

Dr. Rıdvan Őentürk\*

# Fiske ve Hartley'in Televizyon Teorisi

## Abstract

---

The first serious and holistic theory on television after the 1950s, by the time television has began to occupy an efficient position in the whole social life and to dictate itself as an indispensable part of everyday life, was developed by McLuhan in 1960s. McLuhan, who became famous with his slogan "the medium is the message", developed his theory by focusing particularly upon the logic of the technical perception and technological function of the medium of television. Nevertheless, McLuhan's theory on television was criticized to be lacking in a thematic analysis that is to be made from the aspects of social and cultural values. In this respect, Raymond Williams attempted to make up for that deficiency in 1970s with his theoretical approaches suggesting that not only the techniques of narration but also the contents of programs might exert influences on the social perception and could transform values. On the other hand, what makes Fiske and Hartley noteworthy is the fact that they contributed to the aforesaid theoretical accumulation in 1980s with new approaches within the frame of the qualitative content analysis and also, especially, within the frame of semiology. Particularly, although Fiske's theory on television exposed a patched structure composed of Marxism, semiotics, post-structuralism and ethnography, it failed to introduce any serious approach as regards to the aesthetic language or cultural effect of the image on television.

## Key Words

---

**Culture, content, analysis, communication, value**

\* İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi  
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü  
[rsenturk@itucu.edu.tr](mailto:rsenturk@itucu.edu.tr)

## Giriş

Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi'nin İngiltere'de 1970'li yıllarda medya alanında yaptığı çalışmalarda, Roland Barthes'ın 'Mythologies, (1957)' adlı eserinin ve Louis Althusser'in sol görüşlü yapısalcı yaklaşımlarının etkisiyle McLuhan'ın, televizyonun teknolojik özelliklerine vurgu yapan görüşleri eleştirilmeye başlandı. Bu dönemde özellikle Raymond Williams 'Television: Technology and Cultural Form, (1974)', John Fiske ve John Hartley 'Reading Television, (1978)' adlı eserleriyle program ve metin teorilerini toplumsal bakış açıları ve değer yargularıyla birleştirmeye çalıştılar. Daha sonra, 1980'li yıllarda, yapılan bu film ve metin teorisi ağırlıklı tartışmaların etkisiyle televizyonun dokusu özellikle göstergebilimsel tartışmalar çerçevesinde araştırılmaya başlandı.

John Fiske ve John Hartley birlikte, 70'li yılların başında televizyonun nasıl seyredilmesi, görülmesi ve anlaşılması gerektiğine dair birçok çalışma yaptıktan sonra onları dünya çapında meşhur eden 'Reading Television, (1978)' adlı eseri yazdılar. İdeoloji eleştirisi ve göstergebilimden oluşan teorik bir amalgam olan bu eserin önsözünü ise Fiske ve Hartley'in düşüncelerinin arka planında önemli bir yer tutan Stuart Hall yazdı.

Kitabın ismine bakıldığında göze çarpan 'reading/okumak' sözcüğü esasen Fiske ve Harley'in, resimlerin retorik karakteri ve algılayıcıda çeşitli okuma biçimlerinin birlikte mevcut olduğu düşüncesinden hareket eden Roland Barthes geleneğine bağlı olduğunu göstermektedir. Fiske ve Hartley, kendi televizyon teorilerini oluştururken, aynı dü-

şünce geleneğine yakın duran Raymond Williams'ın anlam ve değerlerin medya tarafından üretildiği yargısından hareket ederek göstergeyi tarihsel ve geleneksel süreç içinde kavramaya çalışmaktadırlar.

Özetle söylemek gerekirse, Fiske ve Hartley'in eseri teori tarihinde önemli bir geçiş sürecini işaretlemekte, geleneksel edebiyat eleştirisinden ve iletişim araştırmalarının niceliksel içerik analizlerinden, televizyonun elektronik medyumunun kendine özgü, anlam üretici özelliğinin analizine kadar geniş bir alanı kapsayan medya teorisi için temel bir metin oluşturmaktadır.

Çalışma işte bu temel metnin dilini çözmeye çalışarak, daha sonra yapılacak olan televizyon teorisi tartışmalarının kendilerini üzerinde geliştirebilecekleri tarihsel arka planı olan kavramsal bir dokunun oluşmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

## Teorik Arka Plan

Fiske ve Hartley'in televizyon teorisi- ne ilişkin çalışmalarının arkasında Stuart Hall'ın, Raymond Williams'ın görüşlerini de etkileyen 'Encoding, decoding' adlı makalesi bulunmaktadır. Stuart Hall tarafından 1973'de kaleme alınan ve daha sora geliştirilerek 1993'de Simon During'in editörlüğünde yayınlanan 'The Cultural Studies Reader, 1993'de tekrar okuyucuyla buluşan bu makale özellikle İngiltere'deki televizyon araştırmaları üzerinde önemli bir etki uyandırmıştır.

Bu metinde televizyon, Michel Foucault'un toplum ve hükümlerlik söylemi bağlamında kavranmaya çalışıl-

maktadır. Stuart Hall bu çalışmasında, Foucault'un söylemine yeni boyut kazandırarak, çevrimsel biçimde yapılandırılmış bir iletişim konsepti eklemektedir. Yayıncı, mesaj ve alıcı arasında doğrusal bir ilişki kuran kitle iletişim modellerinin aksine Stuart Hall, televizyon ve alıcı arasında çevrimsel bir iletişim modeli geliştirmiştir. Hall'in televizyon modeli, üretim, yayım, tüketim ve televizyon mesajlarının ve anlam yüklemelerin yeniden üretimi arasında çevrimsel bir ilişki öngörmektedir. Söylem biçimi olarak televizyon, Stuart Hall'a göre belirli güç ilişkilerini yansıtmaktadır. Stuart Hall'ın yaptığı tespite göre, şimdiki kadarki kitle iletişim araştırmaları kültürel söylemleri güç ilişkilerinden bağımsız olarak tartışmaktadır.

Hall'ın üretim, yayım, tüketim ve kültürel mesajların yeniden üretimini öngören çevrim modeli kendine dolaylı biçimde Marks'ın eşyanın sirkülasyonu modelini örnek almaktadır. Bu bağlamda Hall'ın çevrimsel modeli tez olarak anlamların zorunlu olarak mesaj formunda üretilerek düzenlenmesini ve aynı form içinde dolaşımını savunmaktadır. Hall burada, açıkça ifade etmese de, Marks'daki değer ve kullanım değeri ayrımı gibi, gösterge ve anlam arasında ayrım yapılması gerektiğini düşünmektedir.

Anlamların üretilmesi, bir başka deyişle üretici tarafından kodlanmasının kültürel bir geçmişinin olduğunu söyleyen Hall, mesajların tarihsel ve kültürel anlamda biçimlenmiş bir seyirciye ulaştırılması gerektiğini düşünmektedir. Fakat Hall'a göre programların yayınlanarak yayılması tüketicide (seyircide) tamamıyla heterojen okuma biçimlerine (kod çözümlemesine) yol açmaktadır.

Hall'a göre, her ne kadar ikonik gösterge dilsel bir göstergeye nispetle daha az keyfilik arz etse de, resim, resmedilen nesneyle olan ilişkisinde, bir şeyi tasvir eden kelimenin nesnesiyle olan ilişkisine nispetle çok daha fazla benzer ve ortak yanlar ifade etse de, televizyon karışık, algıda mutlaka değişikliğe uğrayan kodlardan oluşan çok çeşitli bir gösterge sistemi sergilemektedir.

