikle COVID-19 pandemisinin kapanma şartlarında izole hayatlar yaşamak zorunda kalan insanlar için bu bir aradalık hissiyatı veren, ancak yalnız yapılan izleme etkinliğinin faydalı olduğu görülmüştür (Erdem ve Aytekin, 2021: 308).

Son on yılda, isteğe bağlı izleme ve çevrimiçi akış hizmetlerinin dikkat çekici bir şekilde ortaya çıkmasıyla, izleyicilerin televizyon dizilerini tüketme biçiminde de çarpıcı bir değişiklik görülmüştür. Bu bağlamda “aşırı izleme” (*binge watching/viewing*), yani aynı televizyon dizisinin birden çok bölümünü tek oturuşta izleme davranışı giderek izleyicilerin çoğunun televizyon programlarından keyif alma şekli haline gelmiştir (Deloitte’s Digital Democracy Survey, 2017). En yaygın dijital platformlardan biri olan Netflix’in bir dizinin sezonluk içeriğinin tamamını tek seferde yayınlamasının aşırı izleme alışkanlığının öncüsü olduğunu söylemek mümkündür (Erdem ve Aytekin, 2021: 306). Kimi araştırmacılar (Flayelle vd., 2018) aşırı izleme davranışının bir tür ruh halini iyileştirme ve duyguları düzenleme stratejisi olduğunu öne sürmüşlerdir. Aşırı izleme alışkanlığı, birçok diğer çalışmada ise (Devasagayam, 2014; Sung vd., 2015) bir tür bağımlılık oluşturduğu iddiasıyla tartışılmıştır. Pek çok insanın yatmadan önce belirli bir televizyon dizisinin bir bölümünü daha izleme ihtiyacı hissetmesi, bu görüşü makul kılmakta ve bu durum içinde yaşanan ve bireylere bağımlılık yapıcı türlü teknolojiler sunan dijital çağ bağlamında değerlendirildiğinde anlaşılır hale gelmektedir.

Değişen İzleyiciye Dair Yeni Anlayışlar

Yeni izleme uygulamalarının geliştirilmesi ile izleyici profilinde görülen bu denli büyük değişikliklerin sonucu olarak, izleyicilerin oturma odalarında içerik izlerken kullandıkları ölçüm yöntemleri artık eskisi kadar etkili değildir (Kelly, 2019: 114). İçinde bulunduğumuz dijital çağda izleyiciler televizyonda izledikleri programlara dijital platformlar üzerinden katılabilmekte, televizyon için üretilen programları internet üzerinden izleyebilmekte, böylece de televizyonu hiç açmasa da televizyon kültürünün bir parçası olabilmektedir (Berfin ve Çetin, 2016: 32). Bununla bağlantılı olarak Janssen (2009), katılım sürecini üç farklı aşamaya

ayırıştır: ekranın arkasında, ekranda ve ekranın ötesinde. Ekran arkasında izleyici katılımı, farklı izleyici görüşlerinin öğrenildiği bir geri bildirim yoludur (Ashuri ve Frenkel, 2015). Ekranda izleyici katılımı, bir bağ kurma aracı olarak yazılı katılımda bulunulmasıdır (Janssen, 2009). Ekranın ötesinde izleyici katılımı ise çoğunlukla sosyal medya üzerinden, yine izleyiciyle bağ kurmanın bir yolu olarak kabul edilmektedir. Göz ardı edilmemesi gereken bir nokta, televizyonun, prodüksiyonunda sosyal medya kullanımıyla daha çok “içeriği yayma” açısından ilgilendiği gerçeğidir (Calsson ve Nilsson, 2016). Selva’ya göre (2016: 170) de sosyal ağ siteleri ve özellikle Twitter, evrensel bir potansiyel izleyici ile toplumsal bir bağlantı sağlayarak “canlılık” algısını zenginleştirmektedir. Buna göre televizyon ve sosyal medyanın birleşimi, tüm seyircilik deneyimini geliştirmekte ve kamuların oluşumuna, siyasi katılıma ve kolektif ortak kimliğe giden yenilikçi bir yol oluşturmaktadır. Televizyon ve sosyal medya birbirleriyle derinden bağlantılıdır. Ancak televizyon söylemine sosyal medya aracılığıyla katılımın yine de televizyon yapımcıları tarafından kısıtlandığı ve halkın erişim ya da etkileşim fırsatlarının sınırlandırıldığı gerçeği göz ardı edilmemelidir.

