

BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK TELEVİZYONUN SİNEMADA TEMSİLİ***Hale SATICI******Özet**

Sinemanın gerçekliği yeniden üretirken aynı zamanda ona biçim verdiği açıktır. Sinema bunu temsiller aracılığıyla gerçekleştirir. Aynı zamanda böyle yaparak sinema, egemen kurumları ve geleneksel değerleri de meşrulaştırır. Bu yüzden sinema, ideolojileri aşılama ve yayma işlevine sahiptir. Bu tez çalışmasında filmlerde bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun nasıl temsil edildiği ve bu temsillerin amacının ne olduğu sorgulanmıştır. Bu konunun seçilmesinde bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun sinemadaki temsili üzerine literatürde yeterli sayıda çalışmanın bulunmaması etkili olmuştur. Bu çalışma için yirmi adet film seçilmiştir: Network/Şebeke (1976), The China Syndrome/Çin Sendromu/Dünyanın Kaderi (1979), Videodrome (1983), Broadcast News/Haberler (1987), The Running Man/Koşan Adam (1987), Natural Born Killers/Katil Doğanlar (1994), Quiz Show/Şike (1994), Mad City/Çılgın Şehir (1997), The Truman Show (1998), EDTV (1999), 15 Minutes (2001), Good Night, and Good Luck/İyi Geceler İyi Şanslar (2005), Man of the Year/Yılın Başkanı (2006), Live!/Yüzde Yüz Canlı (2007), Frost-Nixon (2008), Morning Glory/Sabah Neşesi (2010), God Bless America/Tanrı Amerika'yı Korusun (2011), Nightcrawler/Gece Vurgunu (2014), The Eichman Show (2015), Money Monster/Para Tuzağı (2016). Örnekleme alınan bu yirmi adet film, amaçsal örnekleme tekniğiyle, popüler sinemanın örneklerinden seçilmiştir. Bu filmler söylem analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve altı kategoride söylemler araştırılmıştır: 1) Reklam Bağlamında Televizyon, 2) Siyaset ve Diğer Kurumlarla İlişkisi Bağlamında Televizyon, 3) Profesyoneller ve Etik, İlke, Değer Bağlamında Televizyon, 4) Cinsiyet, Irk ve Sınıf Bağlamında Televizyon, 5) İzlenme Oranları Bağlamında Televizyon, 6) Yasa ve Mevzuat Bağlamında Televizyon. Bu kategoriler altında incelenen tüm filmlerde, bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun oldukça olumsuz bir biçimde temsil edildiği görülmüştür. Yapılan değerlendirmeler çerçevesinde, popüler sinemanın televizyona ilişkin temsillerinin ideolojik bir işleve sahip olduğu ve temsiller aracılığı ile egemen ideolojiyi yeniden ürettiği söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: *Temsil, Sinema, Televizyon, İdeoloji, Söylem.*

THE REPRESENTATION OF TELEVISION AS A MEDIUM OF MASS MEDIA IN CINEMA**Abstract**

It is obvious that cinema reproduces reality and also shapes it. Cinema realizes this by representations. In doing so, it also legitimizes dominant institutions and traditional values. Thus, cinema has a function of indoctrinating and spreading ideologies. This thesis questions how television is represented in films as a medium of mass media and that what the aims of these representations are. This subject study was inspired by the fact that in the literature there are not a sufficient number of studies on the representation of television in cinema. For this study, twenty films were chosen: The Network (1976), The China Syndrome (1979), Videodrome (1983), Broadcast News (1987), The Running Man (1987), Natural Born Killers (1994), Quiz Show (1994), Mad City (1997), The Truman Show (1998), EDTV (1999), 15 Minutes (2001), Good Night, and Good Luck Good Luck (2005), Man of the Year (2006), Live! (2007), Frost/Nixon (2008), Morning Glory (2010), God Bless America (2011), Nightcrawler (2014), The Eichman Show (2015), Money Monster (2016). These films were selected from the popular cinema with the purposive sampling technique. Discourse analysis method is applied to these films and discourses are examined under six categories: 1) Television in the context of advertisement, 2) Television in the context of relationship with politics and other institutions, 3) Television in the context of professionals and ethics, principals, values, 4) Television in the context of gender, race, and class, 5) Television in the context of ratings, 6) Television in the context of law and legislation. It is found that all the films examined under these categories represent television as a medium of mass communication in a very negative way. Further assessments of the films suggest that popular cinema has an ideological function and reproduces the dominant ideology through representations.

