

RAYMOND WILLIAMS'IN TELEVİZYON TEORİSİ

Rıdvan Şentürk*

ÖZET

Televizyon günümüzün hâkim zevk kültürünü, hayat tarzını biçimleyen ve toplumsal iletişime etkiyen en önemli araçlardan biridir. Belirli alanlara özgü kanalların çoğalması, dijital televizyonun toplumsal algı alanını internetle paylaşmak zorunda kalması dolayısıyla toplumun varoluş tarzını belirleme gücü bakımından televizyonun etkisinin azaldığını söylemek mümkün gözükse de, toplumsal algının ve iletişimin çeşitlenmesi ve parçalanması tecrübe edilmektedir. Fakat bütün bu çeşitlenme ve parçalanmaya rağmen, televizyon görüntülerinin içeriğinin diğer medya araçlarına nispetle daha sürekli ve sıkça tekrar edilerek toplumsal algıya aktarılması önemini koruduğunu göstermektedir. İlk bakışta televizyonun toplumun karmaşık yapısını seyircinin bakışına sunduğu kabul edilse bile, bu durum başka bir sorun oluşturmaktadır. Zira böylece toplumsal hayatın farklı yönleri ve değişik alanları sürekli artan bir oranda medyatikleşmekte ve gerçeklik iletişimsel kodların ve gösterge sistemlerinin medyatik ağına dönüşmektedir. Televizyon, seyirciyi kendine bağlamak için sürekli yeni konular ve gösterim biçimleri peşinde koşarken, yalnızca toplumsal algının yerleşik biçimlerini ve normlarını değil, aynı zamanda kültürel ve etik kabulleri de değiştirmekte, yıkmakta ve dönüştürmektedir. İşte bu yüzden, Raymond Williams gibi teorisyenler, televizyonun gösterim ve anlatım tekniği kadar program içeriklerinin de toplumsal algıya yönelik şuur-dışı etkilerinin olabileceğini ve değerleri dönüştürebileceğini düşünmektedirler.

Anahtar sözcükler: Televizyon, toplum, algı, iletişim, değer

RAYMOND WILLIAMS' THEORY ON TELEVISION

ABSTRACT

Television is one of the most important instruments that shape the contemporary dominant culture of taste and the lifestyle and also affect social communication. Although it seems possible to claim that the influence of television has decreased from the point of its power to determine the way of existence of the society due to the facts that those channels peculiar to certain fields have increased and that the digital television is to share the field of social perception with the Internet, the diversification and disintegration of the social perception and communication are being experienced. Nevertheless, in spite of all the diversifications and disintegrations, it seems that the transmission of the content of images on the tv screen to the social perception, by their being repeated more continuously and frequently than the other means of mass media, shows that it still preserves its importance. Although it is accepted at the first glance that television presents the complicated structure of the society to the view of the spectators, this situation forms another problem, for the different aspects and various domains of the social life become subject to the mass media at an ever-increasing rate, and the reality is being transformed into a mediatic network of communicative codes and sign systems. While television continuously seeks for new issues and forms of visual displays in order to draw the interest of spectators to itself, it changes, demolishes and transforms not only the current forms and norms of the social perception but also the cultural and ethical acceptances. It is for this very reason that such theoreticians as Raymond Williams contemplate that not only the projection and narration techniques of television but also the contents of the programs thereof may have unconscious influences on the social perception and transform values.

Keywords: Television, society, perception, communication, value

* Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi

GİRİŞ

Medya teorileri, özellikle film teorileri Fransa ve Almanya kaynaklı olarak geliştirilirken, televizyon teorileri öncelikle medya eleştirisi çerçevesinde Amerika ve İngiltere'de oluşmuş ve biçimlenmiştir. Fakat bu tespit, televizyon programlarının çeşitli türlerine ilişkin yapılan eleştiriler için değil, televizyonun medya olarak bütününe değerlendirmeye alan teoriler için geçerlidir. Yoksa televizyon yayınlarının belirli türlerine ve programlarına yönelik eleştirilere hem Avrupa'da hem de Amerika'da çokça rastlamak her zaman mümkün olmuştur. Bunlar arasında ilk bilimsel yaklaşımlar olarak O. E. Dunlap'ın "Understanding Television (New York 1948)", George Everson'un "The Story of Television (New York 1949)", Paul Rotha'nın "Television in the Making (London 1956)" adlı çalışmaları dikkat çekmektedir.

Ancak, bütün bir medyum olarak televizyon hakkında geliştirilen teorilerin ansızın ortaya çıkmadığını, yapılan bazı önemli çalışmaların bu teorilere zemin hazırladığını belirtmemiz gerekmektedir. Bu bağlamda Roland Barthes'ın günlük hayatın mitleri üzerine geliştirdiği teorileri, Umberto Eco'nun popüler kültür analizleri ve genel olarak İngiltere'de yaygınlaşan kültürel araştırmaları tecridi olarak daha sonra geliştirilebilecek medya teorileri için söylemsel bir iklim hazırlamıştır. Hatta denilebilir ki bu birikim İngiltere ve Amerika dışındaki bilimsel çalışmaların dahi dikkatini üzerine çekebilecek zenginlikte nispeten sağlam teorik bir zemin oluşturmuştur. Nitekim Almanya'da bu çalışmalardan, özellikle de Barthes'ın mit analizlerinden etkilenen Helmut Kreuzer, hazırlanan bu teorik zemini edebiyat alanına genişleterek edebiyat ve medya arasındaki ilişkileri incelemiş ve bu çerçevede "Trivalliteratur und Medienkunde (1972) /Ucuz Edebiyat ve Medya Bilimi" ve "Fernsehen als Gegenstand der Literatur- wissenschaft (1975)/Edebiyat Biliminin Nesnesi Televizyon" adlı çalışmalar yapmıştır.

Televizyonu kendine özgü bir medya olarak bütünüyle ele alan teorisini oluşturma konusunda ilk önemli çıkışı M. McLuhan "Understanding Media" adlı eseriyle yapmıştır. McLuhan, televizyonun kitlesel anlamda yaygınlaştığı ve Amerika'da günlük hayatın akışını belir-

lemeye başladığı 1960'lı yıllarda kaleme aldığı bu eserinde, program içeriklerinden çok televizyonun teknik işlevselliği ve yapısı üzerinde durmuş, mesajı aracın kendisiyle özdeşleştirerek, televizyon ve diğer elektronik araçların insanın merkezi sinir sistemini genişlettiğini ileri sürmüştür. (McLuhan 1965: 22-32)

Goodwin ve Whannel'in pek yerinde tespit ettiği gibi, McLuhan'ın çalışmalarından kısa bir süre sonra, 1970'li yıllarda İngiltere'de, özellikle Birmingham Üniversitesi'nin Centre for Contemporary Cultural Studies'de, Roland Barthes'ın mitoloji eleştirileri ve Louis Althusser'in sol görüşlü yapısalcı yaklaşımlarının etkisi altında kalan medya tartışmaları önem arz etmektedir. Bu merkezin başında Richard Hoggart ve sonra önemli teorisyenlerden Stuart Hall'ın bulunduğu ve çıkardıkları "Working Papers in Cultural Studies" dergisinde başlatılan teorik tartışmalara Umberto Eco'nun da makaleleriyle katkıda bulunduğu vurgulanması gerekmektedir. (Goodwin ve Whannel 1990: 3)

Medya ve özellikle televizyon teorilerinin kronolojik sürecinde McLuhan'dan sonra gelen ve sesini 1970'li yıllarda duyuran Raymond Williams, program, bir başka deyişle metin teorileriyle toplumsal-eleştirel bakış açılarını bütünlüştürmeye çalıştığı "Television. Technology and Cultural Form" adlı eseriyle önemli bir yer işgal etmektedir.

Bu çalışma, netice itibarıyla Türkiye'de pek yetersiz olan televizyon araştırmaları ve tartışmalarına zemin teşkil edebilecek önemli teorisyenlerden biri olan Williams'ın televizyon hakkındaki düşüncelerinin araştırılıp netleştirilerek teorik tartışmalara katkı sağlamaktadır.

Bu amaçla yöntem olarak, Williams'ın televizyon teorisinin tarihi süreç içindeki yerinin belirlenebilmesi için, öncelikle teorik arka planın değerlendirilmesi, kendinden önceki teorisyenlerle karşılaştırılarak farklı ve benzer yanlarının ortaya çıkarılması benimsenmiştir. İzlenecek olan bu yöntemle Williams'ın televizyon teorisinin özgünlüğünü ifade edecek karakteristik özellikleri belirlenmekte ve oldukça karmaşık bir yapı arz eden televizyonu kendine özgü bir medyum olarak bütünüyle açıklayabilme zorluğu karşısında ortaya çıkan eksiklik ve zayıflıklar vurgulanmaktadır.

1. TEORİK ARKA PLAN

McLuhan'ın teknik kültürü ve teknolojik yapının işlevselliğini öne çıkaran teorik çalışmaları beklendiği gibi karşılıksız kalmadı. McLuhan'ın özellikle insan-makine bağıntısı (McLuhan 1965: 46) İngiliz medya araştırmacısı Raymond Williams tarafından indirgemeci ve tarih dışı olarak bulundu ve eleştirildi. (Williams 1974: 128)

Williams daha önce, 1958 yılında İngiliz kültür tarihi alanında "Culture and Society 1780-1950) adıyla bir araştırma yayımlamıştı. Richard Hoggart ile birlikte Williams daha sonra Cultural Studies Approach olarak ünlenecek olan bir araştırma süreci başlattı. Bütün bu çalışmalar O'nun, McLuhan'ın aksine biçimselci bir anlayışın değil, bilakis sosyalist bir düşünür olarak İngiliz kültür eleştirisi ve felsefe geleneğinden geldiğini göstermektedir. Nitekim McLuhan, içerik analizlerine yönelmiş olan Amerikan iletişim araştırmalarını eleştiren bir tavır sergilerken, Williams gelenekselleşmiş İngiliz sosyal ve edebiyat bilimleri, özellikle eleştirisi ile hesaplamak suretiyle kendine özgü bir kültür kavramı geliştirmeye çalışmıştır. Bu bağlamda Williams'ın televizyon teorisi modelinin, McLuhan'ın medya modeli ve biçimselliğinin karşıtı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Raymond Williams'ın sahip olduğu ve kendisinden hareket ettiği geleneğin daha iyi anlaşılması için, Cultural Studies Approach tarafından biçimlenen kültür kavramının köklerine inilmesi gerekmektedir. Zira İngiltere kaynaklı medya teorisi araştırmaları aynı zamanda on yılı aşkın bir süre boyunca Avrupa'daki önemli medya teorisi çalışmalarını da etkilemiştir.

Simon During'in pek güzel özetlediği gibi, Raymond Williams'ın işlediği kültür kavramı ve medya modeli esasen Cultural Studies Approach teorisyenlerinin Leavis Hareketi ile tartışma sürecine girmesi sonucunda oluşmuştur. Leavis Hareketi, Cambridge Üniversitesi'nde edebiyat profesörü olarak görev yapan Frank Raymond Leavis'in etrafında oluşan gruplaşmadan meydana gelmiştir.

Leavis taraftarlarının hareketi, 1950'li yıllarda Leavis'in eğitimin nasıl olması gerektiği konu-

sunda sahip olduğu görüşlerin benimsenmesi ve hararetle savunularak işlenmesi ile 1950'li yıllarda sesini duyurmaya başlamıştır. Hareket, iyi bir eğitim için, tam bir araştırmancının ve sıkı okumanın (close reading), İngiliz edebiyatının esaslı biçimde öğrenilmesinin zorunlu olduğunu savunuyor ve edebiyatın, her türlü eleştirel olmaya yönelik eğitimin çekirdeğini oluşturduğunu ileri sürüyordu. Hareket ayrıca edebiyatın pedagojik işlevinin yanında, kendine özgü bir kültür anlayışı öngörüyordu: Hareket, Virginia Woolf ve James Joyce gibi yazarları halktan kopuk seçkinler olarak etiketleyerek bir tarafa itiyor ve yalnızca büyük klasikler olarak adlandırdığı Jane Austen veya George Eliot gibi isimler üzerinde yoğunlaşması gerektiğini savunuyordu. Hareket ayrıca, Leavis'in görüşleri doğrultusunda, reklâm ve zevksiz duygusal taleplerle ufku karartılmış olan kitle kültürünü de dışlıyor ve bunun 'büyük geleneğin kültürü' ile uyuşmayacağını ileri sürüyordu. Cultural Studies Approach, Leavis Hareketi'nin bu kültür anlayışından hareket etmek, özellikle alttüküklerin kültürü kavramını genişletmek suretiyle kendini zenginleştirerek ayrı bir teorik araştırmalar süreci başlatmış oldu (During 1987:1-3).

Bir süre Cultural Studies Approach'in yöneticiliğinde bulunan Richard Hoggart "The Uses of Literacy" adlı eserinde okumayı veya diğer kültürel etkinlikleri toplumsal pratik olarak kavırıyor ve değerlendiriyor. Hoggart kitabında geleneksel işçi kültürüne yaklaşımda bulunuyor ve aynı zamanda eğlendiren kitle kültürünü (popüler müziği, sinemayı, radyoyu, televizyonu), Adorno ve Horkheimer gibi, kültür endüstrisi olarak eleştiriyor:

"Özellikle son birkaç on yıldır çok çeşitli malzemenin eğlence amaçlı tüketiminde artış gözlenmektedir. [...] Fakat bazı alanlarda bu artış kararlılık arz etmektedir. Bu kararlılık, daha önce var olan tatmin olmamış arzuların ihtiyacı dolayısıyla değil, daha çok eğlenceyi sunanların daha güçlü ikna çabalarından kaynaklanmaktadır" (Hoggart 1957: 331).

Sonuç itibarıyla Hoggart, During'in tespit ettiği gibi, Leavis'in iki kültür anlayışını popüler kültüre uygulayarak, bar ve klüp şarkıcılığını içeren 'iyi' popüler kültürü, otomatik plakları ve magazin dergilerini içeren 'kötü' popüler kültürden ayırt etmektedir. Ne ki O böylelikle

çelişkili bir biçimde, bir yandan teorisini 1950'li yılların ekonomik kalkınma atılımıyla kırılmalı geleneksel işçi kültürü üzerine kurarken, öte yandan popüler kültür tarafından toplumun alt tabakaları için temin edilen zevk ve sefayı reddediyordu (During 1987: 3-4).

Kültürel araştırmaları kısa sürede popülerlik kazanan Hogart, Birmingham'da Centre of Contemporary Cultural Studies /Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi'ni kurdu ve 1963 ile 1973 yılları arasında yönetti. Leavis ve Hogart'ta karşılaştığımız bu iki-kültür kavramını Umberto Eco 1964 yılında şöyle özetliyordu:

“Kitle kültürü, kitleler devlet için sorumluluğu paylaşmış başaktörler olarak, toplumsal davranış alanına girdiklerinde ve tarihin merkezi koordinatlarından biri olduklarında meydana gelir. Bu kitleler bazen, kendilerine özgü bir değerler ve inanç sistemini kabul ettirdiler, farklı dönemlerde özel taleplerini elde ettiler, kendilerine ait bir dil geliştirdiler ve bunu etrafa yaydılar. Kısaca onlar aşağıdan yukarı doğru projelerini sivilizasyona katarak geçerli kıldılar. Fakat çelişkili bir biçimde, onların eğlenme, düşünme, hayal kurma biçim ve tarzları asla aşağıdan gelmemektedir; bunlar onlara hüküm süren sınıfın kodlarına göre inşa edilmiş mesaj olarak iletilmekte ve sunulmaktadır. Demek ki burada benzersiz bir durumla karşı karşıyayız: işçi sınıfın kendi bağımsız ifadesi olarak kabul ettiği orta sınıf kültürü modellerini tükettiği bir kitle kültürüyle. Orta sınıf kültürü ise kendince kitle kültüründe bir ‘subkültür/alt-kültür’ tespit etmekte, fakat kitle kültürünün şablonunun esasen ‘yüksek’ bir kültüre ait olduğunun farkına varmamaktadır” (Eco 1984: 30).

Ayrıca, spor, pop müzik, film ve televizyon gibi ilgi alanlarında oluşan popüler kültürün bütün olarak geleneksel işçi sınıfından daha geniş bir kitleyi kapsadığı, söz konusu kültürün tüketilmesi bağlamında sınıflar arası sınırların görünürde kalktığı gözlenmektedir.

Hogart'ın çalışmalarını yayınladığı yıllarda Raymond Williams da kültür tarihi üzerine yazdığı kitabı “Culture and Society 1780-1950”yi okuruna sunarak, yüksek kültürün diğer kültürel fenomenlerden ayrı tutulmasını eleştirdi. Williams bu çalışmasında kültürel ürünleri toplumsal pratiğin bir neticesi olarak

görmekte, fakat aynı zamanda, elit kültürün kendine özgü enerjisini, çekiciliğini ve gücünü endüstrileşme sürecinin bir sonucu olan bu ayrışma sayesinde kazandığını itiraf etmektedir (Williams 1983: 232-241).

Aynı dönemde, yine During'in ifade ettiği gibi 1964'lü yıllara gelindiğinde Stuart Hall eleştirel popüler kültür ve televizyon araştırmaları yapıyor ve Paddy Whannel ile birlikte film ve yazı klasik sanat kavramını genişleten biçimler olarak ele alırken rock müziği ve televizyonu sanatsal kültür biçimleri olarak kabul etmeyen “The Popular Arts” adlı çalışmasını yayınlıyordu (During 1987: 5).

Roland Barthes'in mitler üzerine teorileri, Umberto Eco'nun popüler kültür analizleri ve İngiltere'deki kültürel araştırmalar zamanla televizyon üzerine bilimsel bakışım dikkatini çekecek kadar sağlam söylemsel bir zemin oluşturdu.

