

Kitap İncelemesi

Kamular Türkü Söyleyin -George Gerbner'in Yetiştirme Kuramı Bakımından Özgün Araştırmalar-

Ömer Özer

Literatürk Yayınları, 2020, 240 sayfa

Rıdvan CEVHER*

“Kültürel Göstergeler Projesi” kapsamında George Gerbner tarafından geliştirilen “yetiştirme kuramı”nı anlayabilmek açısından 2020’de Literatürk Academia Yayınları tarafından Prof. Dr. Ömer Özer’in *Kamular Türkü Söyleyin* adlı kitabı yayımlandı. Söz konusu eserde Özer, her şeyden önce Gerbner’in yetiştirme kuramına temel olan felsefi zeminin ardında yer alan düşünceleri bizlere aktarmıştır.

Kamular Türkü Söyleyin, iletişim kuramları alanında yetiştirme kuramının gerçekten anlaşılması bakımından var olan boşluğu doldurmuştur. Özer, 2004 yılında bu konuyla ilişkili olan *Yetiştirme Kuramı -Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi-* başlıklı doktora tezini de yayımlamıştır. Ancak son kitabın en özgün noktası, dijitalleşme ile ortaya çıkan sosyal medya platformlarından Twitter ile televizyon haberlerini bir arada ele alarak şiddet boyutunda yetiştirme çözümlemesi yapmış olmasıdır. Bu nedenle, *Kamular Türkü Söyleyin*, farklı, yeni ve özgün bir çalışma olmuştur.

Kitap, toplamda dört bölümden oluşmaktadır. İlk olarak Gerbner’in yetiştirme kuramı bakımından önemli olan düşünceleri bir başlık altında sunulmuştur. Bu açıdan Frankfurt Okulu’nun “kültür endüstrisi” ve Antonio Gramsci’nin “hegemonya” kavramları yetiştirme kuramıyla ilişkili olarak anlatılmıştır. Bu bölümde ayrıca Gerbner’in düşünceleri altı kategoride ele alınmış; onun iletişime bakışı, hikâye anlatmanın önemi, popüler kültür, kitle iletişim araçları ve eğitim, televizyon ve son olarak şiddet kavramına yönelik düşünceleri aktarılmıştır.

Gerbner, “Mass Media and Human Communication Theory” (1967) başlıklı kitap bölümü çalışmasında ‘iletişim’i mesaj sistemleri aracılığıyla gerçekleştirilen sosyal etkileşim ve insanileşme süreci olarak görmektedir. Kitle iletişimin ise kamusal kültürlenmeyi sağlayan ve sosyal ilişkileri yeniden düzenleyen bir biçim olduğunu savunmaktadır. Özer, doktora tezini kitaplaştırdığı eserinde Gerbner’in iletişime yönelik düşüncelerinin kültürel

* Arş. Gör., Gaziantep Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, r.cevher@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7768-7547.

Geliş Tarihi: 29.09.2020

Kabul Tarihi: 30.11.2020

göstergeler projesinin temelini attığını iddia etmektedir. Gerbner, “Communication and Social Environment” (1972) başlıklı makalesinde kitle iletişimi ile her yaşta bireye, her saat yeni hikâyeler sunulduğunu ve egemen imgeler yetiştirildiğini vurgulamaktadır. Bu çalışmada Gerbner, kitle iletişim araçlarını “endüstriyel düzenin kültürel kolu” olarak tanımlamaktadır.

Özer’e göre yetiştirme kuramı bir televizyon ya da şiddet kuramı değildir, tek bir içerik türüne de indirgenmemelidir. Yetiştirme kuramı ‘hikâye anlatma’ kuramıdır. İnsanları anlattığı hikâyeler şekillendirir. Türküler, şarkılar, masallar ve mitler hepsi bireylerin ve çevrenin tek düze inşasında işlevsel araçlardır. Gerbner’a göre endüstri devrimi ile birlikte gelişen iletişim teknolojileri eskiden annelerin, babaların, din adamlarının yüz yüze anlattığı hikâyeleri kitlesel bir biçimde aktarma yeteneğine kavuşmuştur. Televizyon en çok zamanda en çok hikâyeyi anlatmaktadır. Hikâyeler, kültür içerisinde mesaj sistemleri şeklinde dolaşır, sosyal ilişkileri yetiştirir ve düzenler. Gerbner’a göre homo sapiens diğer hayvanlardan ayıran anahtar özellik hikâye dir. Bizler anlattığımız hikâyeleriz, sanat, bilim, din, kanun ve politikalarımız dolaşıma sokulan hikâyeler üzerinden tanımlanır.