Seyirci algı eylemi sayesinde mesajların yeniden üretimini temin etmekte ve böylece mesajları farklı bir düzleme aktararak kendi günlük hayatında ve çevresinde inşa etmektedir. Seyircilerin mesajların çevrimini tamamlamasıyla mesajların yeniden üretimi program yapımcılarına geri dönmekte ve böylece program konsepti etkilenmektedir.

Hall'ın modelinde bütün alanlar farklı işlev görse de, alanlar arasındaki ilişkiler tesadüfi değildir. Nitekim Hall çevrimin gerçekleşmesi için, kod çözümlemenin mutlaka gerçekleşmesi gerektiğini düşünmektedir. Fakat kod çözümleme yalnızca mesajların geçerli sosyo-kültürel şablonlara uyması durumunda mümkün olmakta, aksi takdirde üretim ve yayım arasındaki akış kesintiye uğramaktadır.

Çevrime tabi olan mesajların temel yapısı toplumda hükümlen olan güç ilişkilerini inşa etmektedir. Kodlama ve kod çözümleme ilke olarak iktidar söylemine bağlıdır ve böylece yapılanmaktadır. Hall, kod çözümlemelerin kendini kodlamadan, hâkim ideolojinin kendini bildirmesinden ayrı tutabilmesinin mümkün olduğunu düşünmekte, açıkça herhangi bir manipülasyon teorisinden söz açmamaktadır. Hall daha çok, Barthes ve Althusser'i takip ederek, sembolleştirme süreçlerinin esasen ideolojik alanlara ait

olduğunu kabul etmektedir. Fakat kodlama ve kod çözümlenme birbirinden ayrılsa da, sonuçta her ikisi de içinde oluştukları hâkim ideolojinin söylemi tarafından belirlenmektedir. (Hall, 1993: 90-103)

Hall'in medya teorisinde bir metot oluşturabilmek için, Gramsci ve Alhusser'in ideoloji eleştirisini, kültürel üretimlerin eleştirisi olarak işlev gören yeni semiyotikle birleştirmeye çalışmaktadır. Modeli sistematik-işlevsel bir özelliğe sahipken Hall, tarihsel ideoloji eleştirisini tarihüstü-yapısalcı bir biçimde uygulamaktadır:

Her toplum kültürü, farklı yargı oluşturma biçimleriyle, kendi toplumsal, kültürel ve politik dünyasının sınıflandırmalarını empoze etme eğilimindedir. Bu ne tek anlamlı ne de itiraz edilemez olan **hâkim bir kültürel düzen** teşkil etmektedir. (1993: 98)

Hall daha sonra 1982 yılında yayınladığı "The rediscovery of 'ideology': Return of the repressed in media studies" adlı makalesinde şu sorulara cevap aradı: İdeoloji nasıl oluşur? İdeoloji toplumsal bir formasyon içindeki diğer pratiklerle nasıl bir ilişkide bulunmaktadır? İktidar ve medya söyleminin karşılıklı ilişkisi nasıldır? Televizyon genel kabule uygun anlam üreten toplumsal ve politik bir uyum faktörü olarak nasıl bir rol oynamaktadır?

Televizyonun bu şekilde ideolojik açıdan eleştirilmesi daha sonra özellikle Amerika'da da yankısını buldu ve medya daha çok toplumsal ve tarihsel ilişkiler içinde incelenmeye başlandı. Bu alanda, televizyonun toplumsal ve kültürel bağlamda ideolojik eleştirisini yapan isimler arasında Farrel Corcoran, Douglas Kell-

ner ve Mimi White gibi araştırmacılar bulunmaktadır. Farrel Corcoran ilk defa 1984 yayınladığı 'Television as Ideological Apparatus: The Power and the Pleasure' adlı makalesinde ideolojik yaklaşımların modern eleştiriye geri dönmüş olmasının bir bunalımın var olduğunu ve alternatif dünya görüşü arayışlarının kabul gördüğünü gösterdiğini söylemektedir. (1987: 534) Douglas Kellner ise makalesinde Amerikan toplumuna hâkim ideoloji ile televizyon ilişkilerini araştırmakta, televizyonun ideoloji üreten özelliğinin yerine iyimser ve eşitlikçi popüler kültür tasarımının ikame edilmesi çalışmalarını eleştirmektedir. (1987: 471-503) Öte yandan aynı yıllarda David Barker, Stuart Hall'in düşünceleriyle uyum içinde, kamera ve montaj gibi televizyonun üretim araçlarının birer ideoloji taşıyıcısı olduğu düşüncesini işlemiştir. (1987: 179-196) Mimi White ise televizyonun ideolojik-eleştirel analizinin Angloamerikan tarzını yeniden yapılandırmaya çalışmıştır. (1987: 134-171)

Stuart Hall'in çalışmalarıyla ivme kazanıp geniş bir çevrede yankı bulan bu ideolojik eleştiri süreci ve oluşturduğu entelektüel atmosfer içinde Fiske ve Hartley bu döneme mühürünü vuran iki isim olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

## Yöntem ve Araç Sorunu

John Fiske ve John Harley, Stuart Hall ve Raymond Williams'ın görüşleri doğrultusunda ve McLuhan'a karşıtlık oluşturacak biçimde program içeriklerini analiz etmeye başladılar. Fiske ve Hartley çalışmalarında, televizyondaki mesajların ancak kültürel ve toplumsal ilişkiler çerçevesinde anlaşılabilieceği yargısının

dan hareket ettiler. Fakat bu analizlerin sağlıklı sonuç verebilmesi için, araştırma-  
da kullanılacak araçların doğru belirlen-  
mesi gerekiyordu. Bu bağlamda Fiske ve  
Hartley edebiyat, daha yerinde bir tabirle  
dilbilim araçlarının medyanın anlaşıl-  
ması için uygun olmadığını tespit ettiler.  
(1978: 14)

Bu bağlamda televizyon söylemi, Fiske ve Hartley'e göre, edebi söyleme nispetle farklı bir işlev görmektedir. Fiske ve Hartley, McLuhan'ın her iletişim sisteminin kendine özgü bir dil oluşturduğu görüşünü benimsemektedirler. Televizyonun dili, John Fiske ve John Hartley'e göre, toplumun bütün katmanları için tanıdağ ve güvenilir bir tecrübe formu oluşturmaktadır. Televizyonu kullanmak ve zevk almak için bundan başka bir şarta gerek duyulmamaktadır: "[...] Televizyonu böyle önemli, büyüleyici ve analizini yapmayı zor kılan, onun kültürümüze yakınlığı ve merkezi konumudur. O daha çok konuştuğumuz dil gibidir: bahşedilmiş ve hep olmuş gibi kabul etmek." (1978: 16)

Fakat iyice bakıldığında 'dil'in gerçek yüzü, analiz edilmeye ve yorumlanmaya ihtiyaç duyan anlamların taşıyıcısı olarak ortaya çıkmaktadır. Televizyon metni denildiğinde, asla yazılı bir metin kastedilmemekte, sadece mecazi anlamda dil kavramına işaret edilmektedir.

Fiske ve Hartley'e göre yazılı metinlerin etkisi kıvama, sebep-sonuç ilişkisinin anlatımcı gelişimine, evrenselliğe, soyutlamaya, açıklığa ve belirli bir anlatımcı konumun mevcudiyetine bağlıdır. Buna karşın televizyon gözden kaııcıdır, episodiktir ve istisnai, somut ve dramatik olanı tercih etmektedir. Bu bağlamda televizyonun metinsel mantığı, tiyat-

ro oyunları ve filmlere benzer biçimde yazı işaretlerini neredeyse hiç içermeyen bir işitsellik ve grselliktir. (1978: 15) Bu durumda bilimin kendisinin medyuma uygun düşecek bir dili geliştirmesi gerekmektedir. Bu erevede Fiske ve Hartley "medyumun kendine özgülüğünü ve tarih içindeki yerini dikkate alacak bir deyim formüle etmek zorundayız." demektedirler. (1978: 16) Bu amaçla, Fiske ve Hartley'e göre "televizyon programlarını inşa eden göstergelerin kodlanmış sekanslarının başarılı biçimde kod çözümünü yapabilecek ve kimliğini tespit edebilecek" (1978: 16) esasen dilbilim ve semiyotikte geliştirilmiş olan kavramsallıkların kullanılması gerekmektedir.

