

“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDYA ELEŞTİRİSİ

MEDIA CRITISME
TROUGHT
THE METODS OF
“DRAMA IN EDUCATION”

NİHAL KUYUMCU*

Özet

Televizyon, yazılı günlük basın, internet, cep telefonu, video, vb. medya teknolojileri çeşitli biçimlerde hayatımızda yer almaktadır. Adı geçen teknolojiler başta televizyon olmak üzere, tüketim ekonomisini destekleyen, besleyen ve bir yandan da bu ekonomi tarafından beslenen kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kurumların temel hedefi, çeşitli haber, fotoğraf, yazılı-yazısız her türlü bilgiyi, görüntüyü hedef kitesine en yoğun, çabuk, ekonomik ve cazip şekillerde ulaştırmaktır. Öte yandan bu temel hedefleri yerine getirirken, toplumun sahip olduğu tüm değerleri istediği biçimde, tüketim ekonomisinin hizmetine sunmakta bir sakınca görmemektedir. Erkek egemen söylem desteklenirken, şiddet, cinsiyet ayrımcılığı, otoriter yapıların olumlanması parıltılı görüntülere sarılarak sunuluyor. Ne yazık ki, bu durumdan en çok etkilenenler, yaşam deneyimleri görünür koşullara bağlı olan görünenin ardındaki görünmeyeni fark edemeyen çocuklardır.

Günümüzün koşulları altında, kitle iletişim araçlarını yaşamımızdan tümüyle çıkaramayacağımıza göre, onların sunduklarına –dayattıklarına karşı çocuklarda bir farkındalık oluşması, onlara görünenin ardındaki görünmeyeni göstermek, verilenlerin olumsuz etkilerine karşı biraz daha koruyucu olabilir diye düşünüyoruz. Milli Eğitim Bakanlığı, bu durumu göz önüne alarak İlköğretim okullarının müfredatına “Medya Okur Yazarlığı” adı altında bir ders koyduğunu biliyoruz. Biz de, çalışmamızda bu derse destekleyici, Tiyatro ve Yaratıcı Drama'nın bazı tekniklerini kullanarak “Eğitimde Tiyatro” yöntemleriyle çocuklarda eleştirel bakışı, hedeflenen farkındalığı, hangi konularda ve nasıl gerçekleştirebileceğimizi sorguladık ve yanıtlarını gerekçeleriyle ortaya koymaya çalıştık.

Abstract

Media technologies such as television, daily press, internet, mobile phone, video occupy our life in different ways. One confronts with the technologies in question, firstly television as institutions supporting and nourishing consumption economy on the one hand and espoused by the mentioned economy on the other. The main objective of these institutions is to transmit various news, photographs and all kinds of written-verbal information in the most intense, quickest and convenient way to the target group. Nevertheless, whilst fulfilling these fundamental objectives, this does not hesitate to put all values of the community to the service of the consumption economy in a way it prefers. While one supports the men

* Yrd.Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi
Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi
Fransız Dili Eğitimi Bölümü

dominant discourse, violence, sexual discrimination are presented as positive elements of authoritarian forms. Unfortunately, the mostly influenced category by this situation is children whose life experiences depend on visible conditions and who cannot recognize the invisible behind the visible.

We are of the opinion that under current circumstances, since we cannot get mass media out of our lives totally, creating an awareness for children against what they present or impose, showing the invisible behind the visible could be more protective against negative impacts of the presented elements. We know that Ministry of Education added a course under the name of "media literacy" to the curriculum of primary schools. In our study, we questioned in which topics and how we can realize the critical view and the targeted awareness for children through "theatre in education methods" using different techniques of theatre and creative drama and tried to put forward the responses with their explanations.



“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDYA ELEŞTİRİSİ

“EĞİTİMDE TİYATRO” VE MEDYA ELEŞTİRİSİ

Geçmişten günümüz medya dünyasına baktığımızda, medya teknolojilerinin çok kısa sürede büyük ilerlemeler kaydederek, hızla geliştiğini, yaşamın tüm alanlarında yer aldığını görüyoruz.

Gerçekten de, her yeni teknoloji, insan bilincini değiştirir ve yeniden biçimlendirir. Postman, bu konuda şunları yazmaktadır: “Üretilen her yeni teknoloji bir birikim sonucu ortaya çıkar, içinden çıktığı toplumu etkiler. Hakkında düşünülen şeylerin yapısını değiştirir, simgelerin niteliğini ve toplumun, yeni düşüncelerin geliştirildiği alanın, doğasını değiştirir. Bir başka deyişle üretilen her makine bir düşünce ya da düşünceler birikimidir. Bir makine sadece günlük alışkanlıklarımızı değil zihinsel alışkanlıklarımızı da değiştirir: Bir saatin keşfi, insanlığa yeni bir zaman kavramı, teleskopun keşfi yeni bir uzay ve ölçek kavramı getirmiştir. Gözlüğün keşfi ise insan biyolojisini geliştirme olanağı sağlamıştır.” (Postman:37)

Önce en önemli medya araçlarından biri olan televizyona bir göz atalım. Televizyon, bir yandan tüm dünyayı bir düğme dokunuşu ile odamıza getirirken, bir yandan da yaşamımızı programlayarak; seyirciyi onun sunduğu dünya içinde yer almaya, o dünya içindeki ayrıntılara uyum sağlamaya zorlar. Esslin de, “Televizyon yalnız başına, dikkate dayalı okuma alışkanlığına dayanan bir kültürü derinden değiştirmiş ve onun yerine daha rahat, daha yayılmış, çok boyutlu ve hazır olarak verilen yeni düşünce ve yeni bir algılama biçimini yerine geçirmiştir.” (Esslin:12) şeklinde düşünülmektedir. Bir başka medya teknolojisi ürünü olan cep telefonu ise, iletişim alanında bireye sonsuz özgürlükler verirken aynı zamanda son derece bağlayıcı/kısıtlayıcı da olabilmektedir. İnternete gelince, dünyanın öbür ucundaki insanlarla konuşup her türlü bilgiye ulaşırken, zamanı ve fiziki sınırları yok edebiliyor ve beraberinde yeni anlayışları, yeni paylaşımları da sahip olabiliyoruz.

Bu yenilikler bizleri, yaşam biçimimizi, en önemlisi dünyayı algılama tarzımızı değiştiriyor; daha az okuyor, daha az dinliyor, daha

çok seyrediyoruz. Kitap okumak için çaba göstermek, okumaya vakit ayırmak, okuduğumuzu kafamızda canlandırmak, kitaptaki dünyayı kafamızda yeniden kurmak gibi kişisel çabaları, bir kenara bırakıp, TV dizisinin bize sunduğu ile yetinmek, onun sunduğu dünyayı olduğu gibi algılamak, sorgulamaksızın kabul etmek çoğu kez gösterilenler üzerinde düşünmemek daha kolay geliyor.

“Eğitimde tiyatro” çalışmaları ile yaşadığımız dünyaya, gün içinde karşılaştığımız durumları yeniden üreterek, canlandırarak bir kez daha bakma fırsatı buluruz.¹ Duvarda bulunan küçük bir lekeyi fark etmeyebiliriz: ama onu bir çerçeve içine alırsak o leke görünür hale gelir. Eğitimde Tiyatro çalışmasında da amaç, bir lekenin çerçeve içine alınması gibi yaşanan bir anın, bir durumun da çerçeve içine alınarak incelenmesidir. Tiyatronun çeşitli öğeleri kullanılarak, düşüncenin görünür kılınması, var olan, kanıksadığımız, içselleştirdiğimiz aykırı durumların somut hale getirilmesini sağlar. Bu da üstünde tartışılması, doğaçlamalarla yeniden üretilme fırsatı verir ki, bireye farkındalık kazandırması ve bireyin yaşama, aktarılanlara eleştirel bir bakış açısıyla bakabilmesi için bir başlangıç olabilir.

Bu çalışma kapsamında yapacağımız, öncelikle, günlük yaşamımızda bize sunulanlara / dayatılanlara bir göz atmak, daha sora bunları çeşitli tiyatro teknikleri kullanılarak görünür hale nasıl getirebileceğimiz, bu konuda neler yapabileceğimizi uygulanmış örneklerden yola çıkarak anlatmak.

DİZİLER

Televizyon dizilerinin bizleri ne kadar etkilediği herkes tarafından bilinmektedir. Gerçekten de, her geçen gün yaşamımızı daha çok programlar hale geldik. Örneğin bir dostumuza yapmamız gereken bir ziyareti, merakla izlediğimiz dizi ile aynı akşama denk getirmemeye çalıştığımız sıklıkla olur. Yine aynı şekilde, bir arkadaşımıza telefon etmemiz gerekiyorsa bunu dizinin yayınlandığı saatlerin dışında yapmaya özen gösteririz. Hatta daha da ileri gidenler, evlerini dizide olayın geçtiği mekân gibi tasarlamak isterler.

¹ Kuyumcu, Nihal, “Çocuk Tiyatrosu”, Mitos Yay. İstanbul,2000, s.108

“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDTA ELEŞTİRİSİ

Dizileri içerik olarak incelediğimizde, birbiri içine geçmiş iki farklı durumla karşılaşyoruz. Bunlardan biri, ele alınan konular ve konuların işleme biçiminin toplumda var olan ya da kabul gören bir bakış açısıyla işlenmiş olması. Bir diğer durum ise, yine seçilen konuların, yer alan görüntülerin aynı zamanda toplumsal bilinçaltının, özelemlerin dışı vurulmuş olmasıdır. Feodal yapıdan tam olarak kurtulamamış olan ülkemizde, kendi yasalarını koyan ve uygulayan Ağaların, mafya babalarının başrolde olduğu, erkek egemen söylemin pekiştirildiği, lüks, parıltılı görüntülerle süslenmiş büyük konaklarda geçen hayat hikâyelerinin yer aldığı dizilerin bu kadar ilgi görmesi, hemen her kanalda yer alması bir tesadüf olabilir mi? Esslin’in bu konudaki saptaması da aynı yödedir: “Bir medeniyetin mitleri ve örnekleri, yalnızca üyelerinin kolektif bilinçaltının bir yansıması değildir; aynı zamanda karakteristik bir geri besleme süresi içinde, bu üyelerin özlemlerini, davranış kalıplarını ve tutumlarını da biçimlendirir, etkiler. (Esslin.s.46)

Esslin’in dizi kahramanları hakkında yazdıkları daha da ilginçtir: “Yinelenen karakterler çoğu aman izleyicilerin tanıdığı çoğu insandan daha gerçektir, çünkü izleyiciler bu karakterleri gerçek tanıdıklarından daha iyi tanır. Bu karakterlerin hayatlarındaki en mahrem, en duygu yüklü anlara tanıklık etmiş, aile kavgalarına ortak olmuşlardır. Aylar, bazen yıllar süren bir dönemden sonra izleyiciler bu karakterle özdeşleşmiş olarak onların hayatlarını yaşıyor olabilirler” (Esslin:s.41)

Bu bölümün sonucu olarak diyebiliriz ki, dizilerin çok olması ve sık sık sergilenmesi, yaşamımızın her anında yer alması o dizilerin kahramanlarının da ailemizin bir üyesi haline gelmesine neden oluyor. Onların birer kurmaca tip/karakter olduklarını bildiğimiz halde ekranda başlarından geçenlere gerçekmiş gibi, üzülüyor ya da seviniyoruz.²

ÇİZGİ FİLMLER

Çocukların büyük bölümünün ilgisini çeken çizgi filmler de bazı sorunlar barındırmaktadır. Şiddet, bu sorunların en önemlilerin-

² Hatta geçmiş yıllarda, çok tutulan bir televizyon karakteri dizide öldürüldüğünde giyabında cenaze namazı kılındığı haberi basında yer almıştı.

dendir. Örneğin; Tom ve Jeri’de kedi ile fare birbirlerine olmadık şekillerde şiddet uyguluyorlar, ama her seferinde kedi ya da fare hiçbir şey olmamış gibi yerinden kalkarak karşı saldırıya geçiyor. Çocuklar, karşılaştıkları bu sahnelerle duyarsızlaştırılıyor ve şiddet, sıradan olağan bir durummuş gibi gösteriliyor.

Ayrıca ölüm, öldürmek, yok etmek, dünyayı kurtarmak, insanlığı kurtarmak adına yasal hale getiriliyor. Dünyayı diğer gezegenlerden gelenlere karşı kurtarmak gibi ütopyik bir düşünceden yola çıkan çizgi film kahramanı aracılığıyla, çocuk seyircinin gözünde, “öldürmek, yok etmek” gibi gerçek olan/olabilecek bir eylem yasallaştırılıyor. Kavga sahnelerinde şiddet en uç noktasına varıyor. Taraflar birbirlerini yerden yere vuruyor, yakıyor, parçalıyor, yok ediyor, uzayın sonsuz karanlık boşluğuna fırlatıyor.³ Bu da yetmiyormuş gibi, kullanılan ses efektleriyle de şiddetin etkisi daha da artırılıyor.

Diğer yandan, yine çizgi filmlerde cinsiyet ayrımcılığı çok sık olarak karşımıza çıkan bir başka sorun. Erkek kahramanlar önemli(!) işler yaparken –savaşarak, dünyayı kurtarıırken- kızlar daha ikinci rollerde –mutfakta, ev işleriyle meşgul olarak- yer alıyor. Kızlar, beceriksizlikleriyle her zaman erkek kahramanların dalga geçtiği veya seyircinin dalga geçmesine izin verilen durumları yaratan birer tip olarak yer alıyor. (Bayan Jetgil o kadar kötü araba kullanıyor ki, Bay Jetgil yanında otururken ecel terleri döküyor)

HABER PROGRAMLARI

Televizyonda izlediğimiz haberler ve diğer haber programları bize çeşitli nedenlerle belli bir kurgu içinde sunuluyor. tüketime dayalı ekonominin merkezinde bulunan kurumlar ister istemez tüketicinin isteklerini, beklentilerini dikkate almak, zorundadırlar. Örneğin “ticari bir kurum olan televizyon, izleyicilerinin kişisel kaprislerini doyurması gerektiğinin bilincindedir. Cazibesi olmayan haber öyküleri, daha baştan elenmekte, fazla önemi olmayan diğer bazı öyküler ise sırf popüler oldukları için gündemde kalmayı sürdürmektedirler. Haber endüstrisi varlığını sürdürebilmek için reklam verenlere ihtiyaç duymaktadır ve sponsorların tercihle-

³ Nickelodeon çocuk kanalı “Jimi Nötron”, öğle kuşağı programı 30.01.2009 saat 12-13 arasında yer alan çizgi film.

“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDTA ELEŞTİRİSİ

ri program içeriğinde belirleyici olabilmektedir.” (Matelski:24-25) Program hazırlanırken İlk başından itibaren tüm görüntülerin üstünde düşünülmesi, her bir görüntünün özenle seçilerek 7 den 77'ye ulaşacak şekilde planlanması gerekiyor. Kurgunun ilk aşaması haber spikerinin giyimi, içinde bulunduğu salonun ışık durumu, kullanılan renk ve görüntüler ile gerçekleşiyor.

Haberlerde yer alan olayların taşıdıkları gerçeklik ne olursa olsun yeni baştan kurgulanarak, yeniden üretilerek sunulması televizyoncular için kaçınılmaz olmaktadır. Bizler bu yeniden, üretilen kurguyu gerçekmiş gibi algılayarak dünya görüşümüzü oluşturuyor, olaylar karşısında taraf olabiliyoruz. Haberlin görüntülü olarak verilmesi de inandırıcılığını arttırmakta, inandırıcılığını pekiştirmektedir. Oysaki bir televizyon ekranında yer alan basit bir olay dahi çeşitli aşamalarda kurgu ile defalarca gerçeklikten uzaklaştırılabilir. İlk kurgu, kameranın arkasında çekim yapan, yani vizörden bakan kişi tarafından gerçekleştirilir. Olayı çekerken özen gösterdiği ışığın durumu, yakın ya da uzak mesafeden alması, kaydettiği olayların önceliği, ayrıntıları, ayrıntılar üzerinde durup durmaması hepsi başlı başına birer yeniden kurgu anlamına gelmektedir.

Haberlin yeniden üretim sürecinde, bir sonraki kurgu aşaması montaj masasında gerçekleşir. Haber dairesinin dünya görüşü, olaylara yaklaşımı ile bazı görüntüleri ön plana çıkarırken diğerlerini geçiştirmesi ya da hiç vermemesi, kullandığı dil, bir kez daha gerçeklikten uzaklaşılacak yeni bir anlatımı oluşturur. Son aşama, haber spikerinin sunumunda gerçekleşir. Spikerler de ne kadar iyi oynarlar ve ne kadar inandırıcı olurlarsa o kadar kabul görürler. Her televizyon kanalının kendine özgü stilleri olan spikerleri, kendi seyirci kitlelerini de oluştururlar. Spikerin haberi verirken takındığı ifade, fonda kullanılan müzik, “şok, şok, şok,” “az sonra!” çığlıkları, verilen olayı olduğundan farklı bir biçimde algılamamızı sağlar. Bu nedenle, kanallar arasında gezinirken aynı haber karşımıza farklı yorumlarıyla, farklı sunumlarıyla çıkabilir ya da söz konusu haber, bir gazetenin birinci sayfasında yer alırken, bir başka gazetenin üçüncü sayfasında geçiştirilebilir.

Bir başka önemli nokta da, bilgi sağanağı altında giderek duyar-sızlaşmamız. "Kitle iletişim araçlarının gerek haberlerin dağıtımı, gerekse içeriği açısından oynadığı rol, algılamayı derinleştirmek ve niteliği arttırmaktan çok, haberlerin hızını ve niceliğini vurgulama yolundadır. Daha bir haberi anlayıp, onu belirli bir bağlama oturtma fırsatını bulamadan bir sonraki haberle karşılaşırız. O haber de anında yok olup yerini bir başkasına bırakıyor. (...) Yirminci yüzyılın sözde enformasyon toplumu belki de önceki yüzyılların tüm toplumlarından daha zayıf bir belleğe, daha az tarih bilgisine sahip. Bu durum, işittiklerimizi gördüklerimizi ve okuduklarımızı seçme olanağından yoksun bırakan bir haber bombardımanı ile karşı karşıya bırakılmamızdan kaynaklanıyor."⁴ (gündüz:85) Bu seçimsizlik, değerlendirememeye durumu kendiliğinden sansür oluşturuyor. Giderek tepkisiz, duyarsız bir toplum haline geliyoruz.

ERKEK EGEMEN MEDYA

Diğer yandan medyanın çeşitli alanlarında kullanılan dil, söylem biçimi bir başka sorunu oluşturmakta. "Medya erkeklerin egemenliği altındadır ve medyanın genelinde kadınların aleyhine cinsiyetçi bir söylem egemendir.(...) Günümüzde geniş kitlelere ulaşan yaygın kitle iletişim araçlarında kadınların daha çok melodramatik öge (3.sayfa haberi) magazin malzemesi ya da herhangi bir haberi "görselleştirme" de araç (konu mankeni) olarak temsil edildikleri görülmektedir.⁵ Bu dilde kadının evinden çıkmasının, iş, spor gibi kamusal alanlarda sergilediği başarıların, sıra dışı bir durum olarak gösterilmesi, erkek egemen bakış açısının bir yansıması değil midir? Bu başarıların aslında "Erkek Dünya"nın erkeklerine ait olduğu, bir kadının yerinin evi olduğu ve evinden çıkıp bu başarıyı gösterdiği, çoğu kez övme, yüceltme ifadeleriyle kamufla edilerek sunulmaktadır.

Kadınların çocuklarla birlikte anılması, başarılı olduğu alanlarda "kadın" olduğunun altının çizilerek verilmesi, erkek egemen söylemin bir yansıması olabilir mi?. Bu konuda çarpıcı bir örnek verelim: Bir haber programda yer alan röportajda saldırıya uğrayan kadına spiker şu soruyu soruyor: –Saldırıya uğradığınızda üstünüzde ne vardı? Kadın- Sıradan bir eşofman vardı. Öyle kısa etek

⁴ Vassaf Gündüz, "Cehennem Övgü, gündelik hayatta totalitarizm" Ayrıntı yay. İstanbul, 1997, 7.basım, S.85

⁵ Bu konuda daha geniş bilgi için bkz. "medya izleme grubu " Medyada Cinsiyetçiliğe son" yayına hazırlayan: Burçin Belge Çağın matbaacılık, İstanbul, 2008, s.163

“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDTA ELEŞTİRİSİ

filan yoktu... Bu soru ve cevabın tersten okuması şöyle bir gizli mesajı barındırmıyor mu? Üstünüzde kısa etek varsa, saldırıyı hak ediyorsunuz... Bir başka haberde “Aydın yolunda meydana gelen kazada 3’ ü çocuk, 7’si kadın toplam 15 kişi hayatını kaybetti.” Bu haberde çocukların yetişkinlerden farklı bir grubu oluşturması, bu nedenle de ayrıca belirtilmesi kabul edilebilir. Ama kadının çocukla aynı başlık altında dile getirilmesi, kadının da çocukla aynı acizlikte, zayıflıkta görülmesi, bizce kabul edilemez. Hiçbir zaman medyada “3’ü çocuk 5’i erkek toplam 15 kişi hayatını kaybetti” gibi bir haber yer almaz.⁶

REKLAMLAR

Medyada yer alan, günlük yaşantımızı ve bilinçaltımızı etkileyerek yeniden biçimlendiren bir başka alan da “Reklam” dünyasıdır. Önce şu alıntıya kulak verelim: “onlar ürünlerin ruhu, kalitenin damgasıdır. Bir kazağı diğer binlercesinin içinden sıyırın, kadehe koyulan şarabın tadını denemeden bilmenizi sağlayan, daha pahalı olmasına rağmen otomobilinizin anahtarlarını mutlulukla tutma nedenlerinizdir. Evet yüzyılımızın küçük tanrılarından bahsediyoruz”⁷

Yukarıdaki alıntıda “kadehe koyulan şarabın tadını denemeden bilmenizi sağlayan”, ifadesinde olduğu gibi bize ürünü tanıdık kılan, hatta sevmesek de sevdiğimizi düşündüren/sandıran seven, tüketim ekonomisinin önemli bir aracı olan reklamlar günün her saatinde, yazılı basın, televizyon, radyo, sokak panoları aracılığıyla ürünün tanıtılabileceği her yerde karşımıza çıkabilmektedir.

Reklamlar, kendi içindeki dramatik eylemiyle, çatışma, düğüm ve çözümü olan tragedyanın temel özelliklerini barındırır. Kirli lekelere başa çıkamayan, bundan şikayet eden bir ev kadının yer aldığı reklamı düşünelim. Kadın büyük sıkıntı içinde ne yapacağını bilememektedir. En yakın dostuna ya da bir bilene danışır. Dostu, ya da bir bilen ona bir ürün tavsiye eder. Bu ürün diğerlerinden daha etkilidir ve sorununa kesin çözüm getirecektir. “Bu bilgilendirme anı (anagnorisis) talihin dönmesiyle (Peripetia) sonuçlanır.

⁶ Bu çarpıcı örnekler 2007 yılında basılan “oyun ve ders” kitabımda da bulunuyor. Günümüzde de haber programlarında, gazete sayfalarında aynı söylemle yer almaktadır.

⁷ Celebrity Brands Capital dergisi kasım sayısı eki.6gi Yayınevi, 1969) s. 243.

Böylece ürünü kullanan, eski zor durumdaki kişi rahatlamış, mutlu olmakla kalmamış aile üyelerini de mutlu etmiş, görevini eksiksiz yerine getirmiştir. Bu mutlu çözümü, uygun bir şarkı veya ezgi eşliğinde ürünün sembolü veya markanın görüntüsü takip eder. Tıpkı klasik tragedya da çözümsüzlüğü açık olan, zorluklara çözüm getiren “deus ex machina”nın görünmesi ve koro halindeki final sloganın söylenmesi gibi. (Esslin:50)

Öte yandan, maliyeti açısından kısa sürmek zorunda olan bir reklam filminde, her an çok önemlidir. Açıklamamızı reklamdaki lekelerle başı dertte olan kadın örneğiyle sürdüreceğ olsak, çocuklarına ve eşine hizmet eden mutlu ev kadını çekici, güzel bir kadındır; ancak bu güzellik ortalama güzellik boyutundadır. Sıradan ev kadınının kolaylıkla özdeşleşebileceği, gıpta edebileceği, kendini yakın hissedebileceği bir boyuttadır. Olayın geçtiği mutfanın düzeni, eşyaları, pencereden görünen manzara, çocukların ve eşinin tavrı, mutlulukları, kullanılan müzik, tüm görüntüler pazarlanan temizlik malzemesine hizmet eden birer ayrıntıdır. Reklam ürünle birlikte bize bir dünya sunar. Mutluluğa giden yolu, eşine ve çocuklarına ev düzeni içinde adanmış bir yaşam modeli sergilenir. Alt metninde ise, şöyle bir mesaj gizlidir: “Eğer o ürüne sahip olursan, öyle bir evin, eşin ve çocukların olacaktır.”

Aslında reklamlara baktığımızda, pazarladığı ürününü tanıtmak gibi masum bir işlevinin yanı sıra tüketimi destekleme, tüketim ekonomisine dayalı toplum oluşturma yolundaki çabalar, göz ardı edilemez. Günümüz insanı öyle bir yönlendirilme içinde bulunuyor ki, yaşamak için tüketmek yerine tüketmek için yaşıyor. “Tüketiyorum öyleyse varım” dediği noktada kendini mutlu hissediyor. Oysa o ürüne sahip olduğunda, üretici firma bir sonraki ürünü başka özelliklerle ya da aynı özelliklerin farklı ifadesiyle çoktan piyasaya sürmüş oluyor. Sistem, bir taraftan “marka tanrılar” yaratarak, bu tanrıların peşinde koşan, o markaya sahip olmadığında kendini mutsuz hisseden, kişiliğini o markayı kullanarak kanıtladığını zanneden ya da toplum içinde kabul edilebilir olabileceğini düşünen insanlar yaratıyor. Diğer taraftan erkek egemen söylemi destekleyen, pekiştiren örneğin eşine, çocuklarına hizmet ederek mutluluğu yakalayan kadın görüntüleri, çö-

“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDTA ELEŞTİRİSİ

zümü bulan güçlü erkek kahramanlarıyla, yükselen yeni değerler yaratarak toplumlari etkiliyor.

Bu yeni değerlerin yaratılma sürecinde en büyük zararı gören grup belki de toplumun en savunmasız kesimi olan çocuklardır. Çocuklar, beyinlerine kazınan her türlü medya teknolojisinin kitle iletişim araçlarının sunduklarını ve dayattıklarını gerçekmiş gibi algılayarak yetişiyor. Bu yapay gerçeklik içinde yetişen çocuk hiçbir zaman bulamayacağı mutluluğun peşinde koşmaya başlıyor. Doğal olarak ulaşamıyor, bu nedenledir ki çevremizde mutsuz doyumsuz insanlar her geçen gün biraz daha artıyor.

Bu sorunlar karşısında neler yapabiliriz? Çağdaş dünyada, çağdaş bir toplum içinde yaşıyorsak, kitle iletişim teknolojilerini kullanmak zorundayız. Bu teknolojinin hâkim olduğu çevreden kendimizi ve çocuklarımızı soyutlayamayız. Doğru kullanıldığında her birinin dünyayı daha yaşanılır hale getirdiği, yaşamımızı büyük oranda kolaylaştırdığı bir gerçek. O zaman sunulanlarda/ dayatılanlarda bu sorunları görüp, araya mesafe koyarak yabancılaşarak incelemek ve eleştirel bir gözle bakarak farkındalık kazanmak az da olsa bizleri olumsuz etkilerinden koruyabilir.

ELEŞTİREL GÖZLE BAKABİLMEK NASIL GERÇEKLEŞİR?

Çalışma ön tartışma, doğaçlama, tartışma ve durum saptaması olmak üzere üç aşamalı olarak gerçekleşir. Ön tartışmada grup lideri, belirlediği sorun/konu üzerine dikkat çekmek sorunu düşündürmek, grubun bu konudaki düşüncelerini öğrenmek için önceden hazırladığı sorularla tartışmayı başlatır. Amaç, sorunu didaktik bir yaklaşımla açıklamak, sorun üstünde katılımcıları düşündürmeden sorunu dikte ettirmek yerine, var olan aykırı durumların katılımcıların kendileri tarafından bulunmasını sağlamaktır. Grup üyeleri yanlış yapma korkusu duymadan, özgürce tartışmaya katılma ve sürdürme rahatlığına sahip olmalıdırlar. Tartışma süreçleri, demokratik tartışma ortamlarının oluşmasında; bir başkasını dinleme, düşüncesini ifade edebilme, başkasının düşüncesine saygı duymayı öğrenme açısından önemlidir.

Doğaçlama aşamasına geçildiğinde grup lideri, anahtar cümleyi, fotoğrafı, haber metni ya da reklam metni ile ilgili yönergeyi gruba verir. Süreyi belirler. Küçük gruplar haline getirdiği katılımcılardan doğaçlama bir oyun ortaya çıkarmalarını ister. Süreyi sınırlandırmak gerekir; çünkü süreyi sınırlama gruba çabuk karar vermesini, bir konu üstünde yoğunlaşarak zamanı iyi kullanmasını öğretir. Doğaçlamaları grupların birbirlerine sunmasından sonra, sergilenenler tartışmaya açılır. Tartışmalarda göz önünde tutmamız gereken önemli nokta; yapılanların ne kadar gerçeğe uygun olduğunun, gerçek yaşamda bunları nasıl karşıladığımızın sorgulanmasıdır. Bu tartışmalarda rol yapma yetenekleri/başarısızlıkları kesinlikle dile getirilmemeli. Doğaçlama aracılığıyla sergilenenler, bilinçaltının kullandıkları dil ve davranışlarla gerçek yaşamda gördüklerinin bir yansımasıdır. Örneğin kullandıkları dilde erkek egemen söylemin izleri varsa, söylem tersine çevrilerek sorun gruba fark ettirilebilir.⁸

ÖRNEK ÇALIŞMALAR⁹

HABERLER ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Bu çalışmanın amacı, televizyonda yer alan haber programlarında ele alınan konuların, yukarıda dile getirdiğimiz nedenlerle birçok kereler yeniden kurgulanarak gerçeklikten uzaklaştırıldığı, farklı kanallarda farklı biçimlerde verildiğinin fark ettirilmesine yönelik olduğunu söylemiştik. Ayrıca kullanılan söylemde var olan alt metinlerin ortaya çıkarılması söz konusuydu.

Tartışma: Bir hafta önceki çalışmanın sonunda öğrencilerden televizyondaki haberleri mümkünse birden fazla kanalda izlemeleri istendi. Ayrıca, salona birden fazla yayın kuruluşu tarafından çıkarılan aynı günün gazeteleri getirildi. Önce, gazetelerdeki 1. 2. 3. sayfa haberleri, fotoğraftaki alt yazılar birlikte incelendi. Aynı haberin veriliş şeklindeki farklılıklar ve ortak noktalar belirlendi. Daha sonra, gazetelerden kesilmiş bir haberin fotoğrafı fotokopi ile çoğaltılmış halde gruplara dağıtıldı. (Fotoğraf zabıta ile sey-yar satıcılar arasında geçen tartışmayı gösteriyordu) Öğrencilerle? önce fotoğraf üstüne konuşuldu. Fotoğraftakiler kimler? Ne yapıyorlar? Sıkıntılı mı, yoksa mutlu bir kalabalık mı? Neredeler?

⁸ Bir toplu merkezinde yapılan çalışmada bir çocuk doğaçlamada gülen arkadaşına (12yaş) "kari gibi gülme" dedi. Tartışmanın bir yerinde bu sözcük ele alınarak, "erkek sözü", "erkek gibi kadın", gibi benzeri sözlerle birlikte tartışmaya açıldı. Bu sözler ters çevrilerek "erkek gibi gülme", "kadın sözü", "kadın gibi erkek" şeklinde ifade edildiğinde çağrışımları üstünde duruldu. doğaçlamalarla canlandırılarak somut olarak görmeleri sağlandı. Aynı etkiyi yapmaması, nedenleriyle ve niçinleriyle tartışıldı. Böylece kadını aşağılayan bu sözcüklerin kullanılmasına karşı dikkat çekilmiş oldu.

⁹ Bu örnekler İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tiyatro Bölümü öğrencilerinin çeşitli zamanlarda KMP Toplum Merkezi'ne yakın çevreden gelen 12-15 yaş grubu çocuklarıyla yapılan "Eğitimde Tiyatro" dersi kapsamındaki çalışmalardan alınmıştır.

“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDTA ELEŞTİRİSİ

Fakir, zengin, yaşlı genç, eğitim durumları, oturdukları evler, evlerindeki eşyalar nasıl? Resimdeki zabıta ne yapıyor, vatandaş ne yapıyor? Eğer bu bir tartışma ise, hangisi haklı olabilir? Bu soruların amacı, çocukların fotoğrafları her yönüyle incelemelerini, fotoğraftan yola çıkarak bir tip/karakter, bir olay, bir durum yaratmalarına yardımcı olmaktır. Tüm soruların yanıtı alındıktan sonra, her gruptan kendi arasında bir doğaçlama hazırlaması istendi. Doğaçlama o fotoğrafla buluşmak zorundaydı. Ya o görüntüyle başlamalı, ya oyunun bir yerinde o görüntü olmalı ya da o fotoğraf karesi ile bitmeliydi. Doğaçlamalar, verilen yönergeler doğrultusunda gerçekleştirildi.

Tüm gruplar, oyunlarını birbirlerine sergilediler. Bir grup, zabitanın yanında yer alan bir öykü kurgularken (grup içinde babası zabıta olan bir çocuk vardı), bir başka grup, vatandaşın ekmek parası peşindeyken çektiği sıkıntıları canlandırmıştı. Bir üçüncü grup ise, öyküsünü kalabalık içinde bulunan bir genç kız üstüne kurmuştu ki, kullandığı dil tamamen erkek egemen söylemin bir yansıması olması dikkat çekiciydi. Ortaya çıkan birbirinden farklı öyküler, televizyon kanallarında aynı haberin farklı yorumları ya da gazetede yer alan aynı fotoğrafın farklı alt yazılarla çıkması ile paralel bir durumdu.

Bir başka çalışmada verilen durum, gece geç vakit evine giden genç bir kızın yolda rahatsız edilmesi, şiddete ve tacize uğramasıydı. Bunu bir televizyon haberi olarak hazırlamaları istendi. Çeşitli doğaçlamalar ortaya çıktı. Hepsinin bulunduğu ortak noktada, kızın neden o saatte sokakta olduğu üzerinde yoğunlaşmıştı. Hiçbir grup, tacizde bulunan ve şiddet uygulayan kişileri sorgulamamıştı. Geline ortak nokta, “geç vakit bir genç kız sokakta ise başına her şey gelebilir, gelmesi de normaldir. Kızın geç vakit sokakta olması, ancak çalışıyorsa, ekmek parası kazanma, ailesine bakma gibi gerekçeler varsa kabul edilebilir.”

Çocuklar erkeklerin güçlü, kızların ise zayıf ve korumasız oldukları için bu durumların normal olduğunu söylediler. Sonra, sergilenenler tartışmaya açıldı. Grup lideri tersinlemeler yaparak –aynı

saate sokakta olan bir delikanlının başına böyle bir şey gelebilir mi? sorusuyla -tartışmayı başlattı. Sergilenenleri tersten okuyarak, çocukların düşünmelerini sağladı. Örneğin, eğer fiziksel güç sahibi olmak insanlara başkalarını rahatsız etme hakkını veriyorsa, o güçle başa çıkacak donanımlarla sokağa çıkmak -silahlanmak gibi- da genç kıza aynı tacizi yapma hakkını verir (mi?). Çocuklar erkek egemen dünyanın kriterlerini öylesine içselleştirmişler ki, olaya sadece akılla yaklaştıklarında bu yanlışlığı görebiliyorlar. Ama çoğu kez duyguları ağır basarak yine de genç kızın geç vakit sokakta olmamasına karar verdiler.

Bir başka çalışmada haber içerikleri tartışmaya açıldı. Grup lideri, tartışmaya birkaç soruyla başladı. O günlerde çok güncel olan, Kopenhag Kriterleri hakkında sorular sordu. Bu kriterler nedir? Ülkemiz açısından önemli midir? Çocuklar bu konuyu haberlerde sık sık duymalarına karşın, bu konuda çok şey bilmediklerini fark ettiler. Oysa yine aynı çocuklara ünlü bir sanatçının özel hayatı ile ilgili sorular sorulduğunda, örneğin kızının adı, kiminle evli olduğunu, eşinden ayrılmak üzere olup olmadığı, ayrılma nedenleri, başka ayrıntıları çok iyi bildiklerini, sanatçıyla ilgili soruları kolaylıkla cevaplandıklarını gördüler. Bununla birlikte, Kopenhag Kriterleri, ülkenin geleceği, çocuğun (12-15 yaş grubu) kendi geleceği ile ilgili idi. Sanatçının özel hayatını bilmesi ona hiçbir artı değer kazandırmamıştı. Annesinin ve komşusunun özel yaşamı hakkında konuşmasının dedikoduculuk yapmak olarak değerlendirirken, bir sanatçının özel yaşamını bilmeyi genel kültür sahibi olmanın gerekliliği olarak değerlendiriyorlardı.

Son olarak öğrencilerden, tartışmanın ardından, gruplara ayrılarak bir haber hazırlamaları istendi. Gruplardan biri, havaalanına bağlanan haber programı spikeri başbakanın önemli bir Nato toplantısından döndüğünü ve habercilerin onu karşılamaya hazırlanmalarını duyurdu. Muhabirler başbakana doğru ilerlerken aynı uçakla yurtdışı gezisinden dönen ünlü bir sanatçıyı fark ettiler ve hepsi Başbakanı orada bırakarak sanatçın peşinden gittiler. Bir diğer grup, yaptığı doğaçlamada ABD dışişleri bakanının katıldığı önemli bir toplantı ile ilgili bilgi verirken toplantının içeriğine hiç değinmezken bakanın giyimini, şerefine verilen akşam ye-

“EĞİTİMDE TİYATRO” YÖNTEMLERİYLE MEDTA ELEŞTİRİSİ

meğinde nelerin ikram edildiği gibi haber değerinden çok magazin haberlerine yer vermişti. Grup liderinin genel değerlendirmesinde, ortaya çıkan doğaçlamaların içeriği ile haberler arasında koşutluk kurarak neyin haber olması ya da olmaması üzerinde durarak çalışmayı bitirdi.

REKLAMLAR

Reklamlar üzerinde çalışırken çocukların büyük çoğunluğunun öncelikle dile getirdikleri konu, ürünlerin reklamlarda anlatıldığı kadar kaliteli olmadığı, reklamların çoğu kez abartıp yalan söylemesi oldu. Biz bu çalışma kapsamında bu konuyla ilgilenmediğimizi belirttik. Ürünün anlatılan özelliklere sahip olmaması, ticari etik ile ilgili bir sorun olduğundan, ürünü alan kişi ikinci kez almayarak gereken cezayı zaten verecekti. Bizi ilgilendiren konu, reklamın bu ürünü tanıtırken nasıl bir dil kullandığı, hangi değerleri ön plana çıkardığı idi. Sonuç olarak, iki nokta üzerine durmak gerekiyordu. Birincisi, reklamda görünenin ardında görünmeyen iletinin okunabilmesi; ikincisi ise, bu iletinin barındırdığı anlamlardı.

Öncelikle, çocuklara günlük gazetelerde yer alan çeşitli reklam örnekleri gösterildi. Televizyonda yer alan reklamlardan en çok akıllarında kalan, en çok hoşlarına giden ve kendilerini sınırlendiren reklamlar soruldu. Üstünde anlamlarını bilmedikleri yabancı kelimelerin çok olduğu ürünleri daha çok tercih ettiklerini dile getirdiklerinde, o zaman da kullanılan yabancı kelimelerin anlamları soruldu. LCD ekran nedir? Geliştirilmiş AFL nedir? gibi. Çocuklar, bu sözlerin anlamlarını bilmiyorlardı. Üstelik, bu özelliklerin ürüne ne gibi artı değer kattığını da bilmiyorlardı.

Doğaçlamaya geçildiğinde, gruplara farklı yönergeler verildi. Gruplardan birinden, piyasaya sürecekları hayali bir ürün için reklam hazırlamaları istendi. Bir diğerine var olan reklamlardan birini abartarak oynamaları, üçüncü gruba ise, “karşı reklam” hazırlamaları söylendi. Örneğin televizyonsuz bir hayatın reklamını yapabilecekleri söylendi.

Her üç doğaçlama sonunda, ortaya çıkan ürünler tartışmaya açıldı. İlk doğaçlamada hayali ürün olarak belirlenen soğuk ütü o kadar ilginç ve cazip sözcüklerle tanıtıldı ki reklamın ve yapılan çalışmanın amacına ulaştığı görüldü. Seyirciler arasından bir çocuk, ütülen giysinin yakma riski olmadan ütülenebilmesinin iyi bir özellik olduğunu açıkladı. Aslında çocuk soğuk ütünün yakamayacağı gibi ütölemek gibi bir işlevi de yerine getiremeyeceği gerçeğini gözden kaçırmıştı. Reklamın gücü, ürün işlevinin sorgulanmasının önüne geçerek doğrudan tüketilebilme olasılığını öne çıkarmıştı.

İkinci yönergede bir şampuan reklamında abartının kullanılmasında sıradan bir insanın sırf o şampuanı kullandığı için ilgi gördüğü sergilendi. Doğaçlamanın ilk kısmında, anne kızına öğüt verir, çok önemli olan iş toplantısına gitmeden önce mutlaka X şampuanı kullanması, yoksa kimse onun yüzüne bakmayacağı anlatılır. İkinci kısımda, kız saçını X şampuanla yıkar ve toplantıya gider. Salona girmesiyle tüm insanlar, bir metalin mıknaısına yapışması gibi kızın saçlarına yapışır. Kız, yapması gereken hiçbir işi yapamaz. Çünkü yakın takibinde olan insanlar buna izin vermezler. Kız işten kovulur.

Bir diğer grubun çalışmasında ortaya çıkan doğaçlamada ise, filanca marka elbiseyi ve ayakkabıyı giyen kişi bulunduğu iş yerinde en üst makama getirilir, ama o konuda bilgi ve birikimi olmadığı için hiçbir şey yapamaz, iş yeri batır. Filanca marka giysiler hiçbir işe yaramamıştır.

Üçüncü yönergede ise, reklam silahı kullanılarak karşı reklam oluşturulmuş, örneğin bir televizyon cihazı, bir cep telefonu olmayan bir hayatın reklamı yapılmış, karşı reklam görüntüleri, metinleri ve afişleri oluşturulmuştur. Televizyonsuz bir hayatın aslında çok daha çeşitli olabileceği, çok daha ilginç ve eğlenceli olabileceği gerçeğini çocuklar doğaçlamalarla ortaya koymuşlardır.

SONUÇ

Yukarıda, internetin kütüphaneler dolusu bilgileri büyük bir hızla çalışma masamıza kadar ulaştırabildiğini, televizyonun yine aynı şekilde, tüm dünyayı bir düğme dokunuşuyla odamıza taşıdığını, telefonun ise, her an her yerde herkese ulaşmamızı sağladığını belirtmiştik. Görüldüğü gibi, medya teknolojileri ile kuşatıldığımız dünyada bunları yaşamımızdan çıkartmamız mümkün görünmüyor. Zaten çıkartmamız da gerekmiyor. Ancak, bu teknolojilerden yararlanırken, onları gerektiği gibi kullanmamız araya mesafe koyarak, eleştirel bakışla değerlendirebilmemiz, görünenin ardındaki görünmeyenleri de okuyabilmemiz gerekmektedir.

Böyle bir yaklaşım, “Eğitimde Tiyatro” çalışmasının da hareket noktasını oluşturuyor. Sunulanlar/dayatılanlara, araya mesafe koyarak kuşkuyla bakabilmek, özdeşleşmeden dikkatle okumak gerekiyor.

Sunduğumuz örnek çalışmalar sırasında, çocuklar grup lideriyile birlikte bir bakıma var olan durumu inceleyerek durum değerlendirmesinde bulunuyorlar. Ortaya çıkan sonucu, önce donmuş resimlerle, daha sonra resimleri canlandırarak oyunlar ortaya çıkarıyorlar. Böylece çocuklar tiyatroyu, sahneyi bir laboratuvar gibi kullanma pratiği kazanıyorlar. Çevrelerine bir kez daha bakma fırsatı bulup inceliyor, yolunda gitmeyen durumları fark etme fırsatını yakalıyorlar.

Değişim dönüşüm elbette bugünden yarına gerçekleşemez. Değiştirebilmek için öncelikle fark etmek gerekiyor. “Eğitimde Tiyatro” programlarında yer alan “Çocuklarla Tiyatro Etkinlikleri” bu amaç için bir başlangıç olabilir.

KAYNAKÇA

Esslin, Martin, "TV Beyaz Camın Arkası", Pınar yay. 55, İstanbul, 1991

Kuyumcu, Nihal, "Çocuk Tiyatrosu" Mitoz-Boyut, Tiyatro dizisi, İstanbul, 2000

Medya İzleme Grubu, Mediz, "Medyada Cinsiyetçiliğe Son" Yayına Hazırlayan: Burçin Belge, İstanbul, 2008

Matelski, Marilyn J, "TV haberciliğinde Etik", Yapı Kredi yay. İstanbul, 2000

Postman, Neil "Çocukluğun Yok oluşu" İmge yay. Ankara 1995,

McLuhan, Marshall, "Gutenberg Galaksisi", Yapı Kredi yay. İstanbul, 2001,

Vassaf, Gündüz, "Cehenneme Övgü, gündelik hayatta totalitarizm" Ayrıntı yay. İstanbul, 1997, 7.basım

