

YENİ BİR KATILIM BİÇİMİ OLARAK MEDYATİK TOPLULUKLAR

Mediatic Communities as a New Form of Participation

*Dilek YEŞİLTUNA**

Abstract

Today media is in the center of social life. Television regarded as the most wide-spread and the most influential means of mass media, is striking attention with its structure of both product and audience. Within this structure of communication, can do the mediatic communities, brought about by the formats of programs, where audience-actor interaction is blurred, have a function as regards to participation? Or, can TV inform the citizens about various different ideas that will enable them to choose democratically? In the study, answers to the above mentioned questions will be sought on the basis of related programs and communities.

Keywords: Media, Communication, Television, Participation.

Özet

Günümüzde medya, sosyal yaşamın merkezinde yer almaktadır. En yaygın ve etkili kitle iletişim aracı olarak kabul edilen televizyon, gerek ürün gerekse izleyici yapısıyla dikkat çekmektedir. Bu iletişim yapısında, izleyici-oyuncu ilişkisinin belirsizleştiği program yapılarının ortaya çıkardığı medyatik toplulukların, demokratik katılım açısından bir işlevi olabilir mi? Ya da televizyon yurttaşların demokratik seçiminde bulunmasını sağlayacak, farklı düşüncelerden onları haberdar edebilir mi? Bu çalışmada, söz konusu sorular, ilgili programlar ve topluluklar temelinde cevaplanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Medya, İletişim, Televizyon, Katılım.

* Yrd.Doç.Dr., Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.

Giriş

Ülkemizde demokrasiden anlaşılan genellikle, bir 'parlamento düzeni', 'çok partililik' ve 'seçim' olmaktadır. Bir ülkede bunların olması da, demokrasi olduğu anlamına gelmektedir. Gerçekte ise her üç kurum da, "çoğulcu" bir anlayışı gerçekleştirmenin araçlarıdır (Tanilli;1993:11-12). Çoğulcu demokrasinin temelinde de, insanların her düşüncesini serbestçe ifade etme ve örgütlenme özgürlüğüne sahip olması yer alır.

İnsanların tüm mutluluklarının özünü oluşturan düşünsel mutluluğu için, düşünce ve ifade özgürlüğü Mill'de bazı nedenlere dayanır (Mill;1985:739).

Birincisi, herhangi bir düşüncenin ifadesi engellenirse, bu düşünce, kesin olarak bilinebilecek şeylere karşın doğru olabilir.

İkincisi, susturulan düşünce yanlış bile olsa, bunda bir parça gerçek bulunması olanaklıdır. Bu nedenle, gerçeğin geriye kalan kısmının tamamlanması olasılığı ancak karşıt düşüncelerin çarpışmasındadır.

Üçüncüsü doğruluğu belirlenmiş sayılan düşünce aynı zamanda gerçeğin bütünü bile olsa, ona ciddi şekilde itiraz edilmesine katlanılmadıkça ve fiilen itiraz olunmadıkça, o düşünceyi kabul edenlerin çoğunluğu tarafından, akla uygun nedenleri çok az anlaşılacak ve sezilerek, bir önyargı şeklinde inandırılır.

Tüm bunların sonucunda, öğretinin kendi anlamı da, kaybolmak, zayıflamak ve insan karakteriyle yaşam tarzı üzerindeki hayat etkisinden yoksun kalmak tehlikesine düşer.

Bu bağlamda, dogma oluşumunun engellenmesinde ve hakikatin ortaya çıkmasında ya da ona ulaşılmasında, en önemli araç, özgür kitle iletişim araçları olacaktır. Ancak, böylesi bir iletişim ortamı, insanların, sorgulama ve görüşleri düzeltme alışkanlığını geliştirilebilir, hakikatin yanlışla karşı zafer kazanmasını güvence altına alabilir (Keane;1992:36).

Böylesi bir ideal özgürlük anlayışı, halen İnsan Hakları Evrensel Beyannamesinin 19. Maddesinde ifadesini bulmuş olsa da, medya kuruluşlarının gerek sermaye gerekse siyasal iktidar karşısındaki konumunda tarihsel süreçte ortaya çıkan dönüşümler, bu alanı giderek

problemlili hale getirmiştir. Söz konusu problemlerin artması ve karmaşıklaşması, aslında iletişim araçlarının yaşamın ayrılmaz, hayati bir parçası haline geldiğinin de göstergesi olmaktadır.

Nitekim son yıllarda en yaygın kitle iletişim aracı olarak televizyonun gündelik yaşamdaki etkisi, çok sayıda araştırmanın yapılmasına yol açmıştır. Özellikle özel televizyonların sayısının artmasıyla şiddetlenen izlenirlik yarışısı, yabancı program formatlarının ülkemize girişini hızlandırmıştır. Söz konusu programlardan izleyici katılımı “Reality Show” “Pop İdol” olarak isimlendirilen yarışma programları, kamuoyunda tartışmalara yol açmış programlardır.

Bu tür izleyici katılımı programlarda, izleyici, programın yapısını oluşturan temel öge olmakta ve izleyici-oyuncu konumu geçişkenlik kazanmaktadır. Dolayısıyla kurgu ile gerçek belirsizleşebilmektedir. Diğer yandan, böylesi medya ürünlerinin yaygınlık kazanması, yeni bir topluluk biçimini karşımıza çıkarmıştır. Bunlar, medya aracılığıyla bir medya ürününe yönelen ve söz konusu ürünün var olmasında ya da devamlılığında yer alan insanların oluşturduğu topluluklar olmaktadır. Burada izleyicilerin ya da dinleyicilerin yönelimi bir programdan medyatik bir kişiye yönelik olarak değişebilen çeşitlilik gösterebilmektedir. Bu anlamda, medyatik topluluklar da bir televizyon programının sadık izleyicilerinden ya da program konuklarından oluşabildiği gibi bir ünlü kişinin sevenlerinin, taraftarının internet üzerinden kurdukları fan kulüpleri şeklinde oluşabilmektedir. Böylesi toplulukların varlık süresi, ilgili medya ürünlerinin varlık süresine bağlı olarak değişebilmektedir.