İzleyici katılımının yanı sıra, izleyiciyi tanımanın yolları da dijital platformlarla birlikte değişikliğe uğramıştır. Dijital medyanın yükselişi ile birlikte büyük veri ve algoritmalar sayesinde izleyiciyi tanımanın yeni bir yolu ortaya çıkmıştır (Athique, 2017). Dijital medya da kitle iletişim araçlarında olduğu gibi izleyiciyi tanıma dürtüsü içerisindedir. Hatta kitle iletişim araçları ile kıyaslandığında dijital ortam temelde kişiselleştirmeyi merkeze aldığından, izleyiciyi görme ihtiyacı her zamankinden daha çok önem kazanmıştır (Buzzard, 2012: 5; akt. Fisher ve Mehozay, 2019: 1183). Günümüzde bir medya içeriği hakkında önceki izleyicilerin ne düşündüğü, kaç kişinin izlediği ve hatta bazı durumlarda izleyicinin fiziksel olarak nerede olduğu bilinebilmektedir. Dijital medya teknolojileri sayesinde indirmeler ve sayfa görüntülemeleri, emojiler ve yorumlar, girişler ve konum bildirimleri ve diğer izleyicilerin inançları ve kimlikleri hakkında her zamankinden daha fazla bilgi edinebilmek mümkündür (Waddel ve Sundar, 2020: 106270). Dolayısıyla izleyici ölçüm ve alımlama çalışmaları, dijital ortamlardaki veriler üzerinden artan bir kolaylıkla yapılabilmektedir. Alımlama üzerine ilk yetkili çalışmanın yazarı olan David Morley, (1980: 11) alımlamayı izleyicilerin iletilen mesajları farklı şekillerde okuyup anlamlandırdıkları ve bu anlamlara göre eylemde buldukları gösterebilimsel bir süreç olarak tanımlamıştır. Buradaki “okuma” kelimesi, medyanın kurduğu iletişimin sadece bir mesajın göndericilerden alıcılara iletilmesi değil, aksine hem doğal hem de edinilmiş okuryazarlık becerileri gerektiren bir anlam çıkarma süreci olduğuna vurgu yapmaktadır. Nitekim Stuart Hall’ün (1973) televizyon izleyicisinin alımlamasına dair kodlama-kodaçılama kavramsallaştırması da bu “okuma” vurgusu ile ilgilidir (akt. Schröder, 2019: 156-157). Morley’nin okuma vurgusunun yanında altını çizdiği bir diğer nokta da, izleyicinin toplumsal bağlamı ve medya içeriğini izlerken nerede olduğudur. Bununla bağlantılı olarak artık içinde yaşadığımız mobil ve katılımcı bir form alan koşullarda medya kullanımı sadece ve hatta esas olarak evde değil, her zaman ve her yerde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla dijital medya tüketicilerinin hala bir izleyici olarak adlandırılıp adlandırılmayacağı sorusu akıllara gelmekte ve Livingstone (2013: 22) buna şöyle cevap vermektedir: “Artık sürekli ve kaçınılmaz olarak izleyicileriz”. Gerçekten de günümüzde “medya”, her zamankinden daha karmaşık şekillerde, daha önemli ve etkili hale gelmektedir

(Livingstone, 2019: 175). İzleyicilerin geleneksel medyaya olan ilgisinin azaldığı ve giderek artan bir şekilde hızla değişen bir dizi çevrimiçi ve sosyal medya hizmetine yöndikleri bilinmektedir. Ortaya çıkan dijital katılım biçimleri, geleneksel olarak sınırlandırılmış bilgi ve eğlence türlerinin çok ötesine uzanmakta ve bireylerin kamusal ve özel yaşamlarının her boyutunu kapsamaktadır (Livingstone, 2009).