Key Words: *Representation, Cinema, Television, Ideology, Discourse.*

* Bu makale, 2017 yılında Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalında Tamamlanan "Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Sinemada Temsili" isimli yüksek lisans tezinden hareketle oluşturulmuştur.

** Ege Üniversitesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, Doktora Öğrencisi, halesatici@gmail.com.

Giriş

Kitle iletişim araçlarının var olan gerçekliğin yeniden üretilmesine ortam sağladığı ve aynı zamanda da var olan gerçekliğin şekillenmesinde etkili oldukları sıklıkla ifade edilmektedir. Hem bir sanat hem de bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilen sinema da bu yeniden üretimde etkin bir rol oynar. Bu yeniden üretim, temsiller aracılığıyla toplumsal yaşamda önemli bir role sahip olan filmlerle gerçekleştirilir. Laughey’in de belirttiği gibi “temsil sadece gerçekliği temsil etmez, aynı zamanda gerçekliğin anlamına da katkıda bulunur” (2010: 84). Dolayısıyla temsiller aracılığıyla filmler, hem sosyal hem de kültürel alanda fikir ve değerleri pekiştirerek, bir fikrin oluşması, yerleşmesi ve yayılmasında önemli bir işleve sahiptir. Bu bakımdan filmlerin anlatı yapısını irdelemek ve taşıdığı söylemleri ortaya koymak önemlidir. Söylemi incelemek ise van Dijk’in da belirttiği gibi “ideolojilerin günlük konu ve konuşmalarımızı nasıl etkilediğini, ideolojik söylemi nasıl anladığımızı ve toplumda ideolojinin yeniden üretiminde söylemin nasıl yer aldığını” açıklamaktadır (2015: 15). Dolayısıyla, ideoloji ve söylem bir arada ele alınması gereken konulardır ve her ikisi de temsiller yoluyla yayılır, anlamlandırılır, içselleştirilir ve pekiştirilmesi sağlanır. Bu bakımdan temsillerin işleyişinin irdelenmesinde ideoloji kavramsallaştırmasını dışarda bırakmak eksiklik yaratacaktır. Zira “her ideoloji; ortak bir dizi değer, inanış ve fikir barındırır” (Laughey, 2010: 87). Sinema da bu fikirlerin, değerlerin, inançların, söylemlerin ve ideolojilerin temsiller yoluyla yeniden üretildiği geniş bir saha sunmaktadır. Dolayısıyla filmlerin analiz edilerek ne söylediği ve ne şekilde söylediğinin ortaya konulması ile filmlerin sadece ideolojik manipülasyon ve yönlendirme işlevi mi olduğu yoksa bir mücadele alanı mı sunduğu ortaya çıkarılabilir.