Burada ele alacağımız medyatik topluluklar da ulusal devlet ve özel televizyon kanallarında önemli izlenirlik düzeyine ulaşmış, izleyici katılımı programlar aracılığıyla oluşmuş topluluklar olacaktır. Bu programları seçmemizin temel nedeni, sıradan insanların da katılımına açık olmaları ve onları görünür kılmaları bağlamında (bu katılımdan beklenenler ve beklentiye sahip olan insanların özelliklerini konu dışında tutuyoruz) olağanüstü talep görmeleridir.

Dolayısıyla bu çalışmada amacımız, yoğun bir talebi içeren katılımın, siyasal bir katılımı ne kadar ilişki kurulabileceği ve

demokratik bir toplumun yaratılmasında nasıl bir yeri olabileceğini, eleştirel yaklaşım temelinde tartışmaktadır.

Bu nedenle, çalışmada örnek teşkil eden programlar, formatlarının genel özelliklerinin içerdiği ya da ortaya koyduğu iletişim ortamı, yapısı açısından değerlendirmeye alınacaktır.

1. Demokratik Katılım Açısından Medya

Bir devletin sosyal organizasyonlar üzerindeki kontrolünü rıza, katılma ve meşruluk düzeyiyle bağlantılı olarak sağlayabildiğini düşündüğümüzde, medyanın günümüzde daha da önem kazandığı görülmektedir. “Rıza”yı sağlamada devletin uygulayacağı en basit yaptırım, güç kullanmaktır. Fakat yalnızca güç kullanarak kontrolü kurmak olanaklı olmadığından, devletin toplumun geniş kesimlerinin onayına/rızasına dayanması, yani meşru görülmesi şarttır. Bu da ancak, toplumun üyelerinin, kolektif karar alma sürecine katılmasıyla gerçekleşmektedir. Diğer yandan, toplumda yer alan farklı organizasyonlar, devletin toplumun her alanını kontrol etmesini istemeyecekleri için, onlar da rıza, katılma ve meşruluk öğelerine dayanarak direnç göstereceklerdir. Böylece, onlar da aynı yolla, sosyal/siyasal yaşamın nasıl düzenlenmesi ve oyunun kurallarının neler olması gerektiği konusunda belirleyici olmaya çalışacaklardır (Sarıbay;1994:179–180). Bu süreçte medya farklı toplumsal kesimler için kilit bir role sahiptir.

Ayrıca belirleyici olma ya da etkin olma durumu, bir siyasal topluluğun üyesi olan birey tarafından tasarlanmış, gönüllü bir siyasal katılımı gerçekleştirir (Kalaycıoğlu;1984:200). Burada katılım çok farklı şekillerde ortaya çıkabilir. Örneğin Dahl, siyasal katılımın dört boyutunu dile getirir ki, her bir boyut bir öncekini kapsayacak özellik taşır. Bunlar; ilgi, önemseme, bilgi ve eylem olmaktadır (aktaran Baykal;1970:31-32). Burada önemli olan, en son aşamada bir eylemde bulunmaya yönelen bireyin, söz konusu karara nasıl vardığıdır. Diğer bir deyişle ilgisinin nasıl oluştuğu, hangi bilgi kaynaklarını kullandığıdır. Çünkü bu sürecin işleyişi, sonuçta eylemin yapısını belirleyecektir. Dolayısıyla, bir toplumdaki hâkim iletişim sisteminin işleyişi, bireylerin karar verme

süreçlerinde ‘ne kadar’ ve ‘nasıl’ yer alacakları konusunda son derece önemlidir.

“Yurttaşlık, modernliğin belirleyici özelliği olan, demokratik pratiğin merkezinde yer alır. İnsanların, farklılıklarının ve maddi koşullarının ötesinde, onurluluk açısından eşit oldukları ve gerek hukuksal, gerek siyasal anlamda eşit muamele görmek durumunda oldukları fikrine dayanır.” (Schnapper;1995:10). Dolayısıyla, modern ulusun kendine özgülüğü, toplulukları bir yurttaşlar cemaati şeklinde bütünleştirmesine ve bunun aracı olan devletin eylemini, söz konusu cemaatle meşru kılmasına dayanmaktadır. Bu meşruluğun, en yaygın sağlanma aracı olan demokratik seçim, toplumsal bağın sağlanmasının da ötesinde, gözlemlenebilir her çeşit toplumsal deneyime karşın, her yurttaşın bir diğerine eşit olduğu soyut bir siyasal alanın varlığını göstermektedir (55–106).

Bu süreçte, demokratik bir seçimin sağlanması da medyanın demokratik bir işleyişe sahip olmasına dayanır. Nitekim Thomeş J. Emerson, bu bağlamda medyanın demokratik işlevinin yurttaşlara yararını şu şekilde açıklar (Middleton&Chamberlin;1998,140–141).

“Bir yurttaş, sorunun tüm taraflarını, özellikle de farklı bir görüşü militanca savunanları dinleyebilmelidir. Bu yurttaş, tüm alternatifleri düşünmeli, kendi yargılarını karşıt fikirlerle karşılaştırmalı, yanlıştan vazgeçip doğruya ulaşabilmek için farklı düşünceleri tam olarak değerlendirmelidir. Tam aksine bilgi akışının, tartışmanın ya da fikirlerin çatışmasının baskı altına alınması bu yurttaşın en akılcı karara ulaşmasını önler ve yanlıştan sürekli hale gelmesine yol açar.”

