

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SANATIN YAYILMASINDAKİ ROLÜ

Doç. Dr. Naci GÜÇHAN*

Unesco eski genel sekreterlerinden Renè Maheu'nün hoş bir saptaması var: «Artık ebeveynler üçleşti...» diyor, «...ana, baba ve televizyon; sonuncunun etkisi ilk ikisinden hiç de eksik değil, belki de fazla». Tarihte ilk kez karşılaşılan bir olayla yüzyüzeyiz: Ana-babasından çok şey bilen çocuklar dolaşüyor etrafta. Özdeyişlerimizde bile değişiklik yapacağız galiba: Hınk demiş, televizyon tüpünden düşmüş, gibi. Ya da psikoloji kitaplarındaki Oidipus ve Elektra komplekslerine bir de «Televizyon kompleksi» mi ekleyeceğiz?

Durum belki böyle ama, yıllardır tartışageldiğimiz sorunun can alıcı noktası, odağı, sanırım şu anahtar sözcük: **Sorumluluk duygusu**. Yani televizyon (ister Devlet Baba'nın olsun, ister özel) bir anne-babanın çocuklarına karşı duyduğu sorumluluk duygusunu izleyicilerine karşı duyuyor mu? Duyuyorsa gereklerini yerine getiriyor mu? Getiriyorsa nasıl? İnsanın gerçekten insan olduğunun bilincine varma sürecindeki katkısını, payını iyi hesaplamış mı?

Sorular uzayabilir.

Gelişkin bir insanın en mutlu olduğu, «iyi ki yaşıyorum» dediği, yüreğinin coşkuyla dolduğu anlar, gerçek sanat eserleriyle yüzyüze

(*) Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğretim üyesi

gelip, onu duyumsadığı anlardır; biliyoruz bunu. Yani insana yapılabilecek en büyük iyilik, onu sanat eserleriyle yüzyüze getirmek, bunlardan tad alacağı konuma gelmesine yardımcı olmaktır denilebilir. O zaman düz bir mantıkla, kitle iletişim araçları, özellikle TV, sanata ve sanata ilişkin olaylara, yorumlara çok yer vermelidir gibi, kalın çizgili, kimsenin reddedemeyeceği, herkesin kolaylıkla söyleyebileceği (nitekim sık sık söylendiği) bir görüş ileriye sürülür. Ancak, ülkemiz açısından sorunlar bu noktada başlamaktadır. İrdelemeye çalışalım biraz.

Kalite (Nicelik) Sorunu : Ne Kadar?

Sanat eseri ve ondan tad almak «güzel» bir şey. Ancak her güzele ulaşmak gibi, ona da ulaşmak için çaba sarfetmek, yorulmak, belli zorlukları yenmek gerek. Bunların üstesinden gelen bireylerin sayısının görece olarak az olduğu kabul edildiğine göre, talebin de az olduğu varsayılmakta, dolayısıyla tüketicisi minimum gruplar arasında görülmektedir. Bu da, televizyon kanallarının, gazetelerin, dergilerin, hatta radyoların ticari kaygularıyla çalışmaktadır. Bu çelişkinin keskinliği, akıllı, bilinçli bir yayın politikasıyla yontulabilir, yumuşatılabilir düşüncesindeyim. «Entel takılmak» gibi garabet bir deyişin dilimize yerleşmesinden hemen tüm aydınların rahatsızlık duyduğuna eminim. İnsanlar kendilerine neyin gerekli olduğunun farkında olmayabilir. Onlara göre bunun farkına varmalarını sağlayıcı politikalar geliştirilmesinde, sanatın ekmeğe, su gibi gerekli olduğu düşüncesinin yerleştirilmesinde kitle iletişim araçlarının önemli rolü kuşkusuzdur. Böyle bir yayın politikası geliştirilirken yapılacak düzenlemelerin, izleyici-okuyucu kitlesinin sayısını düşüreceğini öne sürebilir miyiz? Sanmıyorum. Çünkü bunlar kitlenin ilgisini, beğenisini çeken bir dolu programın, yazının, çizimin içine rahatlıkla yerleştirilebilir, bütünleştirilebilir. Bu da bizi nasıl yapacağımıza, başka deyişle kalite sorununa getiriyor.

Kalite (Nicelik) Sorunu : Nasıl?

Medyadaki her aracın kendine özgü karakteristiği, yapabilirlikleri var. Gazetede bir orkestra şefini ve seslendireceği parçayı tanıtır, dergide konserin ayrıntılı yorumunu ve eleştirisini yapıp, radyoda dinletebilirsiniz. Yine basılı bir materyalde bir film yönetmenin eserini yapısalcı çözümleyebilirsiniz ama televizyon ya da sinemada kendisini izlettirebilirsiniz. Genellikle bu durumlarda yapı-

lan şey, örneğin bir resim sergisini tanıtırken, kamera bir pan (çevrinme) hareketi yaparak sergiyi tarar, bir-iki resimden yakın çekimle sorun «halledilir». Bırakalım onu, oldukça yaygın bir izleyicisi olan Klasik Türk Müziği'nin sunuluşu nasıldır? Bir sanatçı, arkada saz heyeti, yanıp sönen acayip birtakım ampuller, bir-iki basamaklık bir dekor ve bir o kameraya, bir bu kameraya geçme. Şimdi bütün bunlar ne için yapılmaktadır? İnsanlarda duyarlılık yaratmak, bedii zevkler üretmek, kendisini daha gelişkin kılmasına yardımcı olmak için. Peki bu iş bu kadar kolay mıdır? Yani televizyonun dilinden, zenaatından biraz anlayan herkes bunu yapabilir mi? Yoksa yaparsa böyle mi olur? Şöyle bir aforizmaya ne dersiniz : Ahmet Hamdi Tanpınar'ın **Huzur** ve **Saatleri Ayarlama Enstitüsü** romanlarını okumayanlar, ressam Şevket Dağ ile Nazmi Ziya'nın resimlerindeki içerik ve renk armonisi konusunda beş dakika konuşamayanlar Klasik Türk Müziği programlarının yapımcı ya da yönetmenliğine aday olamazlar. Ya da evinde Wagner ve Beethoven'in senfonileri olmayanlar radyo, televizyon ya da gazetede Oktay Rifat'ı, Zühtü Müridoğlu'nu, Muhsin Ertuğrul'u anma programları yapamazlar. Çünkü tersi olunca, Atatürk'ün o güzelim deyişi akla geliyor : Ehven-i Şer, şerlerin en şerridir.

Kısacası bu «nasıl»ın yanıtı, kullanılan aracın özelliklerine hakimiyetle, bireysel donanım ve yeteneklerin pekiştirilmesinde, uyumunda yatmaktadır, diyebiliriz herhalde.

Kültürel Ortamların Bütünlüğü Sorunu

İnsan çevresinin ürünü, kültürel bir mahluk. Çevresinin ürünü ama, kendisini yaratan o çevreyi değiştirebiliyor da. (Zaten sosyolojinin de temel problemiği bu). Dolayısıyla kendisini ortaya çıkaran tüm kültürel ortamların, özellikle de kitle iletişim ortamlarının payı var bunda. Şöyle bir yanlışlığa düşmememizi öneriyor iletişimciler: Televizyon tek başına çok etkili olur; gazeteler tek başlarına çok etkilidirler; hayır. Bir örnek vermeye çalışalım. Sanat kelimesinin özünde, kavram olarak yatan, evrenselliktir. Yani bir sanat eseri tüm insanlığın anlayacağı bir bağlıştır; sanatçının dili de tüm insanların anlayacağı bir dildir. Oysa günlük hayatımızda dikkat edince görüyoruz ki, çok ilgisiz, evrensel dille uzaktan yakından alakası olmayan kişilere de sanatçı deniliyor; toplumun büyük bir kesimi de bunu kabullenmiş görünüyor. Şimdi, eline aldığı gazete, dergide, kimi zaman bir televizyon programında yarıçıplak görünen bir hanımı sanatçı, icrasını sanat olarak okuyan, dinleyen ki-

şiyeye siz başka bir araç ya da yöntemle işin aslını söylerseniz, bir kavram kargaşası doğacak; hangi ortam (ları) nın etkili olduğuna karar vermede güçlük çekeceksinizdir.

Dolayısıyla sanatın yayılmasında, benimsetilmesinde kitle iletişim ortamlarının hepsinde bir bütünlük, tutarlılık, politikalarda bir uyum ya da paralellik olması gereklidir. Böyle topyekün bir tavır yararlı sonuçlar doğurabilir.

Son yıllarda bir görüş, bir argüman daha ortaya atıldı. Tekniğin gelişmesiyle çoğaltılabilen, yeniden üretilen (=reproduce) sanat eserleri, kitlelere ulaştırıldıkça, yoğunluklarından, anlamlarından birşeyler yitiriyor, giderek bir meta, bir mal halini alıyor diyor. Bir eserin orijinaliyle, yeniden üretilmişisi arasında elbette fark vardır ama bu, onları, iletişim araçlarıyla insanlarda duyarlılık yaratmaya çalışmak gibi bir amaç uğruna kullanmada vazgeçirtecek neden gibi görünmemektedir; giderek ülkemiz açısından oldukça lüks bir argüman gibi görünmektedir. Unutmayalım ki herşeyde olduğu gibi teknoloji de insan içindir. Teknoloji-sanat ilişkisinin tartışılması, doğru uygulandığı takdirde, bize ufuk açıcı öneriler üretecektir.

Sözünü edegeldiğimiz konuların, sorunların çözümünde birçok görüş ileriye sürülebilir, öneriler getirebilir. Ancak ben bu konuda atılması gerekli en ivedi adımın kitle iletişim araçlarında çalışacak personeli yetiştiren kurumları, bunların eğitimlerini ve halen faaliyette bulunan kuruluşların hizmet-içi eğitimlerini ciddiye, hem de çok ciddiye almaları ve alınmaları gerektiğine inanıyorum. Jean-Paul Sartre'ı 18.yüzyıl filozofu, Sürrealizmi fizikte bir kanun, John Ford'u ABD devlet adamı zanneden kişilerle (bunlar iletişim eğitimi veren değişik okullardaki kişilerin bilgileridir) üstesinden gelinemeyecek bir iştir. Çünkü önünde sonunda bu eğitimi görenler kontrol edeceklerdir bu araçları; bu insanlar yaratmaya çalışacaklardır sanatsal duyarlılıkları. Önemli olan bu konuda bir gelenek yaratmak ve geleneğin içindeki bireysel yeteneklerin kendilerini ortaya çıkarabilmeleri için ortam oluşturmaktır. Bu da yalnızca iletişim araçlarının nasıl kullanılacağı öğretilen insanlarla değil, sorumluluk duygusu gelişkin, bu duygunun gereklerini yerine getirebilecek donatımlı; dünya şiirinden, müziğinden, resminden, en son bilimsel buluşlara dek şiddetle merak duyan, araştıran; bir anlamda çağının tanığı olabilmek için didinen insanlar yetiştirebilmekle mümkündür. Bu insanlar sektörde istihdam edildikçe, bilgi ve yeteneklerini ortaya koymaları engellenmedikçe, kitle iletişim araçları bu konudaki gerçek işlevlerini yerine getirebilecektir sanıyorum.

Bu konuda geleceğe iyimser baktığımı da belirtmek isterim. Mesleğimiz gereği gözlemleyebiliyoruz. Gençler yine kitap okumaya başladılar, sanatsal etkinlikler dolup taşıyor, bu konulardaki açlıklarını dile getirip, taleplerde bulunuyorlar. Sektör, «okullu»ları aramaya başladı; öğrencilerimizin güzel şeyler üretebildiklerine tanık oluyoruz. Ülkemizde özellikle yüzyılın son çeyreğinde yaşanan kaotik ortamdan sıyrılıp, 21.yüzyıla çok daha kendini aşmış, yetişmiş insangücüyle gireceğine ilişkin iyimserliğini koruyor, sanatın toplumun çok değişik katmanlarında ilgi odağı olacağına inanıyorum. Kitle iletişim araçları da bu konuda üstüne düşeni kuşkusuz yerine getirecektir; çünkü ünlü Yugoslav düşünür Miroslav Kırlija'nın da dediği gibi :

«Sanatla şaka etmeye gelmez; çünkü o, herşeyden önce bir sorumluluk duygusudur».