Kuşkusuz sinemada farklı tarihsel dönemlerde çok çeşitli konu ele alınmıştır ve bunlar arasında kitle iletişim araçları ve medyanın temsili öne çıkmaktadır. Sinema tarihine bakıldığında, televizyona dair etik meseleleri, geçmişteki gerçek olayları ve onun izleyici üzerindeki manipülatif etkisini konu alan filmlerin oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu bakımdan bu çalışmada, filmlerde bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun nasıl temsil edildiği konusu ele alınarak bu temsillerin gerçeklikle ne derece örtüştüğü ve temsillerin amacının ne olduğu sorgulanacaktır. Böylece gündelik hayatımızda önemli bir yere sahip olan sinema aracılığıyla, bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun ne tip kalıp yargılar içinde sunulduğunun ve sunum biçiminin nasıl bir bakışla ele alındığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Medya ve çalışanlarının sinemadaki temsilini ele alan oldukça fazla çalışma olmasına rağmen, televizyonu ve bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun sinemadaki temsilini ele alan çok sayıda çalışma bulunmaması bu konunun seçilmesinde etkili olmuştur. Böylece bu çalışmanın bu konudaki eksikliği gidererek medya alanında yapılan ve yapılacak olan güncel tartışmalara katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Örnekleme alınan filmler, konu ve tema olarak bir kitle iletişim aracı olarak televizyonu merkeze alan filmlerle sınırlıdır ve amaçsal örneklem tekniğiyle, popüler sinemanın örneklerinden seçilmiştir. Zira popüler sinema hem geniş kitlelere ulaşabilmesi hem de kurmaca anlatılar olarak toplumsal yaşamda ideolojik bir işleve sahip olmaları bakımından çalışmamızın amacı ve sınırlılıklarına uygun düşmektedir. Örnekleme dahil edilen yirmi adet film şöyledir: Network/Şebeke (1976), The China Syndrome/Çin Sendromu/Dünyanın Kaderi (1979), Videodrome (1983), Broadcast News/Haberler (1987), The Running Man/Koşan Adam (1987), Natural Born Killers/Katil Doğanlar (1994), Quiz Show/Şike (1994), Mad City/Çılgın Şehir (1997), The Truman Show (1998), EDTV (1999), 15 Minutes (2001), Good Night, and Good

Luck/İyi Geceler İyi Şanslar (2005), Man of the Year/Yılın Başkanı (2006), Live!/Yüzde Yüz Canlı (2007), Frost-Nixon (2008), Morning Glory/Sabah Neşesi (2010), God Bless America/Tanrı Amerika'yı Korusun (2011), Nightcrawler/Gece Vurgunu (2014), The Eichman Show (2015), Money Monster/Para Tuzağı (2016) .

Bu belirlemelerden hareketle, çalışmamız bağlamında bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun sinemada ne şekilde temsil edildiği, temsillerin gerçeklikle ne derece örtüştüğü ve bu temsillerin bir eleştiriye ne ölçüde imkan verdiği söylem analizi yöntemi ile incelenecektir. Ancak, analiz ve bulgulara geçmeden önce çalışmamızın kuramsal çerçevesini oluşturan temsil kuramlarına ve çalışmamızın yöntemini oluşturan söylem analizi yöntemine daha ayrıntılı bakmak yerinde olacaktır.

1.Kuramsal Çerçeve

İletişim çalışmalarında sıklıkla başvurulan bir kavram olan temsil, Marshall'ın da ifade ettiği gibi “imge ve metinlerin, temsil ettikleri orijinal kaynakları doğrudan yansıtılmalarından ziyade onları yeniden kurmalarını anlatan bir terimdir” (1999: 725). Dolayısıyla temsil edilen şey gerçeğin birebir kendisi değil, toplumsal ve kültürel birtakım değer ve kodlar aracılığıyla yeniden kurulmuş bir gerçekliktir. Temsiller her yerdedir ve bazen tek bir görüntü ya da bir film bazen de yazılı ya da sözlü metinler olarak karşımıza çıkar. Colin Stewart ve Adam Kowatzke (2007) bir temsilin, tasvir, benzerlik veya inşa edilmiş imge olduğunu ve temsillerin özel kişiler, sosyal gruplar, fikirler ve olaylar hakkında olabileceğini ifade ederler. Dolayısıyla temsil, insanların, nesnelere, kavramların, kısacası gerçeklikte var olan şeylerin imgeler dolayısıyla yeniden üretilerek betimlenmesi olarak ifade edilebilir.

İmgeler dolayısıyla temsil edilen anlam, var olan kültür ve dilin yardımıyla oluşturulur. Dil ve anlamlar aracılığıyla gerçekliğin nasıl olduğu ve temsil edildiği sorunuyla ilgilenen Stuart Hall, temsili anlamı inşa eden ve ileten bir anlamlandırma süreci olarak tarif eder ve temsili, “dil aracılığıyla zihnimizdeki kavramların anlamlarının üretimi” (1997: 15) olarak tanımlar. Hall'a göre şeylerin kendi başlarına bir anlamı yoktur ve bizler dünyayı anlamlandırmak ve diğerleriyle iletişim kurmak için kendi kültür, dil ve temsil sistemimizi kullanarak anlamı inşa ederiz (1997: 25). Dolayısıyla anlamın oluşumu Hall için merkezi bir konumdadır ve anlamı oluşturan dil, toplum nazarında yerleşmiş ve kabul görmüş bir takım değer ve kodların varlığı ile mümkün olabilir. Bununla birlikte bu değer ve kodların içerdiği anlam “baştan verili değildir, temsili pratikler içinde belirli bir pratik türü üzerindeki sürekli mücadelenin sonucunda inşa edilir” (Hall, 2014: 89).