Jensen'a göre (2019: 143-144) izleyiciler medya metinleriyle hem iletişim hem de meta iletişim (*metacommunication*) kurmaktadır. Meta iletişim hem söylenenlerin anlamını hem de muhataplar arasındaki ilişkinin doğasını öne sürerek, her şeyden önce iletişimi mümkün kılan temel koşulları oluşturmaktadır. Dijital sistemler söz konusu olduğunda meta iletişim, izleyicilerin medya ile ne yaptığını ve medyanın izleyiciye ve izleyici ile birlikte ne yaptığını yorumlamanın anahtarıdır. Meta iletişim kavramını tanıtan Gregory Bateson (1972), yüz yüze etkileşimlerden yola çıkarak, öncelikle tüm insan iletişiminin az ya da çok kodlanmış geleneklere dayandığına dikkat çekmiştir. Sohbet sırasında iletişim kurulan kişiye yabancı bir kelimenin tanımını sormak mümkündür; ancak çoğu zaman tekrarlar, yeniden formüle etmeler ya da örnekler, insanların konuşmaya ve etkileşimde bulunmaya devam etmelerine yardımcı olmaktadır. Dahası iletişim, o anda veya zaman içerisinde toplumsal ilişkileri hem yansıtmakta hem de harekete geçirmektedir. Bireylerin kamusal ve özel yaşamındaki etkileşimlerinin bir parçası olarak zorunlu şekilde oynadıkları toplumsal roller; açılış ve kapanışlarda, ifadelerde ve sessizliklerde ortaya koyulmaktadır. Meta iletişim bu şekilde iki önemli sorunun cevabını vermektedir: Ne demek istediğimi anlıyor musunuz? Kim olduğumuzu biliyor muyuz? (akt. Jensen, 2019: 149). Kendisinden önceki medyadan farklı olarak dijital bilgi sistemleri, meta iletişimi daha kesin olarak ve izleyicilerin şimdiki ve gelecekteki toplumsal rolleri için çıkarımlarla birlikte kaydetmektedir. İletişimde ve iletişim yoluyla gerçekleştirilen kodlamalar ve toplumsal ilişkiler parolalarda, zaman damgalarında, emojilerde ve diğer işaret ve sembollerde kayıtlıdır. Dijital meta iletişim yalnızca ortaya çıkan etkileşim sürecini değil, aynı zamanda daha sonraki ilgili olabilecek etkileşimleri de mümkün kılmaktadır; çünkü öngörülemeyen ve yeniden iletilen ürünler – meta veriler- sağlamaktadır. Televizyon için izleyiciler uzun süredir akademisyenler ve diğer araştırmacılar tarafından okuyucu anketleri ve televizyon sayaç sistemleri aracılığıyla verileştirilirken, dijitalleşme izleyicilerin medyayla ne yaptığı hakkında bilinebilecekler konusunda niceliksel ve niteliksel olarak yeni bir veri dünyasına geçiş gerçekleştirmiştir (Jensen, 2019: 149-150).

Dijital alemde izleyici, kullanıcıların kayıt altına alınmış dijital davranışlarını ifade eden veriler aracılığıyla anlaşılabilir. Burada davranış, nesnel bir dijital ayak izine sahip olan herhangi bir şeydir. Dijital platformlar, izleyicilerini öncelikle platformdaki davranışları doğrultusunda görmektedir. Burada kitle medyasında olduğu gibi izleyicilere hiçbir sosyal kategorileştirme yapılmamaktadır; çünkü dijital alemde sürekli oluşturulan ve sürekli akış içerisinde olan 'canlı veri' vardır. Buna göre insanlar özcü olmaktan ziyade dinamik ve açık uçlu varlıklardır. Başka bir deyişle, dijital alemde her zaman yeni veriler vardır ve bu nedenle algoritmaların gözünde bir kişinin imajı her zaman değişime açıktır. Öte yandan canlı veriler ayrıca hayatın kendisine dair verilerdir. Mobil cihazlar sayesinde her an her yerden medya içeriğine bağlanmak mümkün olduğundan elde edilen veriler insanlığın en sıradan, en önemsiz

yönlerini temsil etmektedir (Lupton, 2016: 42ff; akt. Fisher ve Mehozay, 2019: 1186). Dijital alemde ‘davranışlar’ dikkate alındığından, önemli olan sonraki davranışları tahmin edebilmektir (MacKenzie, 2015). Bu durumda kitle iletişim araçlarındaki inşa edilen izleyici gibi bir kavrayıştan, dijital medyada performatif bir izleyici kavramına doğru bir hareket mevcuttur (Rouvroy ve Stiegler, 2016). Daha önemlisi, dijital izleyici söz konusu algoritmaların ve izlendiğinin farkındadır ve dijital medya bir kamera gibi değil, yakaladığı görüntüyü geri yansıtan bir ayna gibi hareket etmektedir (Fisher ve Mehozay, 2019: 1188). Başka bir deyişle, dijital izleyici de kendini ve beğenilerini dijital platformların algoritmaları tarafından tespit edilmiş ve kendisine öneri olarak sunulan içerikler üzerinden keşfetmektedir.

Dijital platformlarda da temel amaç, izleyicilere ücretsiz bilginin sağlanması yoluyla izleyici kitlesini olabildiğince doğru bir şekilde ‘tüketiciler’ olarak hedeflemek, yani hedefe yönelik reklamcılık yapmaktır (Fisher ve Mehozay, 2019: 1184). Dijital izleyicinin kaydedilen davranışları doğrultusunda hedefli reklamcılık yapıldığı gerçeği, “dijital emek” kavramını akıllara getirmektedir. Dallas Smythe (1977) tarafından televizyon izleyicisinin aslında reklam verenlere satıldığını öne sürdüğü görüşleri, dijital izleyicinin kullanıcı etkinliklerinin metalaştırılması süreçlerine de uygulanabilmektedir. Jhally ve Livant (1986), farklı bir detaylandırma ile, izleme süresiyle ölçülen izleme emeğinden bahsetmiştir. Bu bağlamda Gandini (2021: 375) dijital izleyiciyi “emek halkları” (*labour publics*) olarak adlandırmaktadır. Fuchs ve Sevignani (2013: 237) de çağdaş kurumsal internet platformlarının baskın sermaye birikimi modelinin, içerik oluşturan ve eğlence amacıyla söz konusu siteleri kullanan kullanıcıların ücretsiz emeğinin sömürülmesine dayandığını ifade etmektedir. Bu bağlamda, izleyici için kitle medyasından beri geçerli olan kapitalist mantığın dijital içerik izleyicileri için de değişmediğini söylemek mümkündür.

SONUÇ

Televizyon aygıtı ile varlık bulan “izleyici” kavramı, yaşanan teknolojik değişimler ve yeniliklerle birlikte anlam yenilenmesine uğramıştır. Kitle medyasının kategorilendirilmiş, bireyselliğinden uzaklaştırılmış, medya tarafından inşa edilen, metalaştırılmış bir kitle olarak tanımlanan izleyici, günümüzde farklı özellikler barındırmaktadır. Televizyon teknolojisi ile birlikte varlık bulan izleyicinin sonunun geldiğini, televizyondan tamamen uzaklaşarak dijital platformlara göç ettiğini öne sürmek doğru değildir: “...izleyiciyi televizyon aygıtı dışındaki medya alanlarında da varlık gösteren televizyon kültürünün bir parçası olarak düşünmek gerekir” (Berfin ve Çetin, 2016: 34).

İzleyici, televizyon kültürünün bir parçası olmaya devam etse de, geleneksel televizyon izleyicisinden ayrılan kimi özellikler taşımaktadır. Dijital içerik izleyicisi aktiftir, katılımcıdır, performatiftir ve bireyseldir; ancak tam anlamıyla güç ve irade sahibi değildir. Dahası geçmişte evde ailesiyle birlikte televizyon içeriklerini tüketen izleyici, dijital platformlarla birlikte “*daha bireysel ve sosyal olarak yalıtılmış*” bir izleme edimi sergilemektedir (Berfin ve Çetin, 2016: 36). Dolayısıyla dijital izleyici yalnızlaştırılmış ve sosyal olma, topluluk olma fikrinden uzaklaştırılmıştır. Öte yandan Livingstone’a göre (2019: 179) izleyiciler zorunlu olarak toplumsaldır, medyayla olan ilişkilerinden çok daha fazla şekilde topluma ve tarihe gömülmüdürlükler. Bu nedenle izleyicilerin eleştirel analizini; bedensizleştirilmiş, bağlamından

koparılmış davranışların gözlemlenmesi veya anket yüzdeleriyle yapmak doğru değildir. İzleyicilerle hayatlarının bağlamlarında anlamlı bir şekilde etkileşim kurmak gerekmektedir. Dijitalleşmenin son yirmi yılda izleyicide oluşturduğu değişikliklerle ilgili televizyon üzerinden yeterli sayıda çalışmanın yapılmadığını vurgulayan Turner (2019: 227-229), araştırmacıların dikkatlerini gündelik olana çevirmesini önermektedir. Ona göre ancak şu anda gündelik yaşamda televizyonun izleyicinin ev ortamındaki yerini kavramak, günümüz izleyicisini gerçek anlamda anlamaya yol açacaktır. Buna ulaşmak için standart ampirik (anket, görüşme, odak gruplar vb. gibi) yöntemlerden ziyade daha ayrıntılı ve bağlamsal bilgilere ulaşmak gerekmektedir. Örneğin seyircilerin evlerinde çoklu cihazları nasıl kullandıklarına dair doğrudan ve sürekli gözlem yapılması, bu cihazların nasıl, neden ve nasıl konuşlandırıldığına ve dikkatin bunlar arasında nasıl dağıldığına dair daha ayrıntılı ve incelikli açıklamalar sağlayacaktır.