Bu açıdan günümüz medya yapısına baktığımızda, karşımıza oldukça karamsar bir tablo çıkmaktadır. W.Mills (Mills;1974:436–440) dışımızdaki dünya ve toplumsal gerçeklerle ilgili olarak birinci elden ve kendi başımıza edindiğimiz bilgilerimizin ve düşüncelerimizin oranının azalmasına dikkat çekmiştir. Bu etki nedeniyle, günümüzde bireylerin dolaysız, kişisel yaşam deneyimleri bile gerçekten dolaysız ve kişisel yaşam deneyimleri olmaktan çıkmış; bunlar, basma-kalıp yakıştırmalar şeklinde biçimlendirilmiş ve örgütlendirilmiş dolaylı deneyimler durumuna indirgenmiştir. Bununla birlikte, kitle iletişim araçları dış dünyayı algılamada bir çeşit süzgeç rolü oynamakla da kalmayıp, bizi

bize, kendimize bile istedikleri gibi yansıtıp benimsetebilmektedir. Ne olduğumuzu, ne olmamız gerektiğini, dışa karşı nasıl görünmemiz gerektiğini benimsetebilen kitle iletişim araçları, yeni davranışlar edinmemiz, kendimizi bize söylenen tiplere benzetmemiz açısından da etkin olabilmektedir). Bu koşullarda Mills, kamunun gerekli araç ve olanaklardan yoksun kalması nedeniyle, rasyonel kararlar alabilme ve rasyonel eylemlerde bulunabilme gücünü de yitirdiğini, ileri sürer. Schiller ise, medya menajerlerinin, sosyal mevcudiyetin gerçeklerine tekabül etmeyen mesajları kasıtlı olarak ürettiklerinde, onların artık zihin menajerleri olduklarını belirtir (Schiller;1993:9). Böylesi mesajlara muhatap olan birçok TV izleyicisinin, dış dünyada olup bitenlerin kendisine ciddi biçimde aktarıldığını düşünerek, yanılgıya düştüklerini ifade eden Ramonet, bu durumu üç nedene dayandırmaktadır (Ramonet;2000:162-164).

Bunlardan ilki, bir kurgu olarak hazırlanan televizyon haber programlarının insanlara haber sunmak için değil, onları eğlendirmek için yapılmış olmasıdır.

İkincisi, kısa ve parçalar halinde sunulan haberlerin birbiri ardından hızla geçişinin, bir yandan insanı aşırı ölçüde bilgilendirirken, diğer yandan onu bilgiden yoksun kılan olumsuz etki yaratmasıdır.

Üçüncüsü de, hiçbir çaba harcamadan bilgi edinmeyi düşünmenin, uygarlık yolunda seferber olmaktan çok, medyanın yarattığı mitten kaynaklanan bir yanılgı olmasıdır. Buna karşın, gerçek haber alma çabası, demokrasilerde, vatandaşların belirli zamanı, parayı ve dikkati ayırmasını gerektirecek ölçüde soylu bir etkinliktir.

Gelinen noktada Postman'a göre temel sorun, televizyonun esasen dezenformasyon (yersiz, ilgisiz, parçalı ya da yüzeysel) denebilecek bir enformasyon türü yaratarak 'bilgilenme' nin anlamında değişiklik yapmasıdır. Bunun da temelinde, televizyonun eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların (haberler de dâhil) eğlence olarak sunulması yer almaktadır. Burada önemli olan, eğlenmek ama bilgilenmemek değil, doğru bilgileri yansıtan verileri ayırt edememe durumuna gelmesidir. Diğer bir deyişle, sorun cehalet değil, cehaletin bilgi olarak kabul edilmesidir (Postman;1994:99-120).

Tüm bunlardan hareketle, kitle iletişimde gelişmiş teknolojileri kullanan toplumlarda, televizyonun sahip olduğu işleyiş yapısının genel olarak olumlu olduğu söylenemez. Görünen o ki, kitle iletişim araçları yoluyla oluşan kültürel ortam, özgürleştirici, katılımcı ve demokratik olmaktan ziyade yaşamın her alanını kuşatan, baskıyı eğlence formatında içeren bir ortam olmaktadır.

Nitekim yurttaşlık sorunlarının medya üzerinden kurulan birlikteliklerde nasıl ortaya çıktığını ele alan bir çalışmada (Türkoğlu;2004:56-57) Türkiye'deki popüler medya tavrının, demokratik kültürün yurttaşlık hakları ve sorumlulukları yerine, ezilen vatandaşlık söylemini vurguladığına dikkat çekilmektedir.

Diğer yandan, bazı program formatlarının izleyici katılımı içermesi, özellikle izleyicilerin oylarıyla yarışma programları üzerinde yönlendirici olabilmeleri, izleyici ile politik seçmen tavrı arasında benzerlikler kurulmasına yol açmıştır (Van Zoonen;1994:3952). Gerçekten, yapılan çalışmalarda ileri sürüldüğü gibi söz konusu programlarda oy veren televizyon izleyicisi ve politik seçmen davranışı belli noktalarda benzerlik göstermektedir. Şöyle ki, ilk olarak her ikisi de bir performansın sonucu olarak ortaya çıkmakta; ikinci olarak, her ikisi de bilgi, tartışma, katılım, seçeneklerin tasavvuru ve uygulama olmakta; üçüncü olarak her ikisi de duygusal yatırımlara odaklanmaktadır.

2. Türkiye'de Televizyon

Bu noktada, 20. yy. başından itibaren modern, demokratik bir toplum kurma sürecine girilmiş olan Türkiye'de, toplumsal kurumların demokratik niteliği hala tartışmalı iken, çok kısa bir geçmişi olan televizyon yayıncılığının (kanal sayısı ve program formatı açısından) uluslar arası iletişim sektörü ile bütünleşmesi çok hızlı gerçekleşmiştir.

TRT, 1964 yılında özel yasayla özerk bir kamu tüzel kişiliğine sahip olarak kurulmuştur. 1972 anayasa değişikliği sırasında söz konusu özerklik kaldırılarak bir kamu iktisadi kuruluşu olarak yeniden düzenlenmiştir. 1984 yılına kadar, tek kanal ve siyah beyaz olarak süren yayınlar, kısa sürede çok kanallı ve renkli yapılmaya başlanmıştır. 1990'lı yıllar ise günümüz koşullarına geçişi sağlayan dönem olarak, özel

televizyonların yayına başladığı ve 'reyting' olayının ortaya çıktığı yıllar olmuştur (Çankaya;2003:232).

TRT'nin kuruluşunun ardından başlayan yurtdışından televizyon programı alımı, yerli yapım olanaklarının zorluklarıyla birlikte zamanla artmıştır. Son yıllarda ise yerli dizilerde ve yapımlarda bir patlama yaşanmaktadır. Bununla birlikte, medya sektöründe oldukça kârlı görülmesi nedeniyle, yabancı program formatların yerli uyarlamaları, olan programların artışı, bu alanda yeni bir tartışmayı da başlatmıştır. Özellikle tüm dünyada yaygınlaşan ve bir format endüstrisinin gelişmesinin de göstergesi olan "yarışma programları" izleyici katılımının artışı da gündeme getirmiştir.

2.1. İzleyici Katılımlı Programlar ve Özellikleri

Burada izleyici katılımını içeren programlarda bizim için önemli olan nokta, izleyici katılımının taşıdığı özellik olmaktadır. Bu açıdan Türk televizyon kanallarında 2004-2005 Yayın Döneminde Ulusal (TRT1) ve özel televizyon (KanalD, Star, Atv) kanallarında) yer alan programları temelde izleyicinin katılım biçimi açısından iki kategoriye ayırmak mümkündür.

1- Birinci kategoriye oluşturan programlar, izleyicilerin stüdyo konuğu olarak yer aldığı programlardır. Bunlar da kendi içinde ikiye ayrılabilir:

a- İlki, program konusunun, canlı kahramanlar temelinde stüdyodaki izleyici konuklarla ele alındığı programlardır. (Kadın programları gibi)

b- İkincisi de program konusunun, uzman ve stüdyodaki izleyici konuklarla tartışıldığı programlardır. (Siyaset meydanı, A takımı v.b. programlar)

2- İkinci kategoriye oluşturan programlar ise 'pop idol' ve 'reality show' olarak nitelenen yarışma programları olmaktadır.

Burada yaptığımız genel sınıflandırma temelinde sırasıyla, söz konusu programların temel özelliklerini ele almaya çalışacağız.

1.a. İlk kategorinin içinde yer alan program sınıflamamızın ilkinin 'Kadının Sesi' 'Serap Ezgü İle Biz Bize' (2005 yayın yılı) gibi kadın programları oluşturmaktadır.

Program düzeni; bu tür program mekânının merkezinde günün kahramanlarının ve sunucunun oturacağı koltuklar, sehpa, çiçek v.b. bulunmaktadır. Onu, koltuklara belli mesafede yerleştirilmiş basamaklı konuk izleyicilerin oturacağı sandalyeler çevrelemektedir.

Program içeriği; genel olarak ailevi sorunları konu edinmekle birlikte, konu kadının mağdur olduğu olaylarda somutlaşmaktadır. Aile içi şiddetin her türü konu edildiği gibi, kaçan, kaçırılan, aranan çocuklara kadar tema çeşitlenebilmektedir. Dolayısıyla sorunlar eşler arasında olabildiği gibi, dünür aileler gibi başka aileler arasında da ortaya çıktığı şekliyle ele alınabilmektedir.

Program konusunun ele alınmış biçimi ise, esas problemleri alanı oluşturmaktadır. Programın yayını sırasında sıkça ifade edildiği şekliyle, söz konusu programların amacı kadınların sorunlarını dillendirmek, onlara yardımcı olmak, dertlerine çare bulmaktır. Buna bağlı olarak, programlarda önerilen çözüm şekline baktığımızda ise belirtilen amaçlara ulaşma yapısının temel olarak mevcut sosyal koşulları beslediğini, ona meşruluk kazandırdığını söyleyebiliriz.

Şöyle ki, aile içinde yaşanan dayak, terk, aldatma, işsizlik, yasal olmayan birlikteliğin getirilebileceği çeşitli riskler gibi sorunların tek çözümü, resmi nikâh temelinde kurulması gereken bir aile birlikteliğini her ne pahasına olursa olsun sürdürmektir. Bu konularda bireysel kaynaklı sorunlar olarak ele alınmakta ve bunlara çözüm de tarafların geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin gereklerini yerine getirmekte bulunmaktadır. Bu nedenle sürekli kocasından dayak yediği için iki kez evini terk eden kadın, üçüncü kez evine dönmesi için ikna edilmektedir. Söz konusu ikna da, stüdyodaki izleyici konukların, telefonla katılan konukların ve özellikle sunucunun engin tecrübelerinden (!) gelecektir. İşin ilginç tarafı, 20 yıl önce tek televizyon kamu televizyonunda yayınlanan programlar da bile, geleneksel rollerin yanında modern yaşamın getirdiği rollere de vurgu yapılabiliyor olmasıdır (Çankaya, 232). Nitekim bugün de kamu televizyonunda (TRT 1) böylesi sorunların, bir sosyal güvenlik, eğitim v.b. sorunu olduğu gibi sosyal-

ekonomik arka plana vurgu yaparak tartışabilmektedir. Bununla birlikte TRT 1'de (2005 yayın döneminde) 'Gün Başlıyor' programında son dönemde, 'İnşallah', 'Maşallah', 'Allah korusun', 'Yaratılanı severim yaratandan ötürü', gibi dini temalı ifadelerin arttığı dikkat çekmektedir. Bu da, TRT ile siyasal iktidar arasındaki açık organik bağ düşünüldüğünde anlaşılır bir tutumdur.

Genel olarak baktığımızda ise hâkim özellikler;

Ele alınan konular, sosyal yapıdan bağımsız bireysel kaynaklı ailevi olaylara dayanmakta ve onlara bireysel temelde kısa vadeli çözüm bulunmaktadır.

Konunun kahramanlarının, olayları en duygusal şekilde anlatması sağlanmaktadır. Böylece; sevgi, aşk, nefret, öfke duyguları mümkün olan en çarpıcı şekliyle dillendirilmektedir. Bunun için sunucu, duyguları bu yönde tetikleyici sorularla, konukları kışkırtarak, onlara yardımcı (!) olmaktadır.

Bu süreçte konuk inceleyiciler, genel olarak ya olay kahramanını ya da ilgili diğer kahramanı suçlayıcı yargılar içeren ifadelerle programa katılmaktadır. Söz konusu problemleri insanların sorunları, gerek bir maddi yardım vaadiyle gerekse ilgili kişinin istenen şekilde davranış değişikliğine ikna edilmesiyle çözülmektedir. Ardından herkesin katıldığı alkışlarla herkes ödüllendirilmekte, böylece mutlu sona ulaşılmaktadır.

Burada önemli bir kural, konuk izleyicilerin sunucunun istemi dışında konuşma olanaklarının olmaması ve konuk istenilen tepkiyi göstermediği zaman konuğun sunucu tarafından açık ya da örtülü olarak azarlanabilmesidir.

Ayrıca, tüm konuklar duyguların doruğunda üzüntülerini ağlayarak ortaya koyarken, programa hareketli bir müzik ile ara verilme durumunda sunucunun herkesin alkışlarla tempo tutma, hatta ayağa kalkıp oynama durumuna geçmelerini sağlayabilmesidir.

Tüm bunların yanında konuk ağlayarak duygusal bir açıklama yaparken, sözü kesilip reklâm yayınına geçilmesi ve sonrasında hiç ara verilmemiş gibi aynı duygusallıkla konunun sürdürülmesi de çok sıradan bir uygulama olmaktadır.

Bu tür programlarda, programa telefonla katılan izleyicinin konumu da, konuk izleyiciden farklı olmamaktadır. Yani ancak sunucunun istediği zamanda, onun uygun gördüğü biçimde ve içerikte tepkisini dile getirebilmektedir.

1.b. İzleyici katılımlı programların ikinci grubunu yetişkinlere yönelik tartışma programları oluşturmaktadır. Bunlar “Siyaset Meydanı” “A Takımı” gibi, bir konunun uzmanlar ve izleyici konuklar temelinde ele alındığı programlar olmaktadır.

Bu programların mekansal düzeni, bir önceki programlarda görülen özel ev ortamından, uzaklaşması, ve sunucusuyla, uzman konukların dışında özellikle izleyici konuklar arasındaki mesafenin artmasıyla daha formel bir yapıya dönüşmektedir. Ayrıca, ilk grup programlarda sunucu mekânsal düzene uygun olarak hareket halinde olmasına karşın, bu tür programlarda ya çok az ya da hiç hareket etmemektedir. Burada hareket, sunucunun taleplerine göre izleyici konuklar arasında dolaşan yardımcı elemanlarda yaşanmaktadır. Böylece sunucu, konuklarla arasında mekânsal boyutta belirli bir iletişim mesafesi oluşturmaktadır.

İçerik açısından baktığımızda ise, burada daha çok siyasi ya da toplumsal kaynaklı gündemi oluşturan konuların ele alındığını görmekteyiz. Ayrıca, TV söz konusu gündemin belirlenmesi sürecinde de önemli bir işleve sahip olabilmektedir.

Biçimde ise (konunun ele alınış biçiminde de belirtilen programlar, aykırı görüşlerin ifade edilmesindeki zayıflık açısından benzemekte) gerek konuklarla diyalog biçiminde gerekse tartışma konusunun sunucu tarafından yönlendirilmesi, enformel bir dilden formel bir dil kullanmaya doğru (konu ve konuğa bağlı olarak) değişim gözlenmektedir.

Bunların yanında, hangi uzman ya da izleyici konuşun ne zaman ne kadar süre konuşacağı ve konunun hangi sorular temelinde ele alınacağı burada da sunucu tarafından tavizsiz şekilde belirlenmektedir. Dolayısıyla sunucu, burada da kolayca bir gerilim ortamı yaratabilmekte ya da tüm konuklar ortak bir görüşe sahipmiş gibi bir söylem hâkim kılınabilmektedir.

Ayrıca, reklâmların yayın zamanındaki kararlılık her iki program grubunda da aynı olmaktadır. Sıkça olmasa da gözlenen bir davranış biçimi de, uzman konuğun, (genel şeklinden ve içeriğinden rahatsızlık duyarak) programı olağanüstü koşullar dışında terk etmek istemesine şiddetle karşı konulmasıdır. Böyle olması durumunda ise, giden konuk, sunucu tarafından 'korkaklıkla' suçlanmaktan; 'niteliklerinin tartışma için yetersiz olmasına' kadar değişen düzeylerde ve şekillerde sert bir dille kınanabilmektedir. Ayrıca burada, televizyon programlarında yer alan uzman konukların medyatik bir topluluk oluşturup oluşturmadıkları da başlı başına bir tartışma konusu olabilir.

Son olarak, tüm olumsuzluklarına rağmen böylesi sosyal-siyasal temalı tartışma programların genel olarak, gece kuşağında yayınlanıyor olması da dikkat çeken bir uygulama olmaktadır.

2. İkinci kategorimizi oluşturan 'Pop İdol' ve 'Reality Show' olarak nitelenen yarışma programları, son yıllarda kültürlerarası yayıncılıkta önemli bir yönelim konusu olmaktadır.

Bu tür programların genel özellikleri olarak, şunları görmekteyiz:

Mekânsal düzenlemeye baktığımızda, "Biri Bizi Gözetliyor "Ünlüler Çiftliği" "Gelinim Olur musun", "İkinci Bahar" gibi "Reality Show" yarışma programları, ortak kullanım alanlarının kameralarla donatıldığı bir ev ortamında gerçekleşmektedir. Program sunucusu da farklı bir mekândan yarışmacılarla iletişim kurabildiği gibi bir ortak mekânda bazı yarışmacılarla belli zamanlarda bir araya gelerek de iletişim kurabilmektedir. 'Pop İdol' tarzı programlar ise 'Pop Star', 'Anadolu Rüzgârı', 'Türkiye'nin Yıldızları' gibi programlar, belli alanlarda yetenek sergilemeyi içeren stüdyo programları olmaktadır.

Program içeriğini ise, birinci grup yarışmada (Reality Show) olduğu gibi, yarışmacıların ev içinde kurulabilecek çok çeşitli ilişkiler yoluyla, izleyicinin dikkatini çekmek ve izleyicilerden en çok oy almaya yönelik etkinliklerinden oluşmaktadır. Bunun için birbirleriyle kavgaya edebilmekte, dedikodu yapabilmekte, duygusal ilişkiler kurabilmektedir. Sonuçta yarışmacılar büyük ödüle ulaşabilmek için yetenekleri temelinde çeşitli stratejiler geliştirebilmektedir.

İkinci grup yarışmada (Pop İdol) ise, yarışmacılar tüm becerisini, bir sahne ortamında jüri üyelerine ve izleyicilere göstermek zorundadır. Buradaki performanslarıyla izleyicilerden alacakları oylar, yarışmacıların başarılarını belirlemektedir.

Bu yarışmalarda iki nokta çok önemlidir. Birincisi en çok oy alan yarışmacı bir diğerini yarışmadan elemek zorundadır. İkincisi de jürinin ya da sunucunun taleplerine asla itiraz etmemesi gerekmektedir. Bu koşulları daha da pekiştiren konu, buradan da önceki programlarda olduğu gibi yarışmacı konumundaki katılımcının yarışmayı terk etmesine izin verilmemesidir. Böylece esas olan, yarışmacıların duygu patlamaları (ağlama krizleri, öfke nöbetleri v.b. şekillerde) üzerine kurulu bir eğlencenin devam etmesini sağlamaktır.

Tek amacın eğlence olduğu böylesi programlar “prime-time” denilen televizyonun en çok izlendiği zaman diliminde yer almakta ve yayın süresi gece kuşağına kadar genişleyebilmektedir. Ayrıca, bu tür bir programın (Gelinim Olur musun?) izlenirlik düzeyinin, ülke geleceğini ilgilendiren uluslar arası bir olayı yayınlayan programdan (Avrupa Birliği görüşmeleri) bile daha yüksek çıkması, günlerce medya gündemini meşgul etmiştir. Yarışmacı olabilmek için programa başvuranların sayısında ve izlenme oranlarında ortaya çıkan yapı, izleyicilerin de böylesi bir eğlenceye yönelik eğilimini göstermesi açısından son derece önemlidir
(<http://www.hurriyetim.com.tr>,19.12.2004 magazinci.com,20.12.2004-).

2.2. Medyatik Topluluklar ve Demokratik Katılım

Bu aşamada, söz konusu programlar temelinde ister stüdyo konuğu olarak isterse tele konuk/tele katılımcı olarak, ortaya çıkan medyatik (tarafar) izleyici topluluklarının yaygınlaşması, siyasal ilgi, bilgi ve çabayı geliştirebilir, onları bilinçli katılımcı bir yurttaş olma yönünde etkileyebilir mi, sorusuna olumlu cevap vermek mümkün değildir.

Televizyonun, haberlerin ve bilginin kitlesel aracı olduğu toplumlarda kamuoyu düşüncesi ya da oluşumu üzerindeki önemli etkisi göz ardı edilemez. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, kitle iletişim araçlarının kullanım alanı ve yapısı çok iyi belirlenmelidir. Demokrasi

sorununun sürekli gündemde olduğu böylesi ülkelerde, demokratik katılımın işlerlik kazanması için, ülke ve dünya gündeminde yaşanan olayların bilinmesi ve duyarlılıkların arttırılması gereği, en yaygın iletişim aracı olarak televizyonu vazgeçilmez bir araç kılmaktadır.

Bu bağlamda gerçeklik olgusu içinde bazılarının seçilmesi, olayların bütünlüğünün algılanamamasına ya da yanlış olarak algılanmasına yol açmaktadır. Nitekim bu durum zamanla, insanların anormal durumları normal durumlar gibi algılamalarına neden olabilecektir. Groombridge, televizyonun demokratik bir araç olarak kullanılabilmesi için toplum, televizyon ve izleyici arasında bazı oluşumların gerçekleştirilmesini zorunlu görür. Bu temelde, teknolojinin gelişiminin doğrudan doğruya katılım gereksinimini zamanla zorunlu kıldığını belirtir. Özellikle doğrudan kurulan telefon hatlarıyla izleyenlerin tartışma programlarına, sansüre uğramadan katılabilmesini, demokratik katılım açısından çok önemli bir gelişme olarak değerlendirir. Bu konudaki deneyimlerin, izleyicilerin genel olarak mantıkları ile değil, duyguları ile davrandıkları ve heyecanlarının yönlendirmesine uygun sorular sordukları biçiminde gözlendiğine dikkat çeker. Ona göre, bu tür programlardan sonra ortaya çıkan sonuçların, politik bir baskı ögesi olarak kullanılabilmesi, böylesi bir yöntemin işlerlik kazandığını gösterir (Groombridge;107-118).

Diğer yandan, teknolojileri, egemen toplumsal yapı ve ilişkileri yeniden üreten araçlar olarak düşündüğümüzde, insanların sosyal yaşam üzerinde yönlendirici olabilen süreçlere katılımlarında, iletişim teknolojileri ile ilişkilerinin yapısı çok önemli olmaktadır. Dolayısıyla toplum, televizyon ve izleyici arasında kurulacak ilişki ya da dengenin yapısı ya hâkim yapıyı üreten ya da değiştiren şekilde ortaya çıkacaktır. Diğer bir deyişle, kurulacak iletişim ortamı ya belirli kesimin katılımını meşrulaştıracaktır ya da geniş bir katılımı motive edecektir.

Mevcut liberal-kapitalist medya sistemi içinde ana akım medya olarak konumlanan ve hâkim olan medya kurumlarının dolaşıma soktuğu kültürel ürünler, başat toplumsal zihniyeti üreten ürünler olmaktadır. Bu nedenle, söz konusu ürünlerle insanların ilişkilerinin yapısı doğrudan toplumun içerdiği demokrasi anlayışının bir ifadesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Dolayısıyla, insanların bir topluluğun oluşturucusu ya da kurucu olarak nasıl konumlandığı ve oynadığı rolün içerdiği katılımın nasıl bir katılım olduğu çok önemli olmaktadır. Bu noktada Chomsky, rol yapısı ve demokratiklik ilişkisini şu şekilde ortaya koymaktadır (Chomsky;1995,18).

“Demokratik toplumlarda düşünce kontrolü kavramı-veya demokratik bir toplulukta seçeneklerin hiyerarşik ve baskıcı özel kurumlar vasıtasıyla yapılandırılması – ilk nazarda çelişkili bir durum gibi gözükebilir. Bir topluluk, bireylerinin toplum meselelerinde üstlenebildiği aktif rol derecesinde demokratiktir. Düşünceleri kontrol altında tutuluyorsa, seçenekleri birileri tarafından sınırlandırılmışsa oynadıkları rolün anlamlı bir rol olduğunu söylemek doğru olmaz. Kontrol, kontrolörlerin ve hizmetinde bulunduğu kesimin elinde demektir.”

Bu aşamada Curran’ın Habermas’tan hareketle oluşturduğu medyanın demokratik toplumdaki rolüyle ilgili modeli dikkat çekmektedir (Curran;2002:185). Bu model, içinde kamu yararını etkileyebilecek her türlü bilgiye erişimin sağlandığı, tarafsız bir bölge olarak nitelenebilecek, özgür bir tartışma alanının olduğu ve kamusal tartışmalara katılan herkesin tartışmayı eşit konumlarda sürdürdüğü bir kamusal modeldir. Ve medya bu süreci, kamusal bir tartışma arenası haline gelerek ve yurttaşları kamuoyu biçiminde bir kamusal organ halinde yeniden kurarak kolaylaştırır.

Bu açıdan, ele aldığımız katılımcı programların, ortaya konuluş biçimi ve düzeyi farklılaşmakla birlikte, temel özelliğine baktığımızda, katılımcılar üzerindeki yönlendirici format yapıları dikkat çekmektedir. Buna bağlı olarak da, katılımcı izleyici rolü, pasif bir rol olmaktadır.

Katılımcı programların, “tarafsız” soruları içermesi zorunluluğu ve bunun için ön hazırlıkların yapılması gereği olarak iki önemli ön sınırlayıcıyı dikkate aldığımızda (Groombridge,121), söz konusu programların egemen toplumsal uzlaşmaları sürekli üreten, medya ürünleri olduğunu görürüz. Bu anlamda, tanımladığımız şekliyle medyatik topluluklar da, bu sürece hizmet eden topluluklar olmaktadır.

Sonuç

Genel özellikleriyle ele aldığımız televizyon programlarının (tartışma programları “Reality Show”, “Pop İdol” tarzı yarışma programları) en belirgin özelliği canlı programlar olmalarıdır. Ayrıca, bu programlar nitelikli bir televizyon filmi ya da dizisi ile kıyaslandığında daha ucuza mal olan ürünler olmaktadır. Dolayısıyla, izlenme düzeyi düştüğü zaman rahatlıkla yerine benzer başka bir program geçirilebilmektedir. Böylesi hızlı tüketim, program kahramanlarını ya da programları çok çabuk unutturabilmektedir. Bu da insanların hafızasını güçlendiren değil zayıflatan bir işleyiş olmaktadır. Bununla birlikte, yine de bu programların üretilme aşamasında, izleyicinin tercihlerini yakalamaya dönük çalışmaların verileri, söz konusu programlar içinde temel hareket noktasını oluşturmaktadır. Bu nedenle televizyon ürünlerinde içerilen gerçek, önceden düşünülmüş, tasarlanmış, kimi nasıl etkileyeceği üstünde çalışılmış gerçektir. Bu da zaten kitle iletişimin temel özelliklerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır (Thompson;1990:218–221).

Sürekli gelişen ve yaygınlaşan iletişim teknolojilerinin temel etkisi zaman-mekan ilişkisinde yarattığı kırılma ile, insanları tamamen kuşatan bir etkileşim ortamı yaratmasıdır. Böylece her yerde mesafeler birbirine karışmaya ve ortadan kalkmaya başlamıştır. Cinsiyetler arasında, sahne ile salon arasında, gerçeğin taklidi arasında giderek mesafe ortadan kalkmaktadır. Böylece her şey üzerinde karar verilemez bir hale gelmektedir. Canlı yayınlanan izleyici katılımlı sabah programlarından, ‘Reality Show’lara kadar değişen programlarda, herhangi bir olayın canlı izlenmesi ve kısa sürede televizyonda gösterilmesiyle, hayat ve hayatın taklidinin iç içe geçtiğini görebilmekteyiz. Böylece izleyiciler, birinin hayatına girer gibi bir ekranın içine girebilmekte ve sahne ile salon ayrımı ortadan kalkabilmektedir. Bu aşamada televizyonun tüm gücü de, tehlikesi de, hayatı görüntüye ve gösteriye dönüştürülebilmesinde yatmaktadır. Böylece televizyon, toplumsal ve siyasal var oluşa ulaşmanın aracı haline gelebilmektedir. Bu koşullarda, söz konusu var oluşu sağlayacak olan televizyon için gösteriler üretmek gerekmektedir (Baudrillard;2001:130–131).

*Yeni Bir Katılım Biçimi Olarak Medyatik Topluluklar
(Mediatic Communities as a New Form of Participation)*

Sonuçta, bu bağlamda insanların önünde iki tane yol olduğunu söyleyebiliriz.

Bunlardan ilki ki mevcut koşullarda en kolay olanı budur, televizyon ürünlerinin taraftarları olarak, mevcut kitle iletişim sürecine katılmaktır. Böylece hâkim oyunun bir parçası olarak var oluşumuzu gerçekleştirdiğimizi düşünebiliriz. Açık ki, bu aslında bir var oluş değil aksine yok oluştur.

İkincisi ise, televizyon temelinde ortaya konan oyunun tüm cazip tekliflerine karşı durarak oyun kurucu olabilmenin koşullarını yaratabilmektir. Bunun da yollarından birinin taraftarlık temelinde ortaya çıkan medyatik topluluklar oluşturmaktan geçtiğini söylemek mümkün değildir. Bu tür topluluklar, ancak mevcut iletişim sistemini meşrulaştırma işlevi görebilirler.

Çünkü görüldüğü üzere bahsedilen programlar izleyicileri farklı düşüncelerden haberdar etmekten ve kendi yargılarını karşıt düşüncelerle değerlendirme olanağı sunmaktan uzak programlardır. Böylesi insanın zihin yapısını körelten bir kuşatılmışlık içinde yapılacak tercihler özgür bir iradenin ortaya koyduğu tercihlere benzemeyecektir. Diğer bir ifade ile özgür bir iletişim ortamında oluşmayan bütün tercihler de, modernliğin belirleyici özelliği olan, demokratik pratiğin merkezinde yer alan tercih olamayacaktır.

Kaynaklar

- BAUDRILLARD, Jean (2001), Tam Ekran (Çev: B. Gülmez), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BAYKAL, Deniz (1970), Siyasal Katılma, Ankara: A.Ü.S.B.F. Yayınları.
- ÇANKAYA, Özden (2003), TRT: Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: 1927–2000, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- CHOMSKY, Noam (1995), Demokrasi Gerçek ve Hayal, İstanbul: Pınar Yayınları.
- CURRAN, James (2002), “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme”, *Medya, Kültür, Siyaset* (Der: Süleyman İrvan), Ankara: Ark Yayınevi.
- GROOMBRIDGE, Brian (), Televizyon ve İnsanlar :Demokratik Katılım Açısından Medya, İstanbul: Der Yayınları.
- <http://www.hurriyetim.com.tr/haber.19.12.2004>
- <http://www.magazinci.com/content.asp.20.12.2004>
- <http://www.trt.net.tr.2.05.2005>
- KALAYCIOĞLU, Ersin (1984), Çağdaş Siyasal Bilim, İstanbul: Be-Ta Yayınları.
- KEANE, John (1992), Medya ve Demokrasi (Çev. H. Şahin), İstanbul: Ayrıntı Yay.
- MIDDLETON K.R. & CHAMBERLIN, B.F. (1988), The Law of Public Communication, New York: Logman, Aktaran, İRVAN, Süleyman, (1995), *Demokratik Sistemde Medyanın Rolü*, Birikim 168-169.
- MILL, John Stuart (1985), Özgürlük Üstüne (Çev. A. Ertan), İstanbul: Belge Yayınları.
- MILLS, C.Wright (1974), İktidar Seçkinleri (Çev. Ü. Oskay), Ankara: Bilgi Yayınları.

*Yeni Bir Katılım Biçimi Olarak Medyatik Topluluklar
(Mediatic Communities as a New Form of Participation)*

- POSTMAN, Neil (1994), *Televizyon: Öldüren Eğlence*, (O. Akınhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- RAMONET, Ignacio (2000), *Medyanın Zorbalığı* (Çev: A. Derman), İstanbul: Om Yayınevi.
- SARIBAY, Ali Yaşar (1994), *Siyasal Sosyoloji*, İstanbul: Der Yayınları.
- SCHILLER, Herbert (1993), *Zihin Yönlendirenler* (Çev: C. Cerit), İstanbul: Pınar Yayınları.
- SCHNAPPER, Dominique (1995), *Yurttaşlar Cemaati* (Çev: Ö. Okur), İstanbul: Kesit Yay.
- TANILLI, Server (1993), *Nasıl Bir Demokrasi İstiyoruz?*, İstanbul: Cem Yayınları.
- THOMPSON, John B. (1990), *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, Cambridge: Polity Press.
- TÜRKOĞLU, Nurçay (2004), 'Bereketli Kimlikler ve Televizyonda Kültür Vatandaşlığı', *Kültürel Üretim Alanları-Renkli Atlas*, İstanbul: Babil Yayınları.
- VAN ZONEN, Liesbet (2004), 'Imagining the Fan Democracy', *European Journal of Communication*, 19.