Temsil, aynı zamanda “kullanılan iletişim aracı yoluyla da inşa edilmiştir” (Burton, 2008: 111) ve bu araçlardan biri de sinemadır. Filmlerin içinde yer aldıkları toplumun değer, yargı ve kodlarını içerdiği ve taşıdığı yadsınamaz. Ancak sinema bunları “tekrar kodlar ve bunlara, filmin kodlarına özgü anlam ve değerler” (Ryan, 2015: 82) verir. Böylece sinemanın verdiği yeni değer ve kodlar bir şeyin, normal, iyi ya da kötü ve tasvip edilemez oluşuna dair yeni bir değer taşır ve bu yeni değer, toplumun kabul ve rızasına yeniden sunulur. Sinemadaki bu temsiller, Comolli ve Narboni'nin de belirttiği gibi gerçekliği yeniden üretir ve bu gerçeklik de egemen ideolojinin ifadesidir (2010: 101). Bu bakımdan sinemanın gerçekliği yeniden üretirken ve egemen ideolojiyi meşrulaştırırken kullandığı bir yöntem olan “temsil önemlidir, çünkü insanın kendisi ile dünya arasındaki ve nesnelere dünya arasındaki sınırları çizebilmesine yarar” (Ryan ve Kellner, 2010: 35). Bu temsiller hiç kuşkusuz doğduğumuz andan itibaren

içinde yer aldığımız kültür aracılığıyla öğrenilir ve zamanla pekiştirilerek doğallaşan, benliğimizin bir parçası haline gelen değerler halini alır. Bu normalleşme ve doğallaşma sürecine sinemanın da aracılık ettiği bir gerçektir. Sonuç olarak temsil, dilden kültüre, işaretlerden imajlara uzanan, anlamın oluşmasında ve yayılmasında etkili ve hiç de basit olmayan bir işleyiştir. Bu bakımdan temsilin işleyişini çözmek ideolojiden söyleme içinde barındırdığı tüm yönleri ile ele alınması gereken zorlu bir süreçtir.

2.Yöntem

Sinemada temsilin ideolojik bir yeniden üretim olduğu düşüncesinden hareketle, çalışmanın amacına ulaşabilmesi için filmlerin analizinde söylem analizi yöntemi kullanılacaktır. Dünya sinemasının televizyonu konu alan popüler film örnekleri özelinde söylem analizi yapılarak, filmin taşıdığı söylemler ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Söylem analizi, toplumda var olan değer ve fikirlerin nasıl ortaya çıktığı ve yeniden üretildiğini anlamada yol gösterici bir yöntemdir. Öykü ve söylem düzeyinden oluşan film anlatısı temsiller yoluyla bu değer ve fikirlerin yeniden üretildiği bir saha olduğundan söylem analizi “toplumsal sorunlara yönelik, ideolojik ya da politik bir çözümleme” (Çelik ve Ekşi, 2008: 110) yapılmasına imkan vermektedir. Her ileti ve içerik bir söylem taşır ve söylem çok boyutludur. Dolayısıyla söylem, “sadece iletinin içeriğini değil, onu dile getireni (kim söylüyor), otoritesini (neye dayanarak), dinleyiciyi (kime söylüyor?) ve amacını (söyleyenler söyledikleri ile neyi başarmak istiyor) kapsar” (Çelik ve Ekşi, 2008: 100). Bu bakımdan filmler aracılığıyla temsiller yoluyla kodlanan ve yeniden üretilen anlamların analiz edilmesi ve taşıdıkları söylemlerin ortaya çıkarılması önem arz etmektedir. Söylem analizi yapmak “ideolojilerin söylemde nasıl ifade edildiğini (veya gizlendiğini!), ve böylece aynı zamanda toplumda nasıl yeniden üretilebileceğini” (van Dijk, 2015: 20) anlamamızda yol gösterici olacaktır.

Buradan hareketle örnekleme alınan popüler filmler, söylemin oluştuğu altı kategoride çözümlenecektir: 1) Reklam Bağlamında Televizyon, 2) Siyaset ve Diğer Kurumlarla İlişkisi Bağlamında Televizyon, 3) Profesyoneller ve Etik, İlke, Değer Bağlamında Televizyon, 4) Cinsiyet, Irk ve Sınıf Bağlamında Televizyon, 5) İzlenme Oranları Bağlamında Televizyon, 6) Yasa ve Mevzuat Bağlamında Televizyon.

3.Analiz ve Bulgular

1) Reklam Bağlamında Televizyon

Genel olarak medyanın ve özel olarak da televizyonun reklam sektörü ile olan ilişkisinin varlığı genel kabul görmüş bir gerçektir ve bu ilişki, çoğu zaman eleştirilmektedir. Zira reklam sektörünün ürün sponsorlukları yoluyla televizyon programlarına mali destek sunması, programın genel karakterinin nasıl şekillendirileceğine dair söz sahipliğini reklam şirketlerine ve de parayı elinde bulunduranlara bırakılmasına neden olmuştur. Böylece sponsorluklarla yapılan programların içeriğinin, doğal olarak sermayeyi ortaya koyan iktidarın ilgi, algı, beklenti ve kazançlarının artmasına yönelik olacak şekilde belirlendiği görüşü ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle, ‘Reklam şirketleri program içeriklerinin belirlenmesinde rol oynuyor mu?’, ‘Çalışanlar ve patronların reklam sektörüne yaklaşımı nasıl?’, ‘Reklam, içeriklerin oluşmasında ne kadar etkili?’ gibi sorulardan hareketle televizyon dünyasının temsil ediliş biçimi şu filmler üzerinden sorgulanmaya çalışılacaktır: Quiz Show, Live!, The Truman Show, EDTV, 15 Minutes, Money Monster.

Televizyon programlarının ve içeriklerin üretiminde reklamcıların kaygılarının merkeze alındığı, şirketlerin ve onların ticari çıkarlarının gözetildiğine yönelik pek çok eleştiri mevcuttur (Kellner, 2011: 123). Bu eleştirilere göre tüm medya ve kitlesel araçlar üretici güçlerin elindedir ve onların ekonomik çıkar ve beklentileri doğrultusunda hareket eder (Chomsky, 2013: 10). Bu eleştirilerin konu edildiği Quiz Show’da kanal ve programın yapımcısı Dan’ın yarışmanın sponsoru, ‘Geritol’ şirketinin sahibinin istekleri doğrultusunda hareket ettiği ve sponsorun program içeriği ve yarışmacılar gibi konularda karar alma noktasında merkezi bir role sahip olduğu görülmektedir.

Televizyon endüstrisinin ekonomik çıkarlarına işaret eden diğer bir durum da kanalların bir programın yapılabilmesi için gerekli onayı vermesinin ve kaynak ayırmasının, reklam veren şirketlerin varlığına ve reklam gelirinin fazlalığına bağlı oluşudur. Bu da reklamların “ticari gereksinimler nedeniyle yaratılmış” (Burton, 2008: 148) olduğunu ortaya koyar. Bu durum Live!’de program yapımcısı Katy’nin arzuladığı programı yapabilmek için reklam sektörünü programına reklam vermeye ikna etmek için mücadelesinde görülür. Bu vesileyle yarışmaya katılacak kişilerle yapılan kayıtlar, drama, milliyetçilik vurgusu, aile değerleri, umut ve gözyaşı gibi içeriklerle doldurularak, reklam şirketlerini çekmek için kurgulanır.

Televizyonda sunulan içerikler ile gerçekliğin, sahte ve düzenlenmiş bir biçimde tasarlanıp yeniden sunulması, şirketlerin ürün satışı ve pazarlama gibi beklentilerinin gizlenmesinin bir sonucudur. Bunun sonucunda da şovlar aracılığıyla satılan şeylerin imgeler ve aldıklarımız ise markaların temsil ettiği değerden ziyade etiketleri veya göstergeleri olduğunu ayırt etmesi imkansızlaşır (Baudrillard, 2011). The Truman Show’da şov aracılığıyla Truman’ın resimlerinin basılı olduğu, tişörtler, kupalar, magnetler vb. ürünler tüm izleyiciler için pazarlanmakta, ‘Truman Kataloğu’ ile programın içerisindeki oyuncuların gardırobundan evlere kadar her şey satılmaktadır. Dolayısıyla televizyon kar marjını artırma hedefiyle her şeyi ürünleştirerek, ticarileştirerek ve markalaştırarak satma yoluna gitmektedir.

Yine televizyonun ürün satışı ve pazarlama stratejisinden kaynaklanan, ‘gerçeklik’ adı altındaki düzenlemeler için yaratılan şöhretleri seyirlik nesnelere olarak satması, aynı zamanda da bu şöhretler vasıtasıyla ürün satışlarını arttırmayı hedeflemesi televizyon endüstrisinin diğer bir uygulaması olarak karşımıza çıkar. Bu durum EDTV,’de sıradan bir adam olan Ed’in bir şov programı yıldızına dönüştürülmesinde ve şovun, reklam gelirleri düşünülerek tasarlanmış olmasında görülmektedir.

15 Minutes, işledikleri suçları filme alan iki katilin ünlü olarak bu ünden karlı anlaşmalar sağlama arayışlarına odaklanır. Buna aracılık eden ise ‘Top Story’ programının sunucusudur. Sunucu, kayıtları yayınlamayı kabul eder ve böylece habere ilk erişerek hem kendisine hem de kanalına şöhret kazandıracak buna paralel de karlı anlaşmalar ve reklam gelirleri elde edecektir. Dolayısıyla hem katillerin hem de televizyon sektörü çalışanlarının ortak hedefi şöhret elde etmek ve bu şöhretle karlı anlaşmalar sağlamaktır.

Money Monster ise televizyon simalarının şöhret ve beğeni için içeriklerini şova dönüştürmeleri ve kendilerini reklam malzemesi yapmalarına bir örnektir. Finans haberleri ve yatırım tüyoları verilen ‘Money Monster’ programında sunucu Lee, finans ve yatırım tüyoları gibi ekonomiyi ilgilendiren ciddi bir işi, ün ve şöhret arzusu için itibarsızlaştırıp değersizleştirerek, şöhret düşkünlüğü ve reklam takıntısıyla işini ciddiyetsizleştiren biri olarak karşımıza çıkar. Böylece Lee hem kendisinin ve programının reklamını yaparken, aynı zamanda

programla yatırım haberleri ve hisselerle ilişkin tüyoları ile Şirketlerin ve onların ürünlerinin de reklamını yapmış olur.

Sonuç olarak bu kategoride incelenen tüm filmler, program içeriklerinin belirlenmesinde reklam Şirketlerinin oynadığı merkezi rolü, televizyon endüstrisi ve çalışanlarının reklam sektörüne verdiği önemi ve reklamın, gerek ürün satışı gerekse de bireysel ve kurumsal tanıtım gibi amaçlarla oluŐturularak tüm içeriklere iŐlediĐini göstermektedir. Bu bağlamda televizyon endüstrisi ve çalışanlarının yaptıkları, her türden düzenleme, satış ve pazarlama stratejisinin bir sonucu olarak karşımıza çıkar. Bu konu toplumsal yaşamda da fazlaca irdelenmektedir ve Kellner'ın (2013: 30) da belirttiği gibi tüketicilere yaşam tarzları ve değerler benimseterek televizyon, tüketim gösterisinin kurucusu ve destekleyicisi haline gelmiŐtir.

2) Siyaset ve Diğer Kurumlarla İlişkisi Bağlamında Televizyon

Medyanın sorgulandığı diğer bir önemli baŐlık da hem sektörün hem de çalışanların siyaset, siyasetçiler, özel ve kamu kurum ve kuruluşları ile olan ilişkisi ve bağıdır. Bu iliŐkide, medyanın çoğunlukla yandaş bir tavır takındığı ve karşılıklı çıkar iliŐkisine dayanan bir birlikteliklerinin olduğu eleŐtirileri merkezdedir. Bu bakımdan medya eleŐtirisinde genellikle, h k metlere ilişkin politikalar baŐarısızlıĐa uğrarsa ya da g c sahiplerinin çıkarlarına ters düŐerse, medyanın hükümet politikasına karşı çıkacağı ve o güne dek tartışma konusu edilmeyen meseleleri gündeme alacağı görüşü hakimdir. (Chomsky, 2012: 113) Buradan hareketle bu s yem kategorisi altında, 'Medya kurumlarla ilişkisinde yandaş mı yoksa taraf mıdır?', 'İ  işleyişi, görev ve sorumlulukları bağlamında diğer kurumlara ne kadar bağımlıdır?' gibi sorulardan hareketle televizyon dünyasının nasıl temsil edildiği Şu filmler üzerinden sorgulanmaya çalışılacaktır: Natural Born Killers, 15 Minutes, Good Night, and Good Luck, Frost/Nixon, The Running Man, Man of the Year, Live!, The Eichmann Show.

Televizyon dünyasının, izleyicilerin dikkatini gelgeç haberlerle, "dramatikleŐtirilen olaylar üzerinde sabitleŐtirmek ve orada tutmak suretiyle, siyasal boŐluk yaratmak, siyaset dıŐılaŐtırmak ve dünyadaki yaşamı  yk ms ye ve dedikoduya indirgemek" (Bourdieu, 1997: 57) gibi etkileri vardır. Bu etki, televizyon endüstrisinin, başta siyaset kurumu, emniyet g cleri, hukuk gibi pek çok diğer kurum ile olan iŐbirliĐinin sonucu olarak okunabilir. Buradan hareketle Natural Born Killers, televizyon endüstrisinin, hapishane çalışanları ve kolluk kuvvetleri ile olan iliŐkisine örnek oluŐurmaktadır. Televizyoncu Wayne, yetkililerle olan özel bağlantılarını kullanarak, iki katil sevgili Mickey ve Mallory ile cezaevinde özel bir röportaj ayarlar. Burada kurum gündemin kendisine değmeyecek Şekilde meŐgul edilmesinden yarar sağlarken kanal da izleyicilerin gündemini meŐgul edecek içeriklere eriŐebilir durumdadır.

Emniyet teŐkilatı ve televizyon endüstrisi arasındaki iliŐkiyi ele alan 15 Minutes'de dedektif Eddie'nin yürüttüğü soruŐtırmalar, 'Top Story' programında yayınlanmaktadır. Böylece suçlulara yapılan baskınlar ve tutuklamalar gibi olaylara ilk eriŐebilmesi televizyonun kendine malzeme çıkarmasına yararlı operasyonların haber yapılması da toplumdaki polis teŐkilatına yönelik olumsuz algının düzeltilmesine katkı sunar. Dolayısıyla bu ilişki ortak çıkarlara dayanmaktadır.

Medyanın siyaset kurumuyla olan ilişkisinde yandaş ya da muhalif tavrı, kuşkusuz gündemin belirlenmesi ve işlerin seyrinin deĐiŐmesinde belirleyicidir. Medyanın yandaş tavrı, "siyasetin alabildiğine geniş ve kirli 'alan'ını, muhteŐem bir işbirliği (hatta suç ortaklığı) bağlamında, ülkenin tek ve deĐiŐmez gündem maddesi yapabilmekte" (Bourdieu, 1997: 8) ya

da muhalif duruşu siyasetin tüm gerçekliğini ortaya çıkarmakta ve gündeme getirmekte aracı olabilmektedir. Bu durum Good Night and Good Luck, Amerika’da yürütülen komünizm avı ve vatandaşlara uygulanan gözden düşürme taktikleri ve baskılara karşı televizyon gazetecisi Murrow’un mücadelesinde karşımıza çıkar. Film, medyanın siyaset kurumun işleyişindeki yