

## MESAJLAR VE ANLAMLAR

**Yard.Doç.Dr.Nurçay TÜRKÖĞLU**  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
İletişim Fakültesi

Kitle iletişim araçları kuramsal ve disiplinler kaynaklar tarafından tartışılırken birbiriyle çatışan yaklaşımlarda bile KİA (\*) mesajlarına büyük önem veriliyor. Aşağıda ele alacağımız çalışmada Janet Woollacott kitle iletişim araştırmalarına edebiyat ve sinemayı da dahil ederek bugüne dek geliştirilen eğilimlerin derli toplu sayılabilecek bir özetini veriyor (Woollacott, 1986:91-111). Arada kendi değerlendirmelerimizi de ekleyerek bu çalışmayı inceleyelim.

Amerikalılar daha çok kişiler ile KİA arasındaki ilişkilere ağırlık veriyorlar. Geleneksel yaklaşımda iletişim süreci, göndericiden gelen mesajın diğer taraftaki alıcı tarafından alınması ilişkisi olarak düşünülüyor. Araştırmacıların ilgisi de daha çok KİA mesajlarının, üreticilerinin psikolojik eğilimleri ve mesajın izleyici kitlenin üyeleri üzerindeki etkileri konusunda yoğunlaşıyor. KİA mesajlarının anlamlarının incelenmesi de bu çalışma alanının uzantısı olarak ortaya çıkıyor.

KİA üzerine ilk Marxist çalışmalar, KİA'nın kapitalist toplumlardaki ideolojik işlevleriyle ilgilenirken, belirli KİA mesajlarındaki anlam üretimi ile daha az ilgilenmiştir. Bu sorular gündeme getirildiği zaman bir çeşit kültürel kötümserlik ile karşılaşmıştır. Frankfurt okulu üyeleri kitle kültürünün totaliteryen devlet anlayışının egemenliği altında olduğu görüşündedirler. Adorno ve Horkheimer'a göre; "kapitalist toplumun ekonomik gelişmesine ideolojik destek" sağlayan ve kitle iletişim araçları ile çalışan kültür endüstrisi "bireyin içsel özgürlüğünün yanılmalı da olsa belli bir avantaja" sahip olmasına bile izin vermemektedir. Kitle iletişim araçlarının üretimini genel ekonomik üretimden ayıran en önemli özellik, kuralları ve anlamları belirli

göstergeleme sistemlerine bağılı olarak hazırlanan mesaj üretimi işlevini üstlenmesindedir. Hall'a göre; iletişim sürecinde mesajın sembolik formunun ayrıcalıklı bir yeri vardır; kodlama ve kod çözümüleme anları iletişim sürecinin bütününde göreceli bir özerklik içindeymiş gibi görünse de bu anlar belirleyici anlardır.

Son on yılda kitle iletişim araçlarının mesajlarının biçimsel semiolojik yöntemiyle çözümlenmesinde haber yoğunluğu, reklamcılık, sinema filmleri ve televizyon programlarına ağırlık verilirken, bu çalışmalar bir yandan da ideoloji kuramlarındaki gelişmeler ile birlikte ele alınır olmuştur.

Kitle iletişim mesajlarını anlamadaki geleneksel çözümlleme yöntemi içerik analizi olmuştur. İçerik analizi aracın içeriği ile bağlantılı olarak bir takım kavramsal kategoriler geliştirir ve bu kategorilerin hangi oranlarda mesajın içeriğinde bulunduğu sayısal bir değerlendirmesini yapar. Mesajın dışavurulan içeriği: iletiyi veren + iletiyi alan + araştırmacı arasındaki ortak evreni belirler. İçerik analizi daha çok bireyci bir yöntem (Amerikan ampirik araştırma geleneği içinde davranışçı okuldan yola çıkan bir yöntem) olmasına karşın, örneğin Glasgow Medya Grubunun yaptığı gibi haber değerlerinin belirlenebilmesinde de başarılı bir biçimde kullanılmaktadır.

Semiolojik-yapısalcı çalışmaların bu sayısal içerik çözümlemesi tekniğine karşı çıktığı söylenebilir. Aralarındaki en önemli fark, yapısalcılığın ve semiolojik çalışmaların yalnızca bir yöntemden ibaret olmayıp bir felsefe, bir kuram olma iddiasında bulunmasıdır. içerik analizi sayısal verilerle ve bu verilerdeki sıklık özelliklerine önem verirken, semiolojik çözümlmeler sıklık özelliği yerine ayrıksı/aykırı duranı da değerlendirmeye alır ve incelenen materyali bir yapısal bütün olarak görmeye çalışır. İçerik analizi örneğin filmlerdeki şiddetin dışavurulan biçimiyle varolan yoğunluğunu, günlük yaşamda varolan şiddetle karşılaştırma yoluna gider. Oysa semiolojik çözümlleme filmdeki şiddet ile ilgileniyorsa bunu bir söylem olarak götür ve şiddeti bir iletişim biçimi olarak ele alır, şiddetin kendisine değil kullanım biçimine bakılır. Öte yandan, örn. Hannah Arendt şiddet üzerine yazarken, tarihsel gelişim süreci içinde şiddetin toplumsal ve siyasal güç gösterme biçimleri ile felsefi boyutta ilgilenir (Arendt,1972:106- 107). Öyleyse yapısalcılıkta önemli olan nedensellik değil, belirleyiciler değil, ilişkilerdir.

Barthes, kültürel ürünler üzerindeki semiolojik çalışmaların asıl amacının içsel ilişkilerdeki örtük olanı ortaya çıkarmak olduğunu söyler. Barthes'a göre dilbilimin alt dalı olan semioloji göstergenin önemi üzerinde ısrar

eder. Kitle iletişim araçları ile ilgili çalışmalara gelindiğinde, görsel iletişimin dilbilimi kuralları ile incelenmesi bazı güçlükler ortaya çıkarmaktadır. Levi Strauss'un antropolojik çalışmalarında sözsüz iletişimin yapısal çözümlenmeye nasıl tabi tutulacağına örnekleri verilmiştir; örn. evlenme kurallarının bireyler ve gruplar arasında ne tür bir iletişim sağladığı incelenmiştir. Dilbilim yöntemleri araştırmacının dışsal etkenler ve belirleyenler yerine dışa vurulan konuşma üzerinde durmasını gerektirir. Dışsal etkenler ancak, anlam sistemi içindeki işlevlerine/konumlarına göre ele alınır. Barthes'a göre içsel ilişkiler yapıdaki her bir ögenin anlamlandırılmasını sağlar. Araştırmacı incelediği objelerin içine girip sistemi oradan ele almalıdır. Böylece, incelenen anlam yığınının kimliğini algılayabilmek için tıpkı bir dil öğrenme tekniği gibi, o yapıya özgü kodlama ve kod çözme işlemlerinin anlaşılabilmesi gerekir. Kodlama ve kod çözme farklılığı bu iki kutupluluğun vurgulanmasını gerektirir.

Metnin içsel ilişkileri vurgulanırken örn.masalın biçimbilimini inceleyen Propp, kendisinden önce masalın içindeki karakterlerin neler olduğuna (işte, dev/büyümlü yaratıklar/hayvanlar vb.) değil, bu karakterlerin hangi işlevler yüklendiğine bakar. Karakter, eylemindeki işlevin önemine göre değer kazanır, bir kimlik kazanır. Propp'a göre hep ikili kutuplar vardır; tüm Rus masalları bir kurbanın başına kötü bir şey gelmesiyle ya da değerli bir şeyin çalınmasıyla başlar; ve görülen hasarın/zararın karşılanması ile son bulur. Bu başlangıç ve son arasında 7 karakter ve 31 farklı anlatım işlevi vardır.

Kısaca, ortaya çıkan kültürel ürün bir sonul değerlendirilmeye tabi tutulur, üretim aşaması ve metnin okunmasındaki farklılıklardan doğan sorular göz ardı edilmektedir.

Umberto Eco; Propp'un masal çözümlenme yöntemini James Bond öykülerine uyarlamış; içsel karşıtıklardaki zıtlıkları soğuk savaş ideolojisine bağlamıştır. Böylece metnin içeriğinde odaklanmakla birlikte, batılı edebiyat geleneğindeki maceracı heyecanlanmalar ve büyülenmelerin anlatımında yer aldığı da göstermiş. Eco'ya göre, semiyolojik çözümlenmede gerçek dünya (metnin dışındaki dünya) göz ardı edilirken, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki arandığı için ister istemez gerçeklikle de uğraşmış oluyor. Barthes da metnin içindeki ideolojik biçimlerin mitsel olarak nasıl yer aldığı gösterirken aslında çok yeni, çok kendine özgü bir şey yapmış olmuyordu. Sanat ürünlerindeki belirli ideolojik biçimlerden söz eden pek çok Marxist çalışma olduğunu biliyoruz. Sanat ürünlerini birer gösterge sistemi olarak ele alan düşünürlerden biri, Benjamin bizim için hiç de yabancı değil. Benjamin "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Ürünü" adlı çalışmasında fotoğraf

ile resmi karşılaştırırken; ressamın ürünü ile kendi arasına belirli bir mesafe koymasının kaçınılmaz olduğunu ancak, fotoğrafçının kamerasıyla objesinin olabildiğince içine girmeye çalıştığını söylüyor (Benjamin, 1992:211-244). Resimde bir dönüştürme işlemi varken, fotoğrafta bir kaydetme ile karşı karşıyayız. Barthes da bu görüşten yola çıkarak fotoğrafın "kodsuz mesaj" paradoksu üzerinde durur (Barthes,1990:32-51).

Fotoğraf "işte bu iş böyle oldu", "ben oradaydım" görüntüsüyle asıl ideolojik işlevini saklar. Özellikle haber fotoğraflarında bu "kaydetme" işlemi Hall'ın da değindiği gibi, gerçeklik garantisi ile ideolojiyi nötralize etmektedir.

Popüler kültüre iyimser yaklaşımıyla bilinen araştırmacı John Fiske ise, özellikle televizyonda toplumun egemen kesimlerinin tercihleri olan anlamların sunulmasının izleyicide geri tepkiye yol açacağını savunur. Ona göre izleyici her zaman, kendisinden uzlaşma istenen "karşı" taraftır ve bunun farkında olduğu için kodlamaları kendi istediği biçimde çözümleyebilecektir. Fiske, televizyonun, toplumdaki "merkezi kurum" gereksinimine yanıt verdiğini söylerken, "kültürün gereksinimleridir önemli olan; metnin içsel yapısı ya da iletişimcinin gerekleri değil, kültürel gereksinimler TV program yapısını belirler" der. Görüldüğü gibi bu anlayış Marxist "ekonomik altyapının belirleyici" olması görüşüyle taban tabana zıttır. İzleyicinin varolan değerler sisteminin dışında hatta ona karşıt bir bilinç taşıdığını söylemek güçtür. Nitekim Frankfurt Okulu üyeleri kitle iletişim araçları ve kültür endüstrisinin "hem burjuva bireyciliğini hem de proleteryanın devrimci potansiyelini tehdit eden" bir yanlış bilinç oluşturduğu görüşündedirler. Althusserian ideoloji anlayışı "insanın temalar, kavramlar ve sunumlarla hayali bir ilişki içinde olduğu" ve "kendi gerçek varlıkları ile olan ilişkilerinin de ideolojik pratiklerine bağlı olduğu" nu anlatır. İşte ideoloji ve gerçeklik ilişkileri, gerçekçilik sorunsalının yapısalıcı bir modelle ele alınmasını kolaylaştırmıştır. Sinema dergisi Screen; fotoğraf, film ve televizyonun gerçekliğin aynası olma sorunsalını yapısalıcı bir yaklaşımla inceleme yolunda, neredeyse bir "okul" olarak adlandırılmalarını sağlayacak gelişmeler göstermiştir. Gerçekçilik, 19.yüzyıl gerçekçi romanın özelliklerinden yola çıkmış, bu dönem romancılığındaki gerçeklik ile klasik Hollywood filmlerindeki ortak özellikleri şöyle özetlenmiştir;

1. gerçek ile zıtlaşmak olanaksızdır.

2. özne egemen spekülasyonla ilişkisi içinde konumlandırılır; ona yöneltile söylemler kapalı tutulur ve okuyucu herşeyin kendisine açıklandığı

bir durumla karşı karşıya kalır.

Öyleyse kapalı son izleyici ile statüko arasındaki uyumu sağlamaya yöneliktir ve tartışmaya giremeyen izleyici için bu durum örseleyicidir, ilerlemesini önleyicidir.

Öte yandan avant garde filmler özellikle açık sonlu olmalarına karşın izleyicinin (daha doğrusu geniş kitlelerin) ilgisini çekip onların bilişsel tartışma yönlerini geliştirme konumunda olmayıp, yalnızca elitist ilgiye konu olmaktadır. Elit ilgi, avantgarde filmlerdeki özel ve artı bilgiye sahip olarak yorumlama ayrıcalığına sahiptir. Ancak Screen dergi grubu zaten klasik Marxist anlamdaki "ideolojik işlevler" kavramsallaştırmasına karşı çıkmakta ve önemli olan "söylem ve öznedir" demektedirler. Böylece gerçeklik sorunu Lacan psikanalizi ile birlikte ele alınmakta ve öznenin "ayna ben" durumu ile karşı karşıya kaldığı savunulmaktadır. Sinemanın psikanalitik çözümlenmesi ise Freud'un "rüya tabirleri" yöntemi ile Lacan'cı "özne" kavramsallaştırmasının bir araya getirilmesi yoluyla yapılmaya çalışılmaktadır. Ancak son yıllarda bu yaklaşım çok büyük eleştiriler almış ve çürütülmüştür. Göstergebilimci Metz, sinemanın psikanalitik çözümlenmesinin gerçekleştirilmesinde sinemanın kendine özgü bir "görüntü dili" olmasını kullanmaya çalışmış ancak ses ve sözü tümüyle dışlaması daha baştan kuramını geçersiz saymamıza yol açmıştır.

(\*) KİA: "Kitle iletişim araçları"nın kısaltılması olarak kullanılmaktadır.

## YARARLANAN KAYNAKLAR

- ARENDDT, Hannah; "On Violence," **Crises of Republic**, Arendt, Harcourt Brace Jovanovich Inc., New York, 1972.
- BARTHES, Roland; "Rhetoric of the Image," **Image, Music, Text**, derleyen ve İngilizceye çeviren Stephen Heath; Fontana, Glasgow, 1990, ss.32-51.
- BENJAMIN, Walter; "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction," **Illuminations**, Hannah Arendt der. İngilizceye çeviren Harry Zohn, Fontana Press, 1992, ss.211-244.
- HALL, Stuart; "Encoding / Decoding," **Culture, Media, Language**, S.Hall, D.Hobson, A.Lowe, P.Willis der.; Centre for Contemporary Cultural Studies, London, 1990, ss.128-138.
- WOOLLACOTT, Janet; "Messages and Meanings," **Culture, Society and the Media**, T.Bennett et.al. der. Routledge, London, 1986, ss.91-111.