Anlaşılan o ki, Fiske ve Hartley ağdaş film teorisinde olduğu gibi yalnızca televizyonun semiyotiğini geliştirmek değil, daha çok Raymond Williams'ın öncülüğünde medyumun tarihselliğini kavramak ve televizyonu kültüre özgü bir yapay doku olarak tanımlamak istemektedirler:

Televizyon bir insan tasarımıdır ve yaptığı iç insani bir seçimin, kültürel kararın ve toplumsal baskının bir sonucudur. Medyum cevabını içinde bulunduğu ve varlığını sürdürdüğü şartlara vermektedir. (1978: 16)

Konuşma dili ile televizyon arasındaki ortak özellik, her ikisinin de gerçekliği kültürün belirlediği yapılar, ritüeller ve kavramlar çerçevesinde medyaya dönüştürmesi, arasallaştırmasıdır. Bu anlamda kendine özgü bir söylem olan televizyon bize her gün toplumsal ilişkilerimizin ve kültürel algılarımızın yeni bir çerçevesini sunmaktadır. Böylece oluşan televizyon gerçekliğinin doğru irdelenmesinin, toplum ve işleyiş biçimini daha iyi

anlayabilmemize katkı saęlayacaęı dūřunlmektedir.

Bu amaçla Fiske ve Hartley, içerik analizi ve metin analizi arasında paradigma değişiminin gerekli olduğunu dūřunmekteler: Niceliksel içerik analizleri yalnızca aşıkar olan içerikleri kavrayabilir ve aralarında ilişki kurabilir. Bu durumda potansiyel yapılar analizin yorungesinden uzaklaşacak, işlenmemiş olarak kalacaklardır.

## Niteliksel İçerik Analizi ve Semiyotik

Fiske ve Hartley için öncelikle televizyonun sunduğu dūnyanın analizinin nasıl ve hangi ölçülere göre yapılması gerektiği sorusu öne çıkmaktadır. Bu problemin aşılmasında Fiske ve Hartley'in üzerinde hemfikir oldukları ilkesel karar, nasıl Christian Metz kendi film semiyolojisini oluştururken filmin dilinden bahsediyorsa veya James Monaco filmin nasıl anlaşılması gerektiği sorusunu sorarken filmin nasıl okunması gerektiğini dūřunüyorsa, (Monaco, 1980: 138) aynı şekilde televizyonun dilinin kendine özgü biçimde sorgulanması gerektiğidir. Bunun için öncelikle televizyon dilinin karakteristik özelliklerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bunun belirlenebilmesi için yöneltilmesi gereken temel soru televizyonda sunulan dūnyanın ne denli gerçek dūnyanın bir temsili olduğu veya televizyonun gerçekliğinin, gerçeğin gerçekliğiyle nasıl bir ilişki içinde olduğudur. Bu ise bir bakıma, televizyonda temsil edilen gerçekliğin ne kadar gerçekten gerçekliğin temsili olduğu sorusunu yöneltemek anlamına gelmektedir.

Fiske ve Hartley 'Reading Television' adlı çalışmalarında bu temsil sorununa eğilmekte ve tezlerini desteklemek için Dallas Walker Smythe, Melvin L. De Fleur ve George Gerbner'in araştırmalarına yer vermektedirler. Temsil sorunu ve nitelikli içerik analizi ile ilgili olarak örneğin Smythe 1950'li yılların televizyon dizilerini incelemekte ve dizilerin orta sınıf mesleklerini tercih ettiklerini, cinsiyetlerin başrollerde iki erkeğe bir kadın gibi eşit olmayan biçimde dağıtıldığını ve nihayet kötü rolünün nispeten yaşlı, genellikle erkek ve siyahî kişilere oynatıldığını tespit etmektedir.

Yine aynı şekilde Melvin L. De Fleur 1960'lı yıllarda yaptığı çalışmalarda, televizyonda iř dūnyası sergilenirken hâkimlik, doktor ve öğretmen gibi itibarı oldukça yüksek olan mesleklerin öne çıkarıldığını tespit etmektedir. De Fleur'ün yaptığı araştırmalar sonucunda, televizyonun dramatik ürünlerinde meslek, ırk ve cinsiyet aidiyetinin toplumdaki gerçekliğe uygun biçimde temsil edilmediği tespit edilmiştir: "Televizyonun dūnyası gerçek toplumsal dūnyadan tamamen farklıdır, fakat basitçe ve bir şekilde onunla bağlantılıdır." (Fiske ve Hartley, 1978: 24)

Bu türden araştırmalara bir başka örnek de George Gerbner'in 1970'li yıllarda Amerikan televizyonları üzerine yaptığı araştırmalardır. Gerbner de yaptığı araştırmalarda televizyonda temsil edilen şiddetin, televizyonun dūnyasının gerçeklikten oldukça farklı olduğunu gösterdiğini tespit etmiştir.

Ekranada temsil edilen şiddet asla toplumda cereyan eden şiddetin doğrudan bir temsili değildir. Televizyondaki şid-

dete dayalı suçlar, gerçek şiddet suçlarından hem nitelik hem de istatistik bakımından farklıdır. Gerbner'in saptamalarına göre, televizyon hayale dayalı ürünlerinde şiddeti ve toplumda nasıl uygulandığını değil, bilakis toplumsal değerlerin ve değer yüklemelerinin yansımalarının şiddetin sunumuna nasıl dâhil edildiğini göstermektedir. Ayrıca Gerbner, kahraman ve kötü adam arasındaki en önemli farkın, kahramanla özdeşleştirilen sempati ve etkenlik olduğunu tespit etmiştir. Televizyondaki dizilerde gösterilen şiddet eylemleri belirli toplumsal davranışların tasdik edildiğine işaret etmektedir, zira sergilenen şiddet eylemleri, bir problemin veya bunalımın aşılmasında gösterilen ustalık, zekâ ve serinkanlı davranışlarla sembolize edilmektedir:

Etkenliğin çok önemli olduğu rekabet toplumundaki günlük çatışmadan başka polis cezai çatışmalara karşı hangi sembolik rolü oynayabilir? Bu sebeple kaybeden taraf esasen, belirli ölçülerde normların dışına çıkmış olan ve kendine özgü biçimde kriminal olarak temsil edilen toplumsal değer yapısıdır. (Fiske ve Hartley, 1978: 29)

Gerbner ayrıca, 70'lı yılların televizyon dizilerinde kriminal faillerin genellikle eril, genç ve beyaz tenli, kurbanların ise genellikle yaşlı, büyük bir kısmı dişil ve sıkça siyah derili insanlar olarak sergilendiklerini tespit etmektedir:

Sınıf ve ırklar arasında yine tercih edilen ve sakıncalı kabul edilen gruplar var. Pek kolay tahmin edebileceğimiz gibi, cürüm işlemeye veya kurban edilmeye en az yatkın olan ve bu yüzden tercihe şayan olan grup beyaz orta sınıftır. (Fiske ve Hartley 1978: 31)

Televizyon dizilerinde cinayet veya soygunculuk suçunun faili olmak aksiyon içindeki etkenlik olarak sunulmakta ve başarılı, soğukkanlı ve planlı tipler olarak sergilenmektedir. Buna karşın kurbanlar ise zayıf, etkisiz, aciz ve kimsesiz gösterilmektedir. Gerbner'in temel tezine göre, medyatikleşen şiddet, aslında şiddeti toplumda cereyan ettiği ve kendisini ifade ettiği gibi göstermiyor, bilakis içinde etkenliğin yüceltiildiği rekabete yönelmiş bir toplumun hâkim değerlerini seyirciye aktarmaktadır.