Günümüz dijital izleyicisi, dijital medyanın hegemonik kudretinin bireyin yaşamında müdahaleci ve potansiyel olarak sömürücü bir güç olarak kendini gösterdiği bir senaryo ile karşı karşıyadır. Burada yapılması gereken, medyaya hem teknolojiler hem de anlam verme süreçleri olarak yaklaşan yeni dijital okuryazarlık biçimleri geliştirerek izleyicilerin bu müdahaleci medyayla nasıl başa çıktıklarını araştırmaktır (Schröder, 2019: 161). Sonuçta medyanın kapitalist mantığı ve gerek televizyondan gerekse de dijital medyadan sunulan içeriklerin izleyiciden (maddi) beklentileri değişmemiştir.

KAYNAKÇA

- Ang, I. (1991). *Desperately Seeking the Audience*. London and New York: Routledge.
- Ashuri, T., Frenkel, A. (2015). Online/offscreen: On changing technology and practices in television journalism. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(2): 148–165.
- Athique, A. (2017). The dynamics and potentials of big data for audience research. *Media, Culture & Society*, 40(1): 59–74.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an Ecology of Mind*. London: Granada.
- Berfin, K., Çetin, E. (2016). Televizyon İzleyicisi Kimdir? Kavramsal Bir Tartışma. *Erdem*, (70), 25-42.
- Blumler, J.G., Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communication*, Newbury Park: Sage.
- Briandana, R., Irfan, M. (2019). Broadcasting Management: The Strategy of Television Production Configuring for Sustainability in the Digital Era. *International Journal of English, Literature and Social Sciences*, 4(6), 1879-1886. DOI: <https://dx.doi.org/10.22161/ijels.46.40>

- Broersma, M. (2019). Audience Engagement. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1-6.
- Buzzard, K. (2012). *Tracking the Audience: The Ratings Industry from Analog to Digital*. New York: Routledge.
- Buzzard, K. (2020). Television Audiences. *Oxford Bibliographies*, Erişim Tarihi 20.12.2022: <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199791286/obo-9780199791286-0190.xml>
- Carpentier, N., De Cleen, B. (2008). *Participation and Media Production: Critical Reflections on Content Creation*. Newcastle: Cambridge Scholars.
- Carlsson, E., Nilsson, B. (2016). Technologies of participation: Community news and social media in Northern Sweden. *Journalism*, 17(8): 1113–1128.
- Deloitte's Digital Democracy Survey (2017). "Binge boom: Young U.S viewers gulp down average of six TV episodes per sitting". Erişim Tarihi, 20.12.2022: <http://variety.com/2017/digital/news/binge-viewing-tv-survey-millennials-1202013560/>
- Devasagayam, R. (2014). Media bingeing: A qualitative study of psychological influences. *Proceedings of the Marketing Management Association*, 40–44.
- Diker, C. (2019). Az Daha Fazladır: Dijital Seyir Platformlarının Tüketim Kültürü Açısından İzleyicilerin Seyir Alışkanlıklarına Olan Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu Özel Sayısı*, (1), 1-20. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.484779
- Dilek, B.A. (2021). Pandemi Sürecinde Dijital Platformlar ile Değişen Seyir Deneyimi Üzerine İzleyici Araştırması. *Communication and Technology Congress – CTC 2021*, İstanbul.
- Er, H. E. (2022). Dijital Platformların İzleyici Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi: Netflix Örneği. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 117-142. DOI: <https://doi.org/10.34086/rteusbe.1114260>
- Erdem, N., AYTEKİN, B.A. (2021). Covid-19 Pandemisinde İzleyici Deneyimi: Netflix Ekseninde Dijital Platformlara Bakış. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 36, 302-325. DOI:10.31123/akil.988565
- Fish, A. (2013). Participatory television: Convergence, crowdsourcing, and neoliberalism: Participatory television. *Communication, Culture & Critique*, 6(3): 372–395.
- Fisher, E., Mehozay, Y. (2019). How algorithms see their audience: media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1176-1191. DOI: 10.1177/0163443719831598

Flayelle, M., Maurage, P., Vögele, C., Karila, L., Billieux, J. (2018). Time for a plot twist: Beyond confirmatory approaches to binge-watching research. *Psychology of Popular Media Culture*. DOI: <https://doi.org/10.1037/ppm0000187>

Fuchs, C., Sevignani, S. (2013). What Is Digital Labour? What Is Digital Work? What's Their Difference? and Why Do These Questions Matter for Understanding Social Media? *tripleC*, 11(2): 237–93.

Gandini, A. (2021). Digital labour: An empty signifier? *Media, Culture & Society*, 43(2), 369-380. DOI: 10.1177/0163443720948018

Hall, S. (1973). Encoding and Decoding in the Television Discourse. Paper for the Council of Europe Colloquy on “*Training in the Critical Reading of Televisual Language*”. Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.

Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.

Janssen, S.J. (2009). Interactive television format development: Could participatory design bridge the gap? *European Interactive Television Conference*, Leuven, Belgium.

Jhally, S., Livant, B. (1986). Watching as Working: The Valorization of Audience Consciousness. *Journal of Communication*, 36(3): 122–42.

Jensen, K.B. (2019). The Double Hermeneutics of Audience Research. *Television & New Media*, 20(2), 142-154. DOI: 10.1177/1527476418811103

Karaduman S., Ünlü Karataş, N. (2022). Dijital yayıncılık ve izleme pratikleri: “Gain” üzerine bir analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 982-1007. DOI: 10.46928/iticusbe.1001254

Katz, E., Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Glencoe: The Free Press.

Kelly, J.P. (2019). Television by the numbers: The challenges of audience measurement in the age of Big Data. *Convergence*, 25(1), 113-132. DOI: 10.1177/1354856517700854

Livingstone, S. (2019). Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *Television & New Media*, 20(2), 170-183. DOI: 10.1177/1527476418811118

Livingstone, S. (2009). On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, 59(1): 1–18. DOI:10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x.

Livingstone, S. (2013). The Participation Paradigm in Audience Research. *The Communication Review*, 16, 21–30.

Livingstone, S.M., Lunt, P.K. (1994). *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. London; New York: Routledge.

Lupton, D. (2016). *The Quantified Self*. Malden, MA: Polity Press.

Mackenzie, A. (2015). The production of prediction: what does machine learning want? *European Journal of Cultural Studies*, 18(4–5): 429–445.

Morley, David. 1980. The “Nationwide” Audience. London: British Film Institute.

Neira, E., Clares-Gavilan, J., Sanchez-Navarro, J. (2021). New audience dimensions in streaming platforms: The second life of Money Heist on Netflix as a case study. *Profesional de la información*, 20(1), e300113. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>

Rouvroy, A., Stiegler, B. (2016). The digital regime of truth: from the algorithmic governmentality to a new rule of law. *Online Journal of Philosophy*, 3, 6–29.

Sarı, Ü., Türker, H. (2021). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59-80.

Schröder, K.C. (2019). Audience Reception Research in a Post-broadcasting Digital Age. *Television & New Media*, 20(2), 155-169. DOI: 10.1177/1527476418811114

Selva, D. (2016). Social Television: Audience and Political Engagement. *Television & New Media*, 17(2), 159-173. DOI: 10.1177/1527476415616192

Smythe, D.W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *C Theory*, 1(3), 1–27.

Sung, Y. H., Kang, E. Y., & Wee, L. (2015). A bad habit for your health? An exploration of psychological factors for binge-watching behavior. *65th ICA Annual Conference*, Puerto Rico.

Syvetsen, T. (2001). Ordinary people in extraordinary circumstances: A study of participants in television dating games. *Media, Culture & Society*, 23(3), 319–337.

Tefertiller, A., Sheehan, K. (2019). TV in the Streaming Age: Motivations, Behaviors, and Satisfaction of Post-Network Television, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(4), 595-616. DOI: 10.1080/08838151.2019.1698233

Turner, G. (2019). Approaching the cultures of use: Netflix, disruption and the audience. *Critical Studies in Television*, 14(2), 222-232. DOI: 10.1177/1749602019834554

Türk Dil Kurumu Sözlükleri. Erişim Tarihi, 20.12.2022: sozluk.gov.tr

Waddel, T.F., Sundar, S.S. (2020). Bandwagon effects in social television: How audience metrics related to size and opinion affect the enjoyment of digital media. *Computers in Human Behavior*, 107, 106270. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106270>

Walvaart, W., Dhoest, A., Bulck, H.V. (2019). Production perspectives on audience participation in television: On, beyond and behind the screen. *Convergence*, 25(5-6), 1140-1154. DOI: 10.1177/1354856517750362