Gerbner’a göre ‘televizyon’ her ülkenin kendi dinamikleri ile etkileşim halinde olan ve sabit, ortak öğrenme çevresi yaratmış bir araçtır. Gerbner, televizyonun teknik özellikleri dolayısıyla bir çaba harcamadan dünyaya ilişkin bilgiler verebilmesi, yorulmadan ve sabırla kendi hikâyelerini aktarabilmesi ve enformasyonunun çoğunun eğlence içeriğinden üretilmesinden kaynaklı olarak en güçlü hikâye anlatıcısı olduğunu belirtmiştir. Televizyonu çok seyredenler “televizyon dünyası”nın sembollerine daha fazla maruz kalırlar. Öyle ki televizyon aynı hikâyeleri aynı zamanda çocuklara, ebeveynlerine ve dedelerine-ninelere anlatmaktadır. Aslında bu bir anlamda heterojen nüfusu bir araya getirme işidir. Böylece bu kitleler cinsiyet, ırk ve diğer özelliklerin ortak akımda birleştirildiği bir özellik taşımaktadırlar. Bu durumla beraber kitleler reklamcılara ve sponsorlara satılmaktadır. Televizyon otorite ile bir ilişki içerisinde dir. Gerbner, televizyonu Orta çağ kilisesinin yerini alan bir yapı (elektronik kilise) olarak konumlandırmaktadır. Televizyon anaakımdır, tüm sınıflar ile uyumlu ve hatta ilk kez kültürel elitler ile geniş çoğunluk arasında büyük bir ortak bağ, keskin ifadeyle yeni bir dindir.

Gerbner’in çalışmalarında ‘şiddet’ önemli bir yer tutmuştur. İnsanlık tarihinde kan akışı çok fazla olmasına karşın, şiddet imgeleriyle günümüzdeki kadar karşı karşıya gelme hiç bu kadar yoğun olmamıştır. Şiddet yoğunluklu televizyon programlarını izleme, özellikle azınlıklar üzerinde yayılmacı ve abartılı tehlike, güvensizlik duygusu oluşturmaktadır. Televizyondaki şiddet, gücün ve adaletin kanıtlanması etrafında döner, kimin kime şiddet uyguladığı bize en basit ve kısa yoldan dersi vermektedir. Şiddet, güç ve güç korkusunun dağıtılması kanıtlar. Televizyonu çok seyredenler, şiddete çok maruz kalanlar, dünyayı olduğundan daha tehlikeli bulmaktadır. Korku evrensel bir duygudur, sembolik şiddet ise en ucuz yetiştirme biçimidir. Sembolik şiddete sıkça maruz kalma güvensizlik duygusu yaratmaktadır. Güvensizlik duygusu yaşayan bireyler, güvenlik gereksinimini otoritenin karşılamasını bekler. Böylece sosyal kontrolün sağlanmasında otoritenin tercihleri baskın bir hale gelir. Medya, bu noktada şiddet kültürünün yaratılmasında temel katkı sağlayandır. Medyanın sunduğu şiddetin rolü taklit edilen bir eylem olmaktan çok, izleyicinin kendisini

kurbanla özdeşleştirmesinde etkilidir. Kurban ile kendisini eş gören kadınlar, azınlıklar, yaşlılar sosyal düzenin statükosunun sürmesine karşı çıkmaktan uzak durmaktadırlar.

İkinci bölümde, yetiştirme kuramının temel bileşenlerinin yani kültürel göstergeler projesinin nasıl ortaya çıktığı ve ne gibi süreçlerden geçtiği ve bileşenlerin ne ifade ettiği aktarılmıştır. Kurumsal süreç çözümlemesi, kültürel göstergeler projesinin birinci bileşenidir. Kitle iletişim araçları politikaları, endüstriyel yapılar ve sosyal ilişkilerin genel yapıları, baskılar ve güçten ayrı görülemez. Bu odaklar kitle iletişimini yönlendirir. Sosyal gerçeklik kavramlaştırmasının gerisinde kurumsal sürecin belirleyiciliği vardır. Kitlelesel olarak üretilen mesaj sistemlerinin çözümlemesi öncelikle endüstriyel örgütlenmenin politikaları ve ilişkilerinin incelenmesiyle mümkündür. Kitle iletişimi, kurumsal ve endüstriyel güçler ile aynı zamanda baskıları yansıtır. Ona göre kitle iletişim araçlarının içeriğinin çözülmesi endüstriyel yapı, ortaklıklar, pazar ilişkileri ve sistemin etkileri ve istekleri kavranmasıyla anlamlı bir hal alacaktır. Bu bileşene yönelik Gerbner liderliğindeki Kültürel Göstergeler Grubu'nun bir çözümlemesi yer almamıştır.

Mesaj sistem çözümlemesi projenin ikinci bileşenidir. Mesaj sistem çözümlemesi ile bireysel tercihler ya da seçici izleme değil, toplam çıktı, medyada yer alan toplam içerik ele alınır. Mesajlar üretildikleri sosyal ilişkilerin tarihsel ve somut ifadeleridir. Mesajların anlaşılmasında sosyal ilişkiler ve bağlamlarının sunduğu bakış açısı rol oynar. Mesajlar tüm bu ilişkileri ve bağlamları yeniden üretir. Mesaj sistem çözümlemesi ile yetiştirme çözümlemesine temel olacak sorular ortaya konur. Toplam içerik içerisinde en çok yinelenen, sabit ve sürekli görünür olan imgeler ve semboller mesaj sistem çözümlemesi ile elde edilir. Bu içerikler tüm program türlerinde yer alır. Bu medya içeriklerini çok izleyen ya da takip edenler söz konusu imgelerden kaçınmaz.

Kültürel göstergeler projesinin üçüncü aşamasında ise yetiştirme çözümlemesi yapılmaktadır. Egemen imgeler ile donatılmış mesaj sistemleri medya tarafından yayılır. Televizyonu çok izleyenlerin sosyal gerçeklik kavramlaştırması üzerindeki aracın yetiştirme rolünün ortaya çıkarıldığı bileşen yetiştirme çözümlemesidir. Yetiştirme kuramına göre televizyonu çok izleyenler, medyanın en ortak ve yinelenen mesajlarından yansıyan bir dünya algılamasına sahip olacaktır. Medyayı çok ve uzun süreli izlemenin uzun dönemli ve yavaş değiştirmesi üzerindeki toplam rolü kuram tarafından sorgulanmaktadır. Yetiştirme çözümlemesi ile çok ve az izleyenlerin demografik özellikleri de göz önüne alınarak ortalama yanıtlarındaki farklılıkları ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Bu aşamada ünlü "televizyon yanıtı" önem taşımaktadır.

Üçüncü bölümde, sosyal medya bakımından yetiştirme araştırmaları ve Türkiye'de yetiştirme kuramı bakımından yapılan çalışmalara ilişkin bir literatür değerlendirilmesi yapılmıştır. Literatür kısmı kitabın en önemli aşamalarından biridir. Burada yurtdışında yapılan sosyal medyalı yetiştirme çözümlemelerinin bir dökümü yapılarak değerlendirilmiş ve eksikleri ortaya konmuştur. Yurt içinde yapılan çalışmaların değerlendirmesi okunduğunda ise Türkiye'de belli bir sayıya ulaşıldığı anlaşılmaktadır. Ancak bunlar arasında bazılarının doğru yapıldığı görülmektedir. Özer, bu konuda ayrıntılı değerlendirmeler yapmıştır.

Kitabın uygulama kısmı olan dördüncü bölümde, televizyon ve Twitter'ın yetiştirme rolü birlikte açıklanmış ve yetiştirme kuramı derinlemesine görüşme yöntemiyle/teknikleriyle

yapılan görüşme yoluyla elde edilen verilerin çözümlenmesiyle de desteklenmiştir. Kitapta gerçekleştirilen özgün araştırmanın temel amacı televizyon ve Twitter'ın, insanların dünya algılamaları ve sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına olan katkısını ortaya koymaktır. Televizyon ve Twitter'ı birlikte ele alan özgün araştırma kısmının temel tezi ise, "Türkiye'de Twitter gençler üzerinde yetiştirme rolü oluşturacak bir süredir kullanılmaktadır. Bununla birlikte televizyonun yetiştirme katkısı da halen sürmektedir. Bu yüzden televizyon ve Twitter birlikte ele alınarak araştırma yapılmalıdır" şeklinde kurulmuştur. Yapılan araştırmanın konusu; televizyon ve Twitter'ın yetiştirme kuramı kapsamında incelenmesi ve yetiştirme rolünün sorgulanmasıdır. Araştırmada yöntem olarak televizyon ve Twitter'da mesaj sistem çözümlenmesi yapılmıştır. Buradan elde edilen sorular kapsamında yetiştirme çözümlenmesini temsilen saha araştırması yapılmıştır. Bunlara ek olarak kuram ilk kez görüşme yöntemiyle de açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırma, yetiştirme kuramını açıklayarak diğer araştırmacılar için bir veri sunmaktadır. Yetiştirme kuramı, sosyal medya bağlamında da uygulanması noktasında işlevseldir. Televizyon ve Twitter'dan elde edilen verileri birlikte açıklamaya çalışmaktadır. Araştırma, Türkiye'de yetiştirme kuramının doğru anlaşılması ve uygulanması kaygısıyla hazırlandığından ve Türkiye'deki yetiştirme çalışmalarını ele alması bakımından önemlidir.

Özer, kitabında yetiştirme araştırmalarının sürekli yapılması gerektiğini ve tek bir kişinin yapacağı yetiştirme çözümlenmesinin araştırmacıyı oldukça yoracağını belirtmektedir. Yetiştirme araştırmalarının olmazsa olmazı olan mesaj sistem çözümlenmesinin göz ardı edilmesinin kabul edilemez olduğunu ifade etmiştir. Yetiştirme sürekliliği olan bir olgudur diyen Özer, bu nedenle yetiştirme çözümlenmelerinin de sürekli yapılması gerekliliğinden söz etmiştir. Televizyonu ele alan çalışmaların halen yapılabileceğini ifade eden Özer, ayrıca sosyal medyayı ele alan çalışmaların da yapılmasının mühim bir gereksinim olduğunu belirtmiştir. Sosyal medyayı hem televizyon ile birlikte ele almak gerektiğinden hem de sosyal medya ile yetişmiş yeni kuşaklara yönelik yalnızca sosyal medyadan yetiştikleri varsayımından hareketle araştırmaların yapılmasının zorunluluğundan söz etmiştir.

Kitapta, tüm kitle iletişim araçlarına yönelik geliştirilen yetiştirme kuramının yalnızca televizyon kuramı olarak algılanmasının önüne geçilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, ilk dönemlerinde şiddet temalı araştırmalara yoğunlaşan kuramın bir şiddet kuramı olarak algılanmasına da karşı çıkmıştır. Yetiştirme kuramı bir hikâye anlatma kuramıdır. Yetiştirme kuramını anaakım ya da eleştirel paradigma kapsamında değerlendirmekten çok her iki paradigmadan da beslenen, kuramsal olarak eleştirel, uygulama olarak da anaakım paradigma içerisinde değerlendirmek gerekliliği vurgulanmıştır. Bu bakış açısından kaynaklı olarak Özer, medyaya yönelik 'etki' kavramı yerine 'rol' kavramının kullanımının daha doğru olacağını iddia etmiş ve kitabın son kısmında ise, yeni çalışmalarda yetiştirme kuramının farklı istatistik analizlerle geliştirilmesi gerektiğini önermiştir.