Niteliksel içerik analizleri bize ek-randa aşikâr olan gerçekliğin değil, daha çok değer yapılarının ve ilişkilerin görünen yüzeyin ardında yansıtıldığını göstermeye çalışmaktadır. Bu bağlamda roller ve değerler, ancak toplumsal geçerlilik kazandıklarında dizi senaryosuna işlenmektedir:

[...] etkisiz olma ve beceriksizlik, rekabetin hâkim olduğu bir toplumda normalin dışına sapsadadır. Kriminal olan, kahramandan etkisizliği ve toplumsal gruba aidiyeti bakımından ayrıştırılmaktadır; yoksa her ikisinin de ahlakı, yöntemi ve hedefleri aynıdır. (Fiske ve Hartley 1978: 35)

Gerbner ayrıca, televizyon tarafından üretilen şablonun tekil değil, mesajlardan oluşan bir sistem olduğunu söylemektedir:

Şiddete başvurmeyen şiddete başvurana nispetle çok daha normal ve daha çekiçi olarak derecelendirilmektedir, fakat daha az mantıklı, daha az etkin ve daha duygusal. Bütün bu özellikleriyle o eriliğe pek uymuyor. Şiddete başvuran ve katil arasında ayırım yapılırken, katiller belirgin biçimde daha etken ve birazcık

daha az duygusal gösterilmektedir. Bu durum Gerbner'in 'şiddetin etken faktörü' fikrine uymaktadır. [...] Katilleri öldürülenden ayrıştıran ana fark, çekicilik ve etkenlik derecesi olarak ortaya çıkmaktadır. Kahramanlar (mutlu bir sonu olan katiller) kurban ve kötü adama göre daha çekici ve etken olarak işaretlenmektedir. Genel olarak bütün şiddet uygulayıcıları şiddet uygulamayanlardan daha zekidir. Mutlu bir sonla biten şiddetin şifresi etkenliktir. Mutlu bir sona sahip olmayan katiller ve kurbanlar aciz olarak sunulmaktadır. (Fiske ve Hartley, 1978: 33-34)

Serinkanlı etkenlik, erillik ve gençlikle birleştirilerek, Amerikan televizyonunun şiddet gösterimlerinde başarı ve erdemle ilişkilendirilmektedir. Televizyon mesajlarının sistemi Gerbner için sonuç itibariyle, kendisi aracılığıyla toplumun değerler sisteminin sembolik olarak temsil edildiği kültürel göstergelerin bir sistemidir.

Fiske ve Hartley içerik analizinin belirli bir noktadan sonra tükendiğini ve daha ileri gidemediklerini görünce, araştırmalarını yönlendirecek bir disiplin olarak semiyotiğin faydalı olacağını düşündüler:

Anlaşılan içerik analizinin bize faydası olmayacak. [...] ne yorum meselelerini ne de televizyon metninin hilekârlıklarını ve önem arz eden karmaşık yapısına nasıl bir karşılık vermemiz gerektiği sorusunu içerik analizi ile halledebiliriz. Televizyonun bu şekilde okunması bizim içerik analizinin ötesine geçmemizi, semiyotiğin daha yeni ve çok iyi araştırılmamış disiplinine yönelmemizi gerektirmektedir. (1978: 36)

Fiske ve Hartley içerik analizinin sınır-

larını belirledikten sonra, Barthes'ın 'Mythologies' adlı eserinde ifade ettiği görüşlerinden ve Umberto Eco'nun konvansiyonel işaretler konseptinden hareketle semiyotiğe yönelerek Christian Metz'in semiyotik çalışmalarından beslendiler. Fiske ve Hartley, inşa etmek istedikleri bu eklektik yapı dolayısıyla Jane Woollacott tarafından eleştirildi ve semiyotik kabullere uygun biçimde programlara içkin olan mantığı açılmamak yerine sadece içerikler arasındaki benzerlikleri tespit etmekle suçlandılar. (1982: 101)

Fiske ve Hartley, Barthes'ın fotoğraf incelemelerini örnek alarak, televizyon haberlerinde gösterilen bir sekans semiyotik bir bakış açısıyla, yapının unsurları, sembolik ve mitsel düzeyleri bakımından analiz etmektedirler. Kuzey İrlanda'da görev başında olan İngiliz askerlerini gösteren 'News at Ten' adlı haber programına ait söz konusu sekans semiyotik analizin nesnesi yapılmaktadır.

Söz konusu haber sekansında İngiliz askerleri bir yere gizlenmiş silahlarını kontrol ederken görülmektedir. Askerler ekranda görünürken bir ses değerler, duygular ve belirli davranışlara işaret eden metnini okumakta ve böylece sekans sembolik anlam düzeyine geçiş yapmaktadır. Daha sonra okuma mitsel düzeye geçiş yaparak görüntüleri 'İşte orada, ülke dışındaki gençlerimiz' ve 'Ordumuzun profesyonelliği ve etkinliği' cümleleri ile vasıflandırmakta, kamera da bu kombinasyona eşlik etmektedir: Kamera sayesinde "askerlerin omuz hizasından bakıyor, konumlarını paylaşıyor ve böylece rollerini bizi savunan bizden biri olarak tanımlayarak benimsiyoruz." (Fiske ve Hartley 1978: 42)



Fiske ve Hartley bu tür sembolik ve zihni süreçlerin televizyonun veya filmi'nin kurgusal üretimlerinde de mevcut olduğunu düşünmektedirler:

Esasen aynı gösterge sıkça popüler sa-vař filmleri veya 'beyaz şapka'nın 'si-yah şapka'ya ve Kızilderili'ye karşı kale-yi/ çiftlik evini/ tren vagonunu savun-duđu geleneksel western filmlerinde ce-reyan etmektedir. Kùltürümüzde mevcut olan aynı mite gönderme yapmak istedik-leri için aynı göstergeyi haber programla-rı bilgi olarak aktarıyor ve kurgu filmler ise kullanıyor. (1978: 43)

Daha önce de Raymond Williams, tele-vizyon reklamlarının enformasyon yay-ınları ve tematik filmler gibi diğer tür-lerin kodlarından faydalandığını söyle-mişti. (1974: 118) Fiske ve Hartley bu ha-ber sekansı dolayısıyla kinayeli bir yapı-ya sahip olan mitosun görsel sunum ile nasıl beslendiğini gözler önüne sermeyi amaçlamaktadırlar: Örnek olarak ele alın-an bu sekansta ordu uzman görüşü ve profesyonellekle bütünleşmekte, askerler 'bizim insanlarımız' olarak takdim edil-mekte ve ülkenin gücünü temsil etmekte-dirler.

Televizyonda sembolik anlamlar ka-mera açıları, ışık, arka plan müziği veya görüntünün üzerine gelen veya araya gi-ren metinler aracılığıyla üretilmektedir. Televizyon yayımlarının sembolik bo-yutu her ne kadar filme ve edebiyata nis-petle daha sınırlı, kaba ve apaçık olsa da, Fiske ve Hartley tarafından semiyotik analizden önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir.