Netice itibarıyla, televizyonun hiç değilse bile kültürel değerler ve normlar aktaran, davranışları standardize eden ve yönlendirici modeller oluşturan bir medyum olarak irdelenmesi ve eleştirilmesi gerektiği İngiltere ve Amerika gibi ülkelerin dışında da kabul görmeye başladı.

Cultural Studies Approach Stuart Hall'in önderliğinde 70'li yıllarda medya analizlerini daha çok semiyotik düzlemde geliştirmeye başladı. Daha sonra R. Barthes'in ancak 70'li yıllarda İngilizceye tercüme edilen “Mythologies” adlı eseri popüler mitlerin ideolojik eleştirisi için temel bir metin olarak algılandı. Bu arada yine daha yeni anlaşılmaya başlamış olan Louis Althusser'in ideoloji kavramı da genç medya teorisyenlerinin ve eleştirmenlerinin pusulası haline geldi. Özellikle Althusser'in kapitalist devletin bir ajansı olarak değil de, bireylere kendini dikte eden, başka yollara sapanları ve farklı kültürleri kendi içinde eriten bir sistem olarak tanımladığı ideoloji kavramı, (Althusser 1968: 181) Stuart Hall ve John Fiske tarafından 80'li yıllarda ‘egemen ideoloji’ konsepti olarak benimsendi ve işlenmeye başlandı.

Fakat aynı yıllarda yine çoğul biçimde yapılmış toplumların postmodern anlayışı yaygınlık kazanmaya, post-yapısalcılığın önemli isimlerinden De Certeau ve Foucault gibi düşü-

nürler etkin olmaya başlamış ve söz konusu kültürel araştırmalar bu yönelişle birleşmiştir. Nitekim post-yapısalcılığın etkisi altında yapılan araştırmalarda bölünmüş ve atomize edilmiş toplum kavramlarının öne çıkmaya başladığı, cinsiyet araştırmalarının ve dönem eleştirilerinin yapıldığı gözlenmektedir. Stuart Hall'ın yayınladığı "The Hard Road to Renewal: Thatcherism and The Crisis of the left, London, 1988" çalışması bu durumu yansıtan tipik bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim Hall bu çalışmasında tek bir akla, tek bir ilgi kümesine, tek bir projeye sahip olan sosyalist insanın öldüğünü ilan etmektedir (Hall 1988: 169-170).

İngiliz kültür eleştirisi ve felsefe geleneğinden ve daha sonra Fransız post-yapısalcılığından beslenen Cultural Studies Approach'ın entelektüel çevrede oluşturduğu iklimde medya teorisini olarak yetişen en önemli isimlerden biri, 1980'li yıllarda adını "The Nationwide Audience" kitabıyla duyuran David Morley ve şüphesiz Raymond Williams'dır.

2. TEKNİK KÜLTÜR VE GELENEK

Raymond Williams'ın televizyon araştırmalarının hareket noktasını, McLuhan'ın soyut ve biçimsel insan-makine bağıntısı, algı ve algı tekniği üzerine kurulmuş televizyon konseptiyle hesaplaşması oluşturmaktadır. Williams'ın ifadelerinden kolaylıkla, O'nun biçimselcilğe ve esasen soyut düşünceye uzak olan ampirik İngiliz geleneğine uygun bir kültür ve teknik tanımlaması yapma çabası içinde olduğu anlaşılmaktadır:

"McLuhan'ın öncelikli taleplerinin başında, görünürde dikkatini üzerine yoğunlaştırdığı medyanın kendine özgülüğü gelmektedir: konuşma, basılı metin, radyo, televizyon vesaire. Fakat O'nun eserinde, bütün formalist gelenekte olduğu gibi, medya asla gerçekten bir pratik olarak görülmemiştir. Her özgün pratik, keyfi olarak kararlaştırılmış psişik fonksiyon tarafından içerilmektedir" (Williams 1974: 128).

Medyayı toplumsal bir pratik olarak kavramanın ampirik düşünce geleneğinden gelen Williams için anlamı şudur: Toplumsal pratikler yalnızca tarihsel ve toplumsal bağlamda anlaşılabilirler kültürel biçimlerdir, farklı bir deyişle

görünüş biçimleridir. Kültürel gelişme, televizyonda toplumsal kurumlar ve teknoloji ile keşşmektedir.

Williams'ın televizyon teorisi modeli üç ilkesel boyut içermektedir:

- 1- Televizyon ve toplum-teknoloji ilişkisi
- 2- Televizyonun toplumsal tarihini teknoloji tarihi olarak irdelemek
- 3- Televizyon teknolojisinin kullanımının toplumsal tarihi (Williams 1974: 10).

Teknoloji ve toplumun karmaşık ilişkisini gösterebilmek için Williams, hem Cultural Studies Approach'ın temel felsefesi için örnek teşkil eden, hem de McLuhan'ın öncülük ettiği tekniğe nispetle oluşturulan medya teorisinin toplum tarihi bağlamında boyutlandırılmasını gösteren dokuz tez ileri sürmektedir.

Williams tezlerinde oldukça retorik bir tarzda, televizyonun tabiat bilimleri ve teknik araştırmaların bir ürünü olduğu tezini tekrarlamaktadır. Böylelikle Williams esasen, bilimin toplumdaki ayrıştırdığını ve neticelerinin öncelikle ticari anlamda kullanıldığını vurgulamak istemektedir:

"1- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmalar dolayısıyla icat edilmiştir. Televizyonun gücü *enformasyon ve eğlence medyumu* olarak o kadar büyüdü ki, bütün daha önceki enformasyon ve eğlence medyalarını değişikliğe uğrattı.

2- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmalar dolayısıyla icat edilmiştir. Televizyonun gücü *sosyal iletişim medyumu* olarak o kadar büyüdü ki, toplumsal kurumlarımızın ve toplumsal ilişkilerimizin çoğunu değişikliğe uğrattı.

3- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmalar dolayısıyla icat edilmiştir. Televizyon ve onun karakteristik özellikleri elektronik bir medyum olarak temel *gerçeklik algularımızı* ve böylelikle birbirimizle ve dünyayla olan ilişkimizi değişikliğe uğrattı.

4- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmalar dolayısıyla icat edilmiştir. Güçlü bir iletişim ve eğlence medyumu olarak televizyon, dönüşümün diğer faktörlerine, örneğin yeni teknolojik buluşlara bağımlı olarak sürekli artan fiziki

hareketliliğe eşlik etti ve toplumlarımızın biçim ve ölçüsünü değişikliğe uğrattı.

5- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmalar dolayısıyla icat edilmiş ve kendisini eğlence ve enformasyon aracı olarak geliştirmiştir. Bu sebeple diğer, sadece anlamı ve varlığını sürdürdürebilme kapasitesi itibarıyla değil, aynı zamanda ailevi, kültürel ve toplumsal hayatın merkezi süreçleri olmaları itibarıyla de zayıflayan eğlence ve enformasyon araçları üzerinde önceden kestirilemeyen sonuçlar doğurmuştur.

6- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmalar dolayısıyla bir imkân olarak icat edilmiş ve toplumun yeni bir biçiminin özellikle merkezileştirilmiş eğlence, kanaat ve davranış tarzları oluşturulmasına yönelik ihtiyaçlarını geliştirmenin ve bu alanda yapılabilecek yatırımların nesnesi olmuştur.

7- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmalar dolayısıyla bir imkân olarak icat edilmiş ve özel tüketim ekonomisinin yeni ve kazançlı aşaması için yatırım ve promosyon aracı olmuştur. Nitekim daha sonra televizyon evin tipik eşyalarından biri haline gelmiştir.

8- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmaların bir neticesi olarak mevcut olmuştur. Karakteristik özelliklerine ve kullanılış biçimlerine göre televizyon, potansiyel olarak hep mevcut olan pasifliğin, kültürel ve psikolojik yetersizliğin unsurlarını suiistimal etmiş ve ilk defa televizyon tarafından ortaya çıkarılıp organize edilebilecek şekilde güçlendirmiştir.

9- Televizyon, bilimsel ve teknik araştırmaların bir neticesi olarak mevcut olmuştur. Karakteristik özellikleri ve kullanımı itibarıyla televizyon, yeni, daha kapsamlı ve karmaşık, fakat aynı zamanda atomize edilmiş bir toplumun ihtiyaçlarını tatmin ettiği ölçüde sömürmüştür” (Williams 1974: 11-12).

Sonuç itibarıyla teknolojik bir ürün olan televizyon Williams tarafından kendine özgü teknolojik bir kültür ve belirli bir pratik bilinci koşullayan gösterge sistemi olarak anlaşılmaktadır. Bu gösterge sisteminin tam olarak ne olduğunu anlamak, ancak gelişimini bütün teknolojik ve pratik aşamalardan geçerek tamamladığında ve diğer ürünler arasında nihai yerini

aldığında mümkün olacaktır. Ayrıca, bu farklı gibi görünen bilinç türlerinin toplumsal pratik süreçlerde birleşmeleri dolayısıyla çözümlenmelerini yapmak zorlaşmaktadır. Böylece Williams, McLuhan'ın diğer kültürel ve toplumsal pratik süreçlerden soyutlanmış medya teorisi olarak nitelendirdiği görüşlerine ters düşmektedir.

3. KÜLTÜREL DÖNÜŞÜM VE İLETİŞİM

Williams, kitabı “Television. Technology and Cultural Form” adını taşımasına rağmen, televizyonun teknik tarihini bu tezlerin ötesinde pek irdelememiştir. Williams'ın medya teknolojisinin kullanım tarihine ilişkin tezleri, daha sonra 1980'li yıllarda Paul Virilio gibi düşünürler tarafından işlenen konuları içermektedir. Örneğin William, Paul Virilio tarafından da daha sonra ele alındığı gibi, iletişim teknolojilerinin ilk aşamasının askeri ve ticari ihtiyaçlara hizmet eden ulaşım teknolojilerinin bir ürünü olduğunu düşünmektedir:

“Telgraf, telefon ve başlangıç yıllarında radyo ana iletişim sistemi içinde tali bir etkeni. Zira ana sistem doğrudan kurulmuş ve gelişmekte olan askeri ve ticari sisteme hizmet ediyordu. Bu durum 19. yüzyıl boyunca 20. yüzyıla kadar devam etmiştir” (Williams 1974: 20).

Bu iletişim biçimlerinin operasyonel karakteri, yani faydalı, özgün enformasyonun yayılması ve bu enformasyonun paylaşımının kontrolü her zaman askeri ve ticari kullanımın önceliği olmuştur. Elektriğe dayalı enformasyon teknolojisinin ikinci aşamasında durum değişmiştir: Önceleri belirli mesajların belirli alıcılara gönderilmesini, yani mesajların operasyonel biçimde düzenlenmesini öngören yayın anlayışı, daha sonra mesajı çeşitlendiren ve geniş halk kitlelerine ulaştıran teknoloji olarak genişlemiştir. Williams'a göre böylece yayın sadece yeni bir faydalanma biçimi değil, aynı zamanda sosyal entegrasyonun ve kontrolün yeni güçlü bir biçimi oldu. İşte bu sebeple Williams, 'kitle iletişimi' tanımını, kontrol işlevinin rasyonelleştirilmesini ifade ettiği için reddetmektedir:

“Kitleler' sözcüğü, önceleri 'avam' olarak tasvir edilenin 19. yüzyılda yerine geçen yeni küçümseme terimidir. Bu durumu şehrin 'kitleleşti-

rilmesi' ve endüstriyel devrim meydana getirmiş ve sağlama almıştır. Bu terime, yeni sosyal formasyonların materyalini ifade edebilmek için yeni bir kitle bilinci adapte edildi: 'kitle organizasyonları'. 'Kitle toplantısı' gözlemlenebilir fiziki bir efektti. Bu tasvir öylesine nüfuz ediciydi ki, 20. yüzyılda çok yönlü seri üretim talebinde bulunuldu ve yanlış fakat önemli olan 'kitle üretimi' tanımlaması yapıldı: Kitle artık, herhangi bir fiziki veya sosyal kümeden farklı biçimde (belirli bir kesinlikle kabul edilen sosyal ilişkiler içindeki) büyük sayıları ifade eder oldu. Ses, radyo ve televizyon, incelememiz gereken bazı sebeplerden dolayı, özel eve iletilmek için geliştirilmişlerdi, üstelik teknolojide bunu kaçınılmaz kılacak bir şey olmadığı halde. Fakat daha sonra bu yeni toplumsal iletişim -yayın- 'kitle iletişimi' biçiminde tanımlanarak çarpıtıldı: bu genel karakteristik özelliklerinin bir soyutlaması, birçok insana, 'kitleler'e yöneldi. Oysa kitleler terimi, daha önce 'yayın' teriminin çok daha iyi ifade ettiği yöntemin aksine bireysel teklifler olarak sunulan şeylerin esasen seçilmiş belirli araçlar olması dolayısıyla gerçeği çarpıtmış oldu" (Williams 1974: 24).

Williams, söz konusu 'kitle iletişimi' tanımlaması ile esasen önemli birçok faktörün üstünün örtüldüğünü düşünmektedir: Bu üstü örtülen gerçeklerden biri, Williams'a göre araçlar kitleler ve endüstriyel biçimde üretilmelerine rağmen, bireyler tarafından kullanılmasıdır. İkincisi kullanıcı grupların farklılığı, bir başka deyişle gelir düzeyleri yüksek olanla az olan grupların aynı programı seyretmesidir. Üçüncüsü ise, programın merkezi üretiminin, kitleler için değil, kendine özgü politik veya ekonomik çıkarlar için gerçekleşmesidir. Ayrıca Williams, televizyonun, diğer iletişim araçlarından farklı olarak, teknik yapı özelliklerinin içeriğinden önde gittiğini düşünmekte ve bu konuda McLuhan'ın fikrini paylaşmaktadır (Williams 1974: 25).

Medya araçlarının teknik özelliklerine bağlı olarak sosyal işlevlerinin değişmesi ve dönüşmesi McLuhan gibi Williams için de dikkat çekici bir durum arz etmektedir. Bu bağlamda özellikle radyo algısal çevrenin sınırlarını genişleten ve medyanın sosyal işlevinin yeniden değerlendirilmesini gerektiren ilk medya araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Radyonun 1. Dünya Savaşı'nda askeri amaçlı

kullanılmasından sonra medya araçları yeni sosyal bir tanıma kavuştular. Williams, medya araçlarının sosyal işlevini 19. yüzyılda bir yandan hareketliliği öngörürken, diğer yandan ailenin bulunduğu evin özel kalmasını talep eden genel endüstrileşme süreci bağlamında değerlendirmektedir. O dönemin ev ekonomisi kendi kendine yetecek biçimde dışa kapalı olsa da, yardım almaya muhtaç durumdaydı. Bu şartlar dolayısıyla, iletişim ihtiyaçları ortaya çıktı, düzenli olarak dışarıda ne olup bittiğini eve ileten haberlerin evin doğrudan ulaşamayacağı kaynaklar tarafından tedarik edilmesi arzusu oluştu. Williams, 1880'li yılların dramlarında, örneğin Ibsen ve Tschechow'un eserlerinde bu yapının gözlemlenebileceğini düşünmektedir. Bu eserlerde ev dramatik ilginin merkezinde bulunmakta, "erkek ve kadın pencerede durarak kaygıyla, hayat şartlarını belirleyecek olan güçler hakkında bilgi getirecek haberleri beklemektedirler" (Williams 1974: 27).

Radyo gibi teknolojiler bu yeni ihtiyaçları tatmin etti. Endüstriyel gelişim ve elektronik alanda kaydedilen ilerlemeler sayesinde radyonun üretimi ve evlere dağıtımı mümkün oldu:

"Ucuz radyo alıcısı daha sonra genel şartların ve tepkilerin önemli bir indeksi haline geldi. Bu durum özellikle, başka türlü toplumsal fırsatları pek olmayanlar ve eğlence ve enformasyonun eski çok çeşitli alanlarına giremeyenler veya bağımsız hareketlilikten mahrum olanlar tarafından memnuniyetle karşılandı" (Williams 1974: 28).

Aletlerin ve teçhizatın ticarileştirilmesini, içeriklerin ticarileştirilmesi takip etti. Nitekim televizyon da, yaygın içerikleri icat edilmeden önce nakil ve alıcı teknolojisi olarak geliştirildi. Programlardaki, renkli yayının mümkün olması veya bilgisayarla işleme gibi teknik yenilikler dolayısıyla meydana gelen birçok içerik değişikliği, teknolojinin yan ürünleri olarak değerlendirilmekte ve üretici zekânın sahnelenen iradesinin bir ifadesi olarak görülmemektedir.

Televizyona hâkim olan ticari karakterin kendini değişik biçimlerde açığa vurduğu gözlenmektedir: Televizyonun karakteristik özelliklerini ifade eden yönlerinden biri öncelikle pazar için ticari fayda sağlayan program üretme zo-

runluluğudur. İkinci olarak televizyonun zaten her halükarda reklâm mesajları içeren bir kanal olmasıdır. Bütün bunlardan başka, televizyonun kapitalist toplumun normlarına bağlı politik ve kültürel terkip olarak, tüketim araçları ve bunlara ilişkin yaşama tarzlarını satmasıdır (Williams 1974: 41). Williams kitabında televizyonun işte bu yöndeki gelişimine işaret etmekte, ulusal, devlet tarafından kontrol edilen bir kurum olmaktan çıkıp ağırlıklı olarak ticari rekabet kuruluşuna dönüştüğünü vurgulamaktadır. Williams hatta bu dönüşümün Amerikan Yayın İstasyonları Şebekesi'nin planlı bir operasyonu olduğunu düşünmektedir:

“Ardı ardına ülkelerde su yüzeyine çıkan yerel iddia nedir? [...] büyük ölçüde Amerikan çıkarları, onların yerel ortakları ve güçlü uluslararası reklâm şirketleri tarafından kurulan öncelikli iştir” (Williams 1974: 41).

4. TELE-VİZYON KÜLTÜRÜ VE ANALİZİ

Raymond Williams analizlerinin büyük bölümünde televizyonun biçimlerini kültürel biçimler olarak, bir başka deyişle program yapılarını ve bölümlerini incelemektedir. Bu bakımdan Williams, tam da McLuhan'ın fuzuli gördüğü program içerikleri ve eleştirilerine yönelmektedir. Fakat daha önce Williams televizyonu, özellikle de programları kendi türleri içinde belirli yapılar olarak kavramaya çalışmaktadır.

Williams program yapısını ‘akış’ olarak kavramakta (Williams 1974: 86) ve buna uygun biçimde programların her birinin içeriği üzerinde uzunca durmak yerine, türlerin toplam program organizasyonunun bütün olarak mümkün etkisinin ne olabileceğinin araştırılması gerektiğini düşünmektedir. Bu bağlamda programların dokusu ön planda yer almakta, türler doku örnekleri olarak kendi alanlarında önem kazanmaktadır:

“İletişim sistemlerinin hepsinde yayından öncesine ait ayrıca asli unsurlar vardı. Bir kitap veya broşür alınır ve kendine özgü bir nesne olarak okunurdu. Bir toplantı belirli bir tarihte ve mekânda vuku bulurdu. Bir oyun belirli bir tiyatrodaki ve zaman dilimlerinde sergilenirdi. Televizyon yayının farkı yalnızca bu hadiselerin veya benzer vukuatların aralarında şalter

bağlantıları kurmak suretiyle evin içinde ulaşılabilir hale gelmesi değildir. Seyirciye sunulan gerçek program esasen sekans veya bu ve diğer benzer vukuatların tek bir boyut içinde ve tek bir operasyonla ulaşılabilir alternatif sekanslar terkididir” (Williams 1974: 87).

Kullanıcın televizyonun karşısında otururken birbirinden ayrı olarak seyrettiği birimler gerçekte kendi aralarında kaynaşarak segmanların akışını oluşturmakta ve böylece organize olmaktadır. Haberler, aksiyon filmleri ve reklâmlar sahip oldukları akıcı geçişlerle aralarındaki bağlantıları oluşturuyorlar ve bu bağlantılar aynı zamanda türlerin alt-metinlerini inşa etmektedirler. Türün ve enformasyonlarının içerik olarak tesiri ancak program bağlamında anlaşılmalıdır. Bu durumda Williams'a göre bütün olarak sunumun otoritesi belirleyici olmaktadır (Williams 1974: 88-91).

Günümüzden geriye doğru bakıldığında, bu türden televizyon analizlerinin artık geçerli olmadığı görülmektedir. Uzaktan kumanda aletinin kullanılmaya başlamasıyla birlikte tek bir kanaldan yayımlanan program çeşitliliği kavramı da geçerliliğini yitirmiş oldu. Zira böylece seyirci sunulan programların akışını kumanda aletini kullanarak kendi keyfine göre belirlemekte, istediği yerde durmakta veya akışa izin vermektedir. Belki de günümüzde artık, birbirinden farklı program dokuları, segmanlar, sekans ve hatta sahneler arasında gezinip durma dolayısıyla oluşan transfer efektleri üzerinde düşünülmesi gerekmektedir.

Televizyon programlarının yayın süresine ilişkin olarak Raymond Williams tarafından ifade edilen ‘akış’ mecazı esasen, Patricia Mellenkamp'ın da dikkat çektiği gibi William James'in pragmatik bilgi teorisinde ele aldığı ‘bilinç akımı’ tezini hatırlatmaktadır (Mellenkamp 1990: 255-260).

Zira televizyon görüntüsünün ardışık parçacıklarının akışının uzaktan kumanda aletinin yardımıyla yön değiştirmesi veya başka akışlara çapraz düşmesine uyum sağlayan görme sürekliliğindeki akışın mantığı, gerçekten de aralarında nedensellik bağıntısı olmayan hayal kurmaya benzemektedir. Farklı kanallar tarafından seyirciye sunulan çeşitli programların seyirci tarafından, seyir anındaki duygu ve ihtiyaçlara

bağlı olarak bir görüntüde duraksama veya başka bir görüntüye geçmek suretiyle montajlanması, bilinçli süreçlerden daha çok bilinç kalıntılarından oluşan bir akışı düşündürmektedir. Nitekim seyirci gerçekten de, tıpkı akıp gitmekte olan bir nehre dalar gibi seyrin akışına dalmakta ve bilinçlice şu veya bu programı seyrettim demek yerine belirsiz bir ifade olarak televizyon seyrettiğini söylemektedir (Winkler 1992: 63-69).

Günümüzün programları 1960 ve 70'li yılların programlarıyla karşılaştırıldığında, program segmanları arasındaki hızlı geçişlerin neredeyse bütün kanallarda uygulandığı görülmektedir. Günümüzün televizyon yayınlarında program araları verme uygulamalarına rastlanmamaktadır. Bir programın bittiğine veya başka bir programın başlayacağına dair duyurular gittikçe daha az yapılmaktadır. Bu türlü duyurular yerine daha çok, ya filmlerin bitiş jenerikleri montajlanarak kaldırılmakta veya küçük bir ara vermenin dahi seyirciyi program akışından koparacağından şüphe edercesine jenerikle iç içe geçmiş şekilde bir sonraki programın duyurusu yapılmaktadır. Günümüzün televizyon yayınlarında yalnızca reklam ve programlar arasında bir ayırımı yapıldığı, bunun da gittikçe belirsizleştiği gözlenmektedir. Özellikle MTV gibi kanallarda, film fragmanları, videoklip ve reklamlar tamamen fasılasız ve iç içe geçmiş biçimde akıp gitmektedirler.

Raymond Williams, Avrupalı bir seyirci olarak Amerika'ya gidişini ve orada ilk defa aralarında geçişlerin pek fark edilmediği reklâm ve program yoğunluğuyla karşılaşmasını şöyle ifade ediyor:

“Konusu San Francisco’da cinayet olan bir film, aşırı bir kontrpuan biçiminde düzenlenmiş olarak sadece deodorant ve hububat reklâmları değil aynı zamanda Paris’te geçen bir aşk hikâyesi ve New York’u harabeye çeviren tarih öncesi bir canavarın birden ortaya çıkışıyla iç içe akıp gitti. Her şeyin ötesinde bu yeni bir sekans anlayıştıydı” (Williams 1974: 92).

Williams, televizyonun bütünselliği içindeki metinlerarası ilişkilere dikkat çekmektedir. Williams’a göre haber malzemeleri arasında içerik bakımından nispet kurulamaktadır. Akışın sıra düzeni redaksiyonel bakış açısına göre

düzenlenmekte, sunuş biçimleri bütün haber türlerinde aynı olduğu için tek-tipleşme meydana gelmekte, kurgusal olanla olmayan türler arasındaki fark ortadan kalkmaktadır. Hollywood filmlerinin veya deneysel filmlerin çekim planlarını kullanan ve aynı zamanda bir yönlendirici enformasyon kanalının ifade tarzını içinde barındıran reklâmlar bu duruma güzel bir örnek teşkil etmektedirler:

“Kedi türleri, kedi maması reklâmında hayvanlarla ilgili bir filmdeymiş gibi gösterilmektedir. Baş ağrısı ilacı reklâmında ‘ekstra güçlü’ olmanın yönlendirici tarafı, televizyonun eğitim programları ve diyagramları ile karşılıklı etkileşim içinde bulunmaktadır. Üzerinde altın para olan model ev, televizyonun çocuk eğlence programlarıyla etkileşim içinde kendini açığa vurmaktadır” (Williams 1974: 118).

Farklı türlerin, reklâm hikâyelerinin ve fragmanların birbirine karışması ve karşılıklı etkileşiminden yeni bir televizyon metni oluşmaktadır. Yeni oluşan bu metin, belirli bir kültürün birbiri içine akan ve birbirine dönüşen anlamlarını ve normlarını temsil etmektedir.

Akışın bu şekilde tecrübe edilmesi Williams için televizyon tecrübesini oluşturmaktadır. Bu şekilde bir akış yalnızca televizyon için karakteristiktir ve diğer herhangi bir medya tecrübesi ile karşılaştırılması mümkün değildir: “Bu iki oyunu, iki gazeteyi, iki veya üç magazini okumayı, değişiklik olsun diye aynı günde bir şov, bir konferans ve bir futbol maçı seyretmeyi tasvir etmeye benziyor” (Williams 1974: 95).

Akıştaki görsel ve işitsel öğelerin nedensellik ilkesinden bağımsız bir biçimde iç içe geçmiş olmalarını Fiske daha radikal bir biçimde ele alıyor ve resimlerin kendi öz dönüşümsel çevrimleri içinde başka resimlere işaret ettiklerini ve gerçeklikle olan ilişkilerinde ifade edebilecekleri kesin anlamları sürekli olarak ötelediklerini düşünüyor. Fiske’ye göre Postmodernizm, anlamı inkâr edişini, kesin ve nihai bir anlam ifadesi olmaksızın, resimleri anlam taşıyıcılar olarak kabul edişinde gösteriyor. Bu resimlerin nihai ve kesin anlamına reddiye ile Derrida’nın dekonstrüksiyonu arasında benzerlikler bulan Fiske, anlamlandırılanın sonsuzca ötelenmesinin, dili anlam taşıyıcıların açık ve serbest oyununa indirgediğini, sabit ve kesin

bir anlam ihtimalini reddettiğini ifade ediyor (Fiske 1987: 116).

Fakat Williams, ideoloji kavramına yüklediği değer dolayısıyla bu kadar ileri gitmemekte ve ardışık akışın her türlü keyfilğe rağmen içerik kurgusu bakımından esasen planlı bir 'akış' olduğu olgusuna dikkat çekmektedir (Williams 1974: 96). Williams'a göre her şeyden önce ticari program planlamasının başlangıçtan itibaren reklâm bloklarının yerleştirilmesine ve diğer tekliflere nispetle yapılması gerekmektedir. Bir günün film ve dizi gibi program segmanları tiyatrodaki olduğu gibi perdelere bölünmekte ve reklâmlara yer açılmaktadır. Aynı şey vasıflı filmler ve kurgusal olmayan program segmanları için de geçerlidir. Dizilerin veya televizyon filmlerinin giriş bölümünün, takip eden reklâm bloğunun seyirciyi başka kanallara sevk etmemesi için özellikle şiddetli ve tuhaf olması gerekmektedir. Ayrıca özellikle dizilerde başka zirve noktalarının oluşturması ve bunların cliff-hanger-effect denilen kancalarla reklâm bloklarına bağlanması gerekmektedir.

Williams ayrıca, yılarca televizyon eleştirmeni olarak yaptığı gözlemlerde keşfettiği başka bir özelliğe dikkat çekmektedir: Haberlerde görsel sunumla sözlü yorum arasındaki uyumsuzluk. Williams, haberlerde kameranın çoğu zaman, sözlü yorumu gereksiz kılacak biçimde normatif bir bakış açısına sahip olduğunu söylemektedir:

“Örneğin bir sivil kargaşa ile ilgili görsel haberde kameranın taşlanan polislin kafasına odaklanmasıyla göz-yaşı gazına maruz kalan göstericilere bakması arasında önemli bir fark vardır. Birincisi şimdiye kadar alışla gelmiş olandır ve yorumda sıkça denenmiş 'vasat' görüştür. Görsel olarak nadiren mevcut olan, yorumun 'tarafsızlığını' esasen soyut kılan gerçektir” (Williams 1974: 48).

Williams kitle iletişimi kavramı gibi 'kamera' sözcüğünü de çekinceli kullanmaktadır. Bu kavramın tarafsız, deyim yerindeyse teknik yan anlamı bir yandan oldukça öznel, öte yandan geleneksel habercilikte toplum bilincine egemen olan normların belirlediği kamera hareketini perdelemektedir. Ayrıca birbirinden bağımsız gibi görünen haber bölümleri kültürel sunum formlarının oldukça istikrarlı düzeniği

tarafından organize edilmektedir. Bir akış olarak tüketilen haberlerin içindeki hız, çeşitlilik ve değişim, kısaca sunumun renkliliği asıl değer taşıyıcı olarak belirlemektedir.

Williams, televizyonun program türlerini ve çeşitler arasındaki ilişkinin akış mantığını biçimselliği ve işlevselliği bakımından değerlendirdikten sonra, program içeriklerinin analizine yönelmiş ve günlük hayatın tiyatralleştirilmesine olan katkısını irdelemeye çalışmıştır.

Gerçekten de televizyonun bütün dünyada yaygınlaşmasıyla birlikte dramatik gösterimin de yayıldığı ve yoğunlaştığı gözlenmektedir. Ülkelerin çoğunda tiyatro oyunu sahnelemeleri fırsat buldukça ve sezona bağlı olarak vuku bulan hadiselerdir ve bu şekilde yüzyıllar içinde kurumlaşmıştır. Düzenli oyun sahnelemeleri ancak geleneksel biçimde büyük şehirlerde meydana gelmektedir. Yaklaşık elli yıl öncesine kadar, yani televizyonun yaygınlaşmaya başladığı tarihe kadar geçmişte, insanlığın büyük bir bölümünün düzenli olarak ve herkesin aynı zaman diliminde seyredebileceği dramatik gösterimlerle yüz yüze geldiği başka bir dönem olmamıştır:

“Muhtemelen İngiltere ve Amerika gibi toplumlarda bir hafta içinde veya bir hafta sonunda seyircilerin çoğu tarafından, bir yıl boyunca veya bazı durumlarda tarihi bir dönemde bütün bir hayat boyunca seyredilen dramlardan daha fazlası seyredilmektedir” (Williams 1974: 59).

Erving Goffman da daha önce 50'li yılların sonunda kaleme aldığı “Wir alle spielen theater / Hepimiz tiyatro oynuyoruz” adlı kitabında dramının devasa boyutlarda kitlesel üretimi dolayısıyla tiyatrallığın iletişim biçimi haline geldiği görüşünü ifade etmiştir. Goffman bu kitabında işlediği ana tezinde, toplumun önünde cereyan eden medyatik gösterimlerin anlayışları ve davranışları genel beklentiye uygun olarak idealize ettiklerini, bireylerin de toplum tarafından kabul gören değerleri sergileyebilmek için her zamankinden daha fazla gayret gösterdiklerini ileri sürmektedir (Goffman 2003: 35). Stanford'da öğretim görevlisi olarak ve daha önce 1940 ile 1977 yılları arasında BBC'de drama bölümünde çalışan Martin Esslin de 80'li yılların başlarında yayınladığı “The Age of Television/ Televizyon Çağı” adlı kiti-

bında televizyonla birlikte yaşanan drama patlamasından bahsetmektedir (Esslin 2001: 11-68). Televizyonda sahnelenmemiş hiçbir bilginin bulunmayışı dolayısıyla, tıpkı Baudrillard ve Postman gibi Esslin de, kurgusal ve hayali biçimlerin gerçek hayat için örnek teşkil etmeye başladığını ve günlük hayata gerçekliğin yerini almak üzere nüfuz ettiklerini, kurgu ve gerçekliğin karşılıklı farklı bir ilişkiye girdiklerini söylemektedir (Esslin 2001: 47-107).

Medya araçlarının ve özellikle televizyonun bir yapı ve akış olarak seyirci algısı üzerindeki bilinç-dışı etkilerini daha çok önemseyen Williams ise, gerçek ile kurgusalın karışmasından şikâyet edenleri saflıkla ve dürüst olmamakla vasıflandırmaktadır:

“Ayrı kategoriler arasına kesin sınırlar çizme teşebbüsü bana gerçeğin kendisi hakkında kurulmuş bir hayal gibi geliyor. Bu, olgusal televizyon şovlarının geleneksel kurallarına bağlı olarak tarafsızca neyi gösterdiğine bağlıdır” (Williams 1974: 73).

Williams ayrıca, Esslin gibi, ürün satışının tiyatralleştirilmesine ilişkin olarak ilginç bir görüş öne sürmektedir. Williams’a göre kendi tarzı itibarıyla diğer dramatik biçimler veya simülasyonlara atıfta bulunan reklâm, televizyonun dokusuna örnek teşkil etmektedir: “Gerçekten de televizyonu reklâmın kesintiye uğrattığı bir program olarak değil de içine reklâmın katıldığı bir sekans olarak görmemiz mümkündür” (Williams 1974: 69).

Reklam gerçekten de, televizyon dizileri, ticari programlar, para kazandıran oyunları içeren şovlar ile o denli benzer bir dokuya sahiptir ki, onu ancak reklama yönelmemiş olan televizyon programlarıyla olan bağıntısı ve karşılıklı ilişkisi içinde anlamak mümkün olmaktadır. Fakat Williams'ın reklâmları, tarihi gelişim süreci içinde bilgilendirici, şartlara bağlı ve nispeten masum bir konumdan ikna edici, zorunlu kılıcı ve her şeyi bilen bir organizasyona dönüşmüş pazarı kontrol eden ve tüketme arzusunu belirleyen bir güç olarak değerlendirmesi başka eleştirel yaklaşımları gerekli kılmaktadır. Çünkü bu yaklaşım, reklâma biçtiği bütün totaliter konuma rağmen, yine de insanların kendileri için gerçekte yararlı olmayan şeyleri niye arzuladıklarını açıklığa kavuşturmakta yetersiz

kalmaktadır. Zira bu soru ancak, daha sonra Deleuze ve Guattari'nin görüşlerinde problematize edildiği gibi, arzuların üretken yapısı fikriyle bağlantılı bir biçimde hayali ihtiyaçlar çerçevesinde kategorik yanlışlara düşmeksizin sorgulanmayı gerektirmektedir.

Williams'ın program eleştirisi, tıpkı McLuhan'ın teknoloji kavramına yaklaşımı gibi, seyircinin algısına yönelik bilinç-dışı etkilerini konu edinmektedir. Nasıl McLuhan, televizyonun görüntü tekniğinin uyumlu inşası ve algılayıcının duyumsal nitelikleri üzerine potansiyel bir yorum teorisi geliştirmeye çalıştıysa, Williams da programların, belirli bir kültürün anlam ve değerlerini kendi akışı içinde kombine eden ve üreten yorumsal organizasyon olduğu kabulünden hareket etmektedir.

Gerçekten de televizyonun anlatım biçimleri ve program türlerini kullanımının toplumsal zıtlıkları ve çatışmaları maskeleydiği söylemek mümkün gözükmektedir. Televizyon programlarının anlatım biçimleri, bireye yönelmiş olan ifadeleri ve problem çözme tarzları dolayısıyla bireyin toplumsal gerçekliği algılaması bir yanılsamaya dönüştürülmektedir. Birey, televizyonun anlatım biçiminin bildikleri problemleri dramatize ederek çözmesinden zevk almaktadır. İzleyici, televizyon programlarının dramatik öykülemelerinin sunum sürecinde, öyküsü anlatılan gerçek olay hakkında gerçekte olduğundan çok daha fazla ve başka bilgilere muhatap olabilmektedir. Ayrıca dramatik anlatımlarım ve öykülemelerin büyük bir kısmı izleyicinin kendisini özdeşleştirebileceği bireylere odaklanmaktadır. Televizyon programlarının ve özellikle dramatik anlatımlarının genellikle bireyler üzerinde odaklanması dolayısıyla izleyici, toplumsal grupları temsil eden insanları algılamakta zorlanmakta ve giderek toplum ve kurumlarını göz ardı edebilmektedir. Yine aynı şekilde televizyon dizilerinde ve filmlerinde öykülerin karmaşık problemlerin sihirli bir çözülmesiyle sona ermesi, izleyicinin karmaşık toplumsal problemlerle uğraşma biçimlerini etkileyebilmektedir.

Fakat öte yandan, tarihsel süreç içinde gerçeklik kazanan anlam ve değerlerin yalnızca hâkim ideolojilerin kontrolündeki organizasyon tarafından üretildiklerini kabul etmek, oldukça karmaşık olan toplumsal etkileşim biçimleri ve

süreçlerini mekanik bir organizasyonun ürünü olarak algılamayı gerektirmektedir.

Antonio Gramsci'nin düşüncelerinden, özellikle O'nun kültürel hegemonya konseptinden etkilenecek olan Stuart Hall bu bağlamda farklı bir açılım yapmaktadır. Stuart Hall ilk defa 1973 yılında kaleme aldığı "Encoding and Decoding" adlı makalesinde televizyonun ideolojik etkisinin nasıl işlediğini incelemekte ve hakim ideolojinin mutlak tesir gücünü belirli bir ölçüde de olsa görecelileştirmektedir. Hall, televizyonun hegemonik kültür adına belirli anlamları, değerleri ve inançları aktardığını kabul emekte, fakat bu aktarımların izleyici tarafından tamamıyla edilgen bir biçimde benimsenmediğini düşünmektedir. Hall hâkim ideolojinin anlam üretimi gücünü görecelileştirerek, mesajların kendine özgü şartlarda toplum tarafından üretildiğini ve dünya düzeninin nasıl işlediğine dair başkaları tarafından paylaşılabilir açıklamaların kültürel alanda erişilebilir olduğunu ileri sürerek yeni soruların yönetilmesine zemin hazırlamaktadır. İdeolojiler tarafından belirli bir biçimde kodlanan metinlerin, okuyucu tarafından farklı biçimde çözümlendiğini düşünen Hall, metnin anlamının metni üreten ile okuyan arasında bir yerde durduğu tezinden hareket etmektedir (Hall 1980: 166-176). Bu bakış açısı, anlamların yapılandırıcısı ve düzenleyicisi olarak işlev gören ideolojilerin nasıl belirli bir inanç sistemi oluşturabildikleri kadar, bunlara kimlerin niçin inandıklarını, bunların nasıl belirli bir grubun ortak temsil gücü olarak yorumlanabildikleri ve nihayet toplumda nasıl konumlandıkları gibi soruların yöneltilmesini gerekli kılmaktadır.

Yine aynı şekilde John Fiske de, Williams'dan farklı olarak anlam ve değerlerin belirlenmesinde televizyonun monolojik ve hegomonik bir gücünün olmadığını ve olamayacağını düşünmektedir. Hakim ideolojilerin dahi her şeyi tek-tipleştirebilecek totaliter bir güce sahip olmadığını ve muhaliflerini ve alternatiflerini kendi içinde yaşatmak zorunda olduğunu düşünen (Fiske 1982: 152) Fiske, televizyonun metin olarak çok çeşitli toplumsal grup ve tabakaların farklı ilgi ve isteklerine cevap vermek zorunda olduğu için esnek ve açık bir metin yapısına sahip olması gerektiğini düşünmektedir. Bu zorunluluk dolayısıyla televizyon metni, alternatif anlamları, söylemleri ve gösterim

biçimlerini dışlayarak, yalnızca tek bir söyleme yönelme iznine sahip değildir. Sonuç itibariyle Fiske'ye göre televizyon metni, o asla tekil olmayan okumanın ve seyretmenin karmaşıklığı ve zenginliğine 'açık' olmalıdır.

Williams gibi televizyon programlarının akışını yapısal bir özellik olarak inceleyen Fiske, akışın oluşturduğu metindeki kesintilerin ve parçalanmışlığın yayınların sürekliliğinde hiçbir şeyi değiştirmeyeceğini, çünkü bu sürekliliğin, resimlerin akışının bütün enerjisini zaten bu kesintilerden aldığını düşünmektedir. Bu değerlendirmelere çerçevesinde, parçalanmışlıklardan, farklı sekanslardan ve çeşitli karışımlardan oluşan bu yayın akışının, 'sebebe ve sonuç' gibi mantık kurallarına uygun biçimde cereyan etmediği anlaşılmaktadır. Bu yayın akışı belki daha çok, birbirinden kopuk zaman ve mekan biçimlerinin saf resim akışı olarak, bilinç-dışının süreçlerine daha yakın duran 'televizyon/uzak seyretme'nin kültürel tecrübesi aracılığıyla yapılanmaktadır (Fiske 1987: 93-99). Sekansların bu akışı, bu bağıntısız resimlerin açık metni, açıklanamayan, önemsiz şeylere yer vermeyen, her şeyin birbirine mantıklı bir bağla bağlanmasını ve her şeyin anlatımın anlamına katkıda bulunmasını gerektiren klasik gerçekçiliğin konstrüktif yapısıyla çelişmektedir.

5. GELECEK VİZYONU

Williams, 70'li yılların başlarında medya teknolojisinin gelişim potansiyelini görebilmiş, günümüzde tecrübe ettiğimiz dijital kanallar ve internet ile ilgili tahminlerde bulunmuştur:

"[...] kablo dağıtım sistemi bağlantısı kurulabilir, bilgisayar sayesinde, bir dizi servis sunulabilir. Bugünden itibaren 70'li ve 80'li yıllarda mümkün olabilecek bu gelişmeler muhtemelen şunları içerecektir:

- Kablo üzerinden haber yayını, hava tahmini ve trafik enformasyonu servisi.
- Alış-veriş servisi, ürünlerin görülebileceği ve ısmarlanabileceği şifreli telefon servisi.
- Her türlü eğitim programı.
- Enformasyon talebini kütüphane ve hafıza bankalarından karşılayabilecek servisler.

- e) Televizyon programları, filmler vs. talebinin kütüphane katalogundan ısmarlanarak karşılanması.
- f) Gazete, magazin ve diğer basılı medyanın kopyalanıp fakslanması.
- g) Tıbbi danışma servisi.
- h) Halka açık toplantı, tartışma, konferans ve seçimler” (Williams 1974: 137).

Fakat Williams medya teknolojisinin gelişme potansiyeline işaret ederken aynı zamanda eleştirel bir bakış açısı da getirerek, bu gelişmenin muhtemel tehlikelerine dikkat çekmektedir. Özellikle günümüzde enteraktif medya alanındaki gelişmeler dolayısıyla sadece yaşanan sevinci paylaşmak yerine, Williams uyarmakta ve eleştirel bir bakış açısı geliştirmeye çalışmaktadır:

“Fakat reaktif ve enteraktif teknoloji arasındaki farkı ayırt etmek zorundayız. Yakın zamanda geliştirilen donanımların neredeyse tamamı reaktif özelliktedir; seçim alanı, ayrıntı ve kapsama alanı itibarıyla önceden düzenlenmiş ve inşa edilmiştir” (Williams 1974: 139).

Böylece iteklenen seyirci ‘raylar’ın üzerinde kayıp gitmektedir. Medya bilimlerinin bu ‘raylar’ın gelişimini ve kullanımını özenle takip etmesi gerekmektedir. Williams’a göre en büyük tehlike medya pazarının uluslar arası düzeyde operasyon yapan ve medya üzerinden kültürümüzün önemli bir bölümünü kendine mal eden çok uluslu güçlerin tekelleşmesidir:

“Genel olarak reklâmlarla yaşayan televizyondan merkezleşmiş enformasyon ve bilgi süreçleri sistemlerine kadar uzanan geniş bir alanda günümüzün ve gelişmekte olan geleceğin teknolojisi bütün sosyal süreçlerimiz etkilemek, değiştirmek ve bazı durumlarda tamamen kontrol etmek için kullanılabilir. [...] Özgür seçimler ve rekabet üzerine konuşma maskesi altında birkaç çok uluslu güç, işbirlikçi devlet ve ajanslarıyla birlikte hayatımızın içine nüfuz edebilirler, üstelik haberlerden psiko-dramlara kadar her düzeyde, farklı tecrübe ve problem türlerine bireysel ve toplumsal karşılık verirken onların programladığı ihtimaller arasında seçim yapamayacak denli sınırlanılıncaya kadar” (Williams 1974: 151).

Williams, etkisi bakımından sınırlı olsa da karşı bir önlem olarak küçük bağımsız üretim firmalarının sayıca artmasını ve çeşitlenmesini önermektedir. Bunun yanında Williams ayrıca medya pazarının bütün dünyada hukuken kontrol edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Fakat Williams’ın bu talebi, kendi görüşlerinin de gerisinde kalmaktadır. Zira o esasen medya ürünlerinin tüketim eşyası olarak işlev gördüğünü ve pazarın hukuki kontrolünün yalnızca kullanıcının korunmasıyla sınırlı olduğunu düşünmektedir.

SONUÇ

Sonuç olarak toparlamak gerekirse Williams’ın teorik tasarımı, temel televizyon teorisi tasarımı olarak McLuhan’ın medyanın ve medya algısının karakterine ilişkin görüşlerinin önemini azaltmamaktadır. Öte yandan Williams’ın, McLuhan’ın medya teknolojisini talep eden toplumsal ilgiler üzerine gereğince durmayışını eleştirmesini önemsemek gerekmektedir. Williams, McLuhan’ın algı teorisi olarak izole edilmiş görüşlerini televizyonun anlam ve değer gibi kültürel boyutlarıyla genişletmekte ve medya kullanımı ve tekniği tarihselleştirmektedir.

Williams’ın televizyonu kültürel olarak şartlanmış bir organizasyon ve medya teknolojisinin tarihi bir ürün olarak kavrama girişimi, daha sonra marksist, semiyotik ve etnografik yaklaşımlarla popüler kültürün incelendiği araştırmalara öncülük etti. Fakat bu sürecin ve televizyonun daha iyi anlaşılabilmesi için Williams’dan sonra kendini televizyon teorisi alanında kabul ettiren, John Fiske, John Hartley, John Ellis gibi isimlerin de araştırılması ve tartışılması gerekmektedir.

Nitekim Williams’ın öncülük ettiği Cultural Studies geleneğinin kültür, kimlik ve medya gibi kavramlara yöneten ve yönetilen, elit ve popüler, üst ve alt sınıf gibi kategorik biçimde ayrıştırmacı ve çatışmacı bir tarzda yaklaşması, bir takım konuların anlaşılmasına yardımcı olduğu kadar bazı önemli soruların cevapsız kalmasına da neden olmuştur. Örneğin Cultural Studies geleneğinin kategoriyal terminolojisi içinde düşünüldüğünde, televizyon kanallarının ve programlarının artmasının izleyici üzerinde yönlendirici bir baskı oluşturması gerekirken,

tam tersine izleyicinin bağımlılığının azalmasına ve seçim özgürlüğünün artmasına yol açması açıklanamamaktadır. Ayrıca izleyicinin keyfi olarak kanal değiştirmesi dolayısıyla oluşan *yayın akışı duraklarının* meydana getirdiği efektlerin günlük hayata ve izleyici bilincine nasıl etkiyebileceği tahmin dahi edilememektedir.

Williams'ın televizyon teorisinin odağını oluşturan 'flow/akış' medya araştırmalarının sadece izleyici algısı üzerine yoğunlaşmasını gerektirdiği gibi, aynı zamanda cevaplanması gereken başka soruların da oluşmasına neden olmakta ve yetersiz kalmaktadır:

- Akış'ın (flow) algılanma biçimi televizyon algısının biricik biçimi midir?
- Akış (flow), diğer biçimler arasında sayılan uyumlu bir algı biçimi midir, yoksa semantik bir bütünlük arayışını gerektiren tarih gibi büyük konulara duyulan ihtiyaçların organize edildiği algılama biçimlerine tezat mı oluşturmaktadır?
- Eğer algılama biçimleri çok çeşitliyse, buna göre izleyicinin televizyonun karşısında çeşitli algılama modülleri arasında gezinmesi mümkün müdür?
- Algılama modülünün seçimi ne denli izleyicinin kendi iradesine veya metinsel yapıların yönlendirmesine bağlıdır? Örneğin metin, izleyici tarafından hem akış'ın çağrıştırmacı modülüne, hem de sekanslar arasındaki enteraktif montaj modülüne uygun biçimde algılanabilir mi?
- Akış/flow izleyiciden pasif mi yoksa aktif bir algılama biçimini mi talep etmektedir? İzleyicinin uzaktan kumanda aletiyle kanallar arasında gezinmesi, akışın şartlarını ve düzenini yapay biçimde oluşturan bir teknik midir?
- Metnin hangi özellikleri, hangi öğeler ve sahnelemenin hangi karakteristik özellikleri akış tecrübesinin oluşmasında rol oynamaktadır?

Sonuç olarak ifade etmek gerekirse, politik ve ideolojik ilgiler doğrultusunda dizayn edilmiş bir medya teorisi, televizyonun karmaşık yapısı karşısında hem ampirik araştırmalardan uzak hem de yetersiz kalmaktadır. Çok çeşitli ve çok

boyutlu modelleri içinde barındıran televizyon medyumunun gereğince anlaşılabilmesi için monolojik yaklaşımlar yerine, çoğul model konstrüksiyonunu mümkün kılacak çeşitli teorilerin dikkate alınması gerekmektedir. Zira 60'lı yıllardan günümüze kadar oluşturulan bütün teori zenginliğine rağmen, hala temel bazı soruların yeterince cevaplandırılmadığı görülmektedir. Örneğin, medyatik tecrübenin ne olduğu, nasıl diğer tecrübe biçimleriyle ilişkilendirilmesi gerektiği, medyatik tecrübenin nasıl kazanıldığı ve toplumsal tecrübelerle dönüştüğü, medyatik bilgi aktarımının nasıl gerçekleştiği ve diğer bilgilenme süreçlerine etki ettiği gibi sorular, günümüzün medya araştırmaları tarafından cevaplandırılmayı beklemektedirler.

KAYNAKLAR

- Althusser L (1968) Für Marx, Suhrkamp, Frankfurt.
- During S (1993) The Cultural Studies Reader, Routledge, London.
- Eco U (1984) Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur, Fischer, Frankfurt.
- Esslin M (2001) Televizyon Çağı, Pınar Yayınları, İstanbul.
- Fiske J (1987) Television Culture, Methuen, London.
- Fiske J (1982) Introduction To Communication Studies, Methuen, London/New York
- Goffman E (2003) Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag, Piper, München.
- Hall S (1988) The Hard Road to Renewal: Thatcherism and The Crisis of the left, Verso Books, London.
- Hall S (1980) Encoding and Decoding, Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Wills (eds), Culture, Media, Language, Hutchinson, London
- Hoggart R (1957) The Uses of Literacy, Penguin, Harmondsworth.
- McLuhan M (1965) Understanding Media: The Extensions of Man, McGraw-Hill Paperback, New York/London.

Mellenkamp P (1990) TV time and Catastrophe, or Beyond the Pleasure Principle of television, Patricia Mellencamp (eds), Logics of television: Essays in cultural criticism, Indiana University Pres, Bloomington.

Goodwin A ve Whannel G (1990) Understanding Television, Routledge, London.

Williams R (1974) Television: Technology and Cultural Form, Fontana, London.

Williams R (1983) Culture and Society 1780-1950, Columbia University Press, New York.

Winkler H (1992) Switching, die Installation der Tagtraummaschine, Hicketier, Knut (eds), Fernsehen. Wahrnehmungswelt, Programminstitution und Marktkonkurrenz. P. Lang, Frankfurt/M.