Televizyonun gösterge sisteminde an-lamlar hem mecaz hem de kinaye anla-mında işlev görmekte, her iki anlam dü-zeyi de özellikle televizyon reklamları

tarafından kullanılmaktadır:

Televizyon reklamları, otuz saniyelik bir sürede mümkün olan en fazla anlamı bir araya sıkıştırmak için özellikle mecaz ve kinaye kiplerini ustaca suiistimal etmek-tedir. Kahvaltıda çocukları için tahıldan yapılmış bir yiyeceği tabağa döken bir anne, gösterge olarak yemek pişirme, temizlik gibi anneliğe özgü eylemlerin bir kinayesidir. Kahvaltı hazırlamak esasen anneliğe özgü davranışların bir parçası olmasına rağmen, burada aynı zamanda onun sunduğu sevgi ve emniyetin bir me-cazıdır. (1978: 50)

Televizyonun hem kendi içinde hem de diğer medya araçlarıyla olan ilişkisinde geçerli olan yapısal ve işlevsel düzeni ayrı-ca, görsel sanatların, tiyatronun ve fil-min konvansiyonel gösterim ve sergile-me biçimlerine ve içeriklerine etkimek-tedir. Fakat öte yandan göstergesel bir kodun, medya aracının karakteristiğine göre, reklamda, belgesel filmde veya te-matik filmde kullanımına göre farklı an-lamlar kazandığını gözden kaçırmamak gerekmektedir.

Kod olarak tanımlanan anlam sistem-lerinde organize edilen göstergeler kulla-nıcının kabulleriyle örtüşmekte ve böy-lece anlaşılmaktadırlar. Örneğin krimi-nal filmler gibi türe özgü kodları böy-le anlıyoruz: "[...] dramatik bir dedek-tif filmde bir adam cüzdanının iç tarafı-nı gösterdiğinde bunu bir polisin kendini tanımlamasının göstergesi olarak anlıyo-ruz, yoksa örneğin işportacı bir adamın kirli bir kartpostal göstergesi olarak de-đil." (Fiske ve Hartley 1978: 40)

Kodun konvansiyonelliği, yani seyir-cilerin beklentileri program yapımcıları-nın imkânlarına göre yapılandırılmakta-dır. Zira üretilen normların hem yapım-

cı hem de seyirci tarafından kabul edilmesi gerekmektedir. Fiske ve Hartley, gerçek hayatın kodlarının, televizyonun görsel kodlarından nasıl ayırt edilebileceğine dair örnekler vermektedirler:

Baggaley ve Duck (1976) sunucunun televizyonda yan profilden gösterilmesinin, çekimin, aynı sunucunun tam profilden gösterilmesine nispetle, çok daha güvenilir ve usta bir figür olduğu izlenimi uyandırdığını gösterdiler. Televizyon genellikle 'ustaca' yapılmış röportajları yan profilden röportajcı ile konuşur biçimde, öte yandan sahne sanatçısı ve başkalarının bilgilerini sunan haber okuyucuyu tam profilden göstermektedir. [...] Politikacıların doğrudan kameraya karşı konuşmaları ise, seçmenin onları böylece çok iyi tanıyabileceği düşünüldüğü içindir. (1978: 62)

Kullanım amacının bağlamına göre değişen kodlar, diğer bütün konvansiyonlar gibi kültürel değişime ve dönüşüme tabi olmaktadır. Nitekim Western filmlerinde beyaz derili figürler önceleri 'iyi' kovboy olarak kodlanırken, daha sonra bunun klişeleşmesi ve cazibesini yitirmesinden sonra bu kodun uygulanmasından zamanla vazgeçilmiştir. Bir kodun sürekli olarak kullanılması diğer kodların algısını da etkilemektedir. Ayrıca kodlar ve gerçeklik, arasındaki birbirlerine atıfta bulunan ilişki uzun sürdüğü takdirde birini diğerinden ayırması güç bir bütünlük oluşturmaktadırlar:

Kinaghtly, konvansiyonel savaş filmlerinde Amerikan askerlerinin CBS televizyonunun Newsreal kameralarının gelişini gördüklerinde ne yaptıklarını tasvir etmektedir. Kameralar askerlerin yaptıklarını kameralarıyla çektiler. Evdeki seyirci, seyrettiği şeyin davranışın gerçek bir kodu olduğunu düşündü. Oysa seyredi-

len şey gerçekte kurgusal bir koddan türetilmişti, gerçek olanın bir göstereydi. Bunun ilginç başka bir sonucu da seyircilerin muhtemelen savaş filmlerini, televizyon Newsreal programına nispetle geçerli kabul etmeleridir. (Fiske ve Hartley, 1978: 66)

Fiskey ve Hartley'in, Jane Woollacott'un eleştirilerini haklı çıkaracak biçimde, araştırmalarının semiyotik kültür teorisi boyutunu yeterince derinleştiremedikleri, bunun yerine daha çok sosyolojinin ve kitle iletişiminin eski modellerinden beslendikleri görülmektedir. (McQuail, 1973: 37-52) Fiske ve Hartley, semiyotik modeller çerçevesinde fazla derinleşemedikleri için televizyon metni araştırmalarından çok, eteklere ve dolayısıyla seyircinin algısına yöneldiler.

Ne metin oluşturma ne de okuma biçimleri derinleştirilmesi gereken araştırmaların nesnesi olmaktadır. John Fiske ve John Hartley'in teorik çabaları daha çok Amerika'da yaygınlaşan işlevsel kitle iletişim araştırmalarına yönelmektedir. John Fiske bir yıl sonra yaptığı 'Television Culture' adlı çalışmasında söz konusu zayıflıkları tekrar ele aldı ve televizyon ve kodlamanın insicamlı bir metin teorisini geliştirdi. (1987: 1)

Fiske ve Hartley, kitle iletişim araştırmaları için kabul edilen iki tür modeli irdelemeyi amaçlamaktadırlar. Bunlardan biri 'hypodermic needle/deri altı iğnesi' diğeri ise 'kullanılanlar ve memnuniyet' olarak adlandırmaktadırlar. Fiske ve Hartley bu iki öneriyi sosyo-kültürel şartları değil bireyi esas aldığı için bireyselleştirici model olarak vasıflandırmaktadırlar. Bu bağlamda Fiske ve Hartley kültürel ve psikik motivasyonu zıtlık olarak ele almak suretiyle McLuhan'ın tek-

nik kültürü ve algı mantığına vurgu yapan medya teorisine ters düşmektedir:

Bireysel tepkilerin çoğunun psikik motivasyonla değil kültürel anlamda belirlendiği gerçeğini dikkate almayan kabulden hareketle televizyon seyircisini belirli psikolojik ihtiyaçları olan bir birey olarak kabul etme alışkanlığı gelişti. (1978: 66)

Bu çerçevede Fiske ve Hartley'in irdelediği 'kullanılanlar ve memnuniyet' modeli gereğince medya kullanımın, kullanıcı öznenin karmaşık ihtiyaçlarını karşılanmasına ve tatmin edilmesine hizmet etmelidir. Bu modelle birlikte yayıncı-alıcı modeli ve davranışçılığın uyarım-tepki teorisi terk edilmektedir. Bunlar yerine model, alıcının medyumunu etkin ve tamamen farklı tarzlarda kullandığı, kullanıcının ihtiyaçları oranında çok çeşitli kullanım tarzlarının olduğu düşüncesini savunmaktadır.

Öte yandan 'deri altı iğnesi' mecazı medya araçlarının etkisine ve nüfuz gücüne gönderme yapmaktadır. Bu iletişim modeli seyircinin medya tarafından doğrudan ve güçlü biçimde etkilendiği, zira enformasyonların kitlelerin bilincine sıringa edildiği düşüncesine dayanmaktadır. Seyirci medyanın karşısında baştan çıkarılmaya ve manipüle edilmeye müsait bir vaziyette savunmasız bulunmaktadır.

Raymond Williams gibi Fiske ve Hartley de, hangi dereceye kadar kitle iletişiminden bahsedilebileceği, kitle iletişimi yerine kitle tüketimi deyimini tercih etmenin daha anlamlı olup olmayacağı sorusunu yneltmektedirler. Genelde uygulanan seyirci araştırmalarının esasen bir tür pazar araştırması olduğunu düşünen Fiske ve Hartley'e göre bu araştır-

malarda seyirci pazar, seyirci grupları da pazar payları olarak temsil edilmektedir.

Kitle iletişim araştırmalarının bu biçimi yıllarca uygulandığı için akademik araştırmaları da belirledi. Bu araştırmalarda enformasyon kaynağını yayıncı ve seyirci olarak öngören model temel kabul edildi. Öte yandan ayrıca medya etkileri sürekli olarak yayıncı açısından işlendi ve değerlendirildi. Bu duruma karşılık olarak Fiske ve Hartley iletişimcinin esasen kim olduğu sorusunu yneltmektedirler. Bu kitapta Fiske ve Hartley, McQuail'in soyut yayıncı-alıcı modelini eleştirmektedirler. Fiske ve Hartley bu model eleştirisini yaparken, kodlama ve kod-çözümleme arasındaki ilişkiyi, Umberto Eco gibi, kural dışı kodlamaların vuku bulabileceği, hem kodlama hem de kod-çözümlemenin sosyo-kültürel süreçler tarafından belirlenen doğrusal olmayan bir ilişki olarak tasvir etmektedirler. (1978: 81)

Fakat yine burada, Fiske ve Hartley tarafından Kuzey İrlanda'daki haber örneğinde yalnızca kodlama süreçlerinin irdelenmesi ve seyirci tarafından yapılan kod-çözümlemelere değinilmemesi bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Bunun sebebi muhtemelen Fiske ve Hartley'in psikolojik araştırma sonuçlarına karşı duydukları şüphe olsa gerektir: "İletişimin esas itibariyle kişilerin i dünyasından ziyade kişiler arası bir Şey olması dolayısıyla psikolojik yaklaşım iletişim araştırmaları için yalnızca sınırlı bir öneme sahip olabilir." (1978: 78) Kendi ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, her türlü kişiler arası iletişime kişilerin kendi iç dünyalarının kendince algılama ve kendisiyle konuşma biçimi olarak eşlik ettiği gerçeği dikkate alınmamaktadır.

Kitabın ‘Bardic Television/Poetik Televizyon’ adlı bölümünde Fiske ve Hartley, televizyonu kendisi aracılığıyla kültürün kendi kendisiyle iletişim kurduğu toplumsal bir ritüel olarak tanımlamaktadırlar. Televizyonun mesajlarının, her ne kadar bireysel öğrenim süreçleri tarafından kod-çözümlemesi yapılsa da, bunun yine de esasen kültürel kodlar ve konvansiyonlara uygun biçimde gerçekleştiğini iddia etmektedirler:

[...] Bu mesajların yapısı göz ve kulak için tasarlanmış bir kültürün ihtiyaçlarına göre organize edilmektedir, yoksa ‘metnin’ içsel talebine veya bireysel bir haber vericiye göre değil. (1978: 86)

Kültür kavramı, Fiske ve Hartley tarafından bütün kodlama ve kod-çözümlemelerin, dolayısıyla metinlerin ve okuma biçimlerinin ilkesi olarak tanımlanmaktadır. Fakat bu durumu meydana getiren süreçler, yani yapımcının kültürel kodları kullanması ve seyirciye sunarak ondan kodları öylece çözümlemesini beklemesi durumu izahsız kalmaktadır. Teorinin, televizyonun metin ve seyirci ilişkisi bağlamında sosyo-kültürel işlevine indirgenmesi dolayısıyla, televizyonun bir medyum olarak karakterize edilmesinde önemli olan estetik boyut eksik kalmaktadır.

Fiske ve Hartley, televizyonun ‘bardic/ poetik’ rolünü öne çıkarmak suretiyle, onu bütünlüğü itibariyle esasen bir anlatım biçimi olarak kavradıklarını göstermektedirler. Fiske ve Hartley’e göre televizyon, çağımızda eski toplumlardaki kültür ile bu kültüre ait olanlar arasında aracılık yapan şair veya benzer kişilerin oynadığı rolü üstlenmektedir.

Fiske ve Hartleyin bu yaklaşımından

etkilen Sarah Ruth gibi yazarlar daha sonra televizyondan ‘süper-anlatıcı’ olarak bahsetmeye başladılar: Nitekim Sarah Ruth’a göre “çağdaş Amerikan toplumunda televizyon ilkesel anlamda bir öykü anlatıcıdır.” (1987: 42) Fiske ve Hartley’e göre televizyon, bu poetik rolü şu işlevlerinden dolayı üstlenmektedir: (1978: 86)

Yapılandırılmış mesajlar sayesinde televizyon takipçilerine belirli bir kültür sunmakta ve bu kültür içindeki rollerini tasdik ederek güçlendirmektedir.

Poetin ana işlevi arabuluculuktur. O mesajları taşır, fakat onları üretmez. İşte bunun gibi televizyonun ana işlevi de kültürel olarak tanınmış anlamların sunumundadır, o onları düzenlemekten çok yaygınlaştırmak için vardır.

Poetik aracı, kültürünün merkezinde durmaktadır. Televizyon da işte böyle modern toplumun merkezi bir kuruluşudur. Bu merkezi konum, sadece ticari veya politik sebeplerden dolayı değil, aynı zamanda ortak merkezi bir noktanın eksikliğini hisseden bir toplumun kültürel ihtiyaçlarından ileri gelmemektedir. Bu merkezi konumdan hareketle medyum, aşırı düzeyde fragmanlaşmış olan toplumun üyelerine yönelmektedir.

Poetik ses, yazılan değil, konuşulan dili kullanmaktadır. Böylece yazı kültürünün soyut ve ayrıntılı kodlarına bağlı olan yüksek kültür karşısında bir denge oluşturulmaktadır. (Kozloff, S. R. 1987: 42)

Poetik rol, hem televizyonun iletişim kurduğu seyirci hem de atıfta bulunduğu gerçekliği kendi merkezi konumuna yakınlaştırmaya hizmet etmektedir:

“Poetik rol, hem televizyonun iletififim kurduğu seyirci hem de atıfta bulunduğu gerçekliği kendi merkezi konumuna yakınlafıftırmaya hizmet etmektedir. Bu mufıfet rolü claw-back/geri alma tabiriyle ifade etmeyi denedik. Poetik aracı sürekli olarak mesajının öznesini geri merkezdeki noktaya çekmeye çabalamaktadır. [...] Örneğin tabiat belgeselleri genellikle filmi çekilen, davranıflarında kültürümüzün kendi işlerini organize etme biçimiyle mecazi bir eşdeğerlik buldukları hayvanların bizim gibi olduklarını vurgulamaktadırlar.” (Fiske ve Hartley, 1978: 87)

Poetik rolün mit üretimiyle sıkı bir bağlantısı vardır. Mitolojiler, seyircilerin farkına varmaması gereken gizli içerikler düzeyinde işlev görmektedir.

Televizyonun aracılık rolünün işlevi mevcut kültüre etkisi bakımından şu şekilde özetlenebilir: Televizyon, bir toplumda gerçeklik olarak tanımlanan şey üzerine uzlaşma sağlamaya çalışmaktadır. Televizyon, kültür üyelerini, bu kültürün hâkim değerler sisteminin içine çekmektedir. Televizyon, dış dünyadaki kültür temsilcilerinin davranıflarını kutlamakta ve haklı çıkarmaktadır. Belirli, örneğin bireysellik mitosu gibi, mitleri üretmesi dolayısıyla televizyon, toplumsallıktan uzaklaşan bireyleri kültürün merkezi noktasına çekmekte, böylece hâkim değerleri tasdik etmekte ve güçlendirmektedir. Fiske ve Hartley bu işlevlerin sadece belirli program türlerinde değil televizyonun bütün sekanslarında mevcut olduğunu düşünmektedirler. (1978: 89)

Medyumun poetik işlevi ritüel yoğunlaşmanın antropolojik anlamına uygun düşmektedir. Ritüel yoğunlaşma, iyi-kötü, güzel-çirkin, sağlıklı-hasta gibi dış dünyanın zıtlıklara dayalı normları

yansıtıldığında vuku bulmakta ve kendini örneğin filmde beyaz/beyaz değil biçiminde ifade bildirmektedir. Soyutlamalar dini ritüeller biçiminde gerçekliğe yansıtılıyor, fakat televizyonda erkekler, kadın ve erkekler, birey ve kurumlar arasındaki günlük ilişkilere dair konseptler somut biçimlere aktarılarak gösterilmektedir.

Bu bağlamda Fiske ve Hartley, dans ve yarışma programları gibi eğlence yayımlarına işaret ederek televizyonun, rekabet ve performans toplumunun değerlerini televizyonun oyun ve eğlence biçimlerine kadar yansıttığını söylemektedirler.

Ancak bu merkezi bir medyum olan televizyonun yansıtma mekanizmaları kendi gerçekçiliği sayesinde perdelenmektedir. Televizyonun kendine özgü gerçekçiliği bütün program türlerinde geçerli olan konuşma diliyle oluşturulmaktadır. Fiske ve Hartley için dil, kendisiyle tabiatı inşa ettiğimiz önemli ilkesel bir vasıttır ve ikinci bir tabiat olarak işlev görmektedir. Dilin televizyonda hem kurgusal hem de kurgusal olmayan türlerde mütemadiyen kullanılması, dil üzerinden inşa edilen gerçekliğinin günlük hayata uygun biçimde tekrar ederek ve tasdik ederek inşa etmek içindir:

Televizyon gerçekçiliği büyük ölçüde dilin izini sürerek kendisi aracılığıyla dış dünyayı kavradığımız yöntemi ‘tabileftirmek’tedir. Bütün drama, melodram dizileri, durum komedileri, haber ve aktüalite programları aynı mecazi anlamı güçlendirmekte ve yinelemektedir: dünyanın kendisi ve ona dair olan, gerçekçiliğinin akıl tarafından yöneltilmiş konvansiyonlarıdır. (1978: 161)

## Sonuç

Bazı zayıf noktalarına rağmen ‘Reading Television’ adlı çalışma televizyon teorisinde gerçekleştirilen yeni bir aşamayı ifade etmektedir. Özellikle metin ve anlatıma yönelik yazarlar, her ne kadar televizyonun toplumbilimsel teorileri analizlerinin büyük bölümünü kapsasa da, Fiske ve Hartley’i kendilerine referans almaktadırlar.

Eleştirilmesi gereken bir başka yön de Fiske ve Hartley’in, McLuhan ve Williams tarafından erişilen medya araçlarını kendi bütünlükleri içinde metinlerarası bir düzlemde kavrama anlayışını iletmemeleri, hatta gerisinde kalmalarıdır. Kodlama ve kod çözümleme arasındaki ilişki yeterince incelenmemektedir. Seyircinin ve seyretmenin teorik olarak kavranması için yöneldikleri semiyotikten kitle iletişim araştırmalarının tasdik edilmiş sonuçlarının değerlendirilmesine geçiş yapmaları ayrıca kitabın zayıf bir yanını göstermektedir. Zira her ciddi medya teorisinin kendini bu türden sonuçların değerlendirilmesi üzerinden geliştirmekten kaçınması gerekmektedir. Konuşma dilinin oynadığı rol çokça göze çarpmakta, fakat öte yandan televizyon görüntüsü estetiğinin oynadığı rol neredeyse hiç irdelenmemektedir. Fakat televizyon temsillerinin oynadığı kültürel rolü üzerine yapılan değerlendirmelerin, Fiske ve Hartley ile birlikte yeni bir aşama kaydettiğini söylemek mümkün gözükmemektedir.

John Fiske daha sonra yayınladığı çalışmalarında ve özellikle ‘Television Culture’ adlı eserinde bu eksiklikleri gidermeye çalıştı. Fiske’nin 1987 yılında yayınlanan bu eserinde ‘Reading Televisi-

on’ adlı çalışmada inşa edilen temel düşünceler muhafaza edildi. Nitekim bu gerçeği kendisi de ifade etmekte ve kitabın teorik ve metodik köklerinin Marksizm, semiyotik, post-yapısalcılık ve etnografiden beslenen ‘cultural studies/kültürel araştırmalar’a uzandığını vurgulamaktadır. (1987: 1) Gerçekten de bu kitapta, 80’li yılların okuyucuya yönelik metin teorileri ve gender/cinsiyet teorilerine uygun olarak program ve metin, kendisine gönderme yapılan ve metin, okuyucu ve metin, dikey ve yatay metinlerarasılık sorusu ve televizyondaki cinsiyete ilişkin yönelimler öne çıkmaktadır.

‘Television Culture’ adlı eserde metin teorisi üzerine kurulmuş televizyon analizinin gelişmiş bir modeli sunulmaktadır. Programın bünyesi bu kitapta metin yapısı, bir başka deyişle kodlar ve konvansiyonların dokusu olarak kavranmaktadır. Bu sebeple televizyon metninin analizi gerçekliğin kopyasına değil, kodlar ve konvansiyonların sergileniş biçimlerine dayanmaktadır. Bu bağlamda Fiske, anlamların nasıl üretildiği sorusunun kitabın ana problemi olduğunu söylemektedir. (1987: 1)

Fiske’nin ‘Television Culture’ adlı eserinde oluşturmaya çalıştığı modelinde üç düzey formüle edilmektedir. Bu modele göre birinci düzey gerçekliktir. Gerçeklik, kültür tarafından modalar, davranış biçimleri, çevre, dil, jest ve mimikler vesaire olarak kodlanmış bir şeydir. Bu kodlar televizyon tarafından üstlenilmekte ve yayınlanmaktadır. (1987: 5)

Televizyonun kodları ikinci düzey olarak temsil bağlamında değerlendirilmektedir. Kamera, ışık ve ses gibi teknik kodla ve gösterimin türe özgü değışen

konvansiyonel kodları bu düzeyde bün-yeye dâhil olmaktadır.

Fiske üçüncü düzey olarak ideolojik kodları adlandırmaktadır. Bireyselcilik, ataerkil, ırk, sınıf aidiyeti gibi ideolojik kodlar, dil veya diğer medya ve iletişim biçimleri gibi, televizyon tarafından aktarılmaktadır. (1987: 5)

Modelin bu üç düzeyi Fiske için toplumda hâkim olan sağduyu ve metin bilincinin temelini oluşturmaktadır. “Zira anlam ancak gerçeklik, temsiller ve ideoloji insicamlı, görünüşte tabi bir birliğe karıştıkları zaman üretilebilir.” (1987: 6) Eleştirel televizyon teorisinin en önemli amacı, işte bu sağduyunun ideolojik yapılarıyla birlikte neyin nasıl televizyon içine sindiğini ortaya çıkarmaktır: “Semiyotik veya kültürel eleştiri bu birliğin yapı-çözümünü yapmakta ve ‘tabiliği’ni ideolojik bir inşa olarak açığa çıkarmaktadır.” (1987: 6) Ayrıca metinler diğer metinlerle kaynaşmakta ve böylece metinler arasında bir ilişki ve algı süreci oluşmaktadır:

Televizyonu bir metin olarak araştırmanın üç odak noktası vardır: televizyon programlarının ve akışlarının biçimsel kaliteleri, televizyonun kendi içindeki metinler, diğer medya ve konuşma arasındaki ilişkiler ve nihayet toplumsal bir konuma sahip olan okuyucunun ve okuma sürecinin araştırılması. (1987: 16)

Fiske önceki çalışmasının adı ‘Reading Television’ olmasına rağmen pek geçkeleştiremediği okuyucudan hareketle televizyon teorisi inşa etmek arzusunu bu çalışmada oldukça kapsamlı biçimde ele almakta ve geliştirmektedir. Fiske için seyirci metinle nispet ilişkisi içinde değerlendirilmesi gereken bir kategori-

dir. Bu çalışmasında Fiske artık kitle iletişim araştırmaları alanına gereksiz geçişler yapmamaktadır.

Fiske’nin bu çalışmasında ayrıca ürün olarak yayınlar ve metin olarak yayınlar arasında yapılan ayırım dikkat çekmektedir:

“Televizyon yayınları sabit ve sağlam unsurlar oluşturmaktadır. Bu unsurlar ürün olarak oluşturulmakta ve satılmakta, planlayıcı tarafından dağıtım birimlerinde organize edilmektedirler. ‘Dallas’ dizisi, ister Amerika’da, Kuzey Afrika’da veya Avustralya’da yayınlansın, aynı yayım olarak kalmaktadır. Buna karşın bir metin tamamen farklı bir şeydir. Programlar üretiliyor, dağıtılıyor ve medya endüstrisi tarafından tanımlanıyorlar. Öte yandan metinler ise ‘okuyucu’su tarafından üretilmektedir. Böylece bir yayım algılama anında ‘metin’e dönüşmekte, yani çeşitli okuyucu gruplarıyla karışıklı ilişkide olması farklı anlamları ve memnuniyetleri etkin kılmaktadır. Demek oluyor ki, tek bir yayım birçok metnin üretilmesinde uyarıcı olabilmektedir. ‘Dallas’ dizisi bu bakımdan Ameika’da, Kuzey Afrika’da veya Avustralya’da yayınlandığında farklı metinler oluşturmaktadır: gerçekten de ‘Dallas’ sadece Amerika’da algılayıcının çeşitli sosyal şatları nispetinde birçok farklı metin üretmektedir.” (1987: 14)

Programlar, bir başka deyişle bütün yayımlar özerk değil, mevcut toplumsal söylemin bir parçasıdır. Program, daha doğrusu program yapımcısı, toplumdaki hâkim tasavvurlar biçimlerini tekrar etmektedir. Ancak programlar bir göstergeler sistemi olarak polisemantik ve açık bir yapı arz etmektedirler ve büyük ölçüde bireysel kod çözümlmelerine izin vermektedirler. Bu teoriye göre seyirci-

ler, her ne kadar anlamlandırmalarının bir kısmı toplumsal tecrübelerin bir sonucu ise de, kendi gösterge anlamlarını inşa etmektedirler. Fakat seyirciler bunu keyfi değil, bilakis söylemsel anlamda belirlenmiş ve endüstri tarafından üretilen şablona göre gerçekleştirmektedirler. Bu süreçte televizyon belirli bir kültürün oluşturulmasına yardım etmekte ve bunu yaparken önceden beri var olan kültürel ve ideolojik değerlerle yüklü bir bağlamın ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Fiske 1989 yılında yayınladığı 'Moments of Television: Neither the text nor the audience' adlı makalesinde 'seyirci' ve 'metin' kavramlarının yerine televizyonu, seyirci davranışlarının mütemediyen değiştiği ve yayımların farklı anlamlar, memnuniyet veya memnuniyetsizlikler ürettiği bir düzenleme olarak kavramayı önermektedir. (1989: 57-61) Fiske metin kavramı yerine çeşitli metinlerin bir araya gelerek oluşturdukları yapıyı ifade eden metinselliği kullanmaktadır. Önerilen bu konsept John Ellis'in televizyon semiyotiği modelini çağrıştırırsa da, yine de insicamlı metin kavramına sıkıca bağlanmaktadır.

John Hartley ise teorik çalışmalarına, daha doğrusu iletişim, kültür ve medya araştırmalarına devam etmiş ve teorilerini geliştirmeyi amaçlamıştır. Bu çalışmalarından öne çıkanlar arasında yer alan 'Uses of Television, 1996' adlı eserinde Hartley, televizyona eleştirel yaklaşımdan çok, televizyon ve televizyon teorilerinin ne kadar kullanışlı ve faydalı olup olmadıklarını sorgulamaktadır. Televizyon ve televizyon teorilerini 1930'lu yıllardan başlayarak inceleyen Hartley televizyonun günümüzde 'kültürel vatan-

daşlık' kültürünü yayan 'transmodern öğretim' biçimiyle toplumsal ve jeografik sınırları aşan bir konuma geldiğini düşünmektedir. Ayrıca 2007 yılında yayınlanan 'Television Truths' adlı eserinde Hartley televizyonun nasıl hala ekonomik, toplumsal ve kültürel hayatı yansıttığını ve biçimlendirdiğini tarihi, politik ve estetik açıdan incelemektedir. Hartley bu çalışmasında televizyonun anlaşılması için yeni bir paradigma oluşturma çabası içine girmekte, 'TV vatandaşlığı' kavramını geliştirerek medyumun geleceği hakkında global demokratikleşme süreci açısından yaklaşımlarda bulunmaktadır.

## Kaynakça

- Barker, David (1987). Television Production Techniques as Communication. The Critical View. Horace Newcomb (der.) içinde. New York: Oxford University Pres.
- Corcoran Farrell (1987), Television as Ideological Apparatus: The Power and the Pleasure. The Critical View. Horace Newcomb (der.) içinde. New York: Oxford University Pres.
- Fiske, John ve Hartley John (1978), Reading Television, London: Methuen.
- Fiske , John (1987), Television Culture, London: Methuen.
- Fiske, John (1989), Moments of Television: Neither the text nor the audience. Remote Control. Television, Audiences and Cultural Power. Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzer, Eva-Maria Warth (der.) içinde. London: Routledge.
- Hall, Stuart (1993), Encoding, decoding. The Cultural Studies Reader. During, Si-



mon (der.) içinde. London: Routledge.

Hall, Stuart (1982), The rediscovery of 'ideology': Return of the repressed in media studies. Culture, society and the media. Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran ve Janet Woollacott (der.) içinde. New York: Methuen.

Hartley, John (2007), Television Truths, Forms of Knowledge in Popular Culture, Oxford: Wiley-Blackwell.

Hartley, John (1999), Uses of Television, London-New York: Routledge.

Kellner, Douglas (1987), TV, Ideology and Emancipatory Popular Culture. Television: The Critical View. Horace Newcomb (der.) içinde. New York: Oxford University Pres.

Kozloff, Sarah Ruth (1987), Narrative Theory and Television. Channels of Discourse, Television and Contemporary Criticism. Robert C. Allen (der.) içinde. London: Routledge.

Mcluhan, Marshall (1965), Unserstanding Media: The Extensions of Man, New York/London: McGraw-Hill Paperback

McQuail, Denis (1973), Soziologie der Massenkommunikation, Berlin: Volker Spiess.

Monaco, James (1980), Film Verstehen, Hamburg: Rowohlt.

White, Mimi (1987), Ideological Analysis and Television. Channels of Discourse, Television and Contemporary Criticism. Robert C. Allen (der.) içinde. London: Routledge.

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

Woollacott, Janet (1982), Messages and Meanings. Culture, Society and The Media. Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran, Janet Woollacott (der.) içinde. London: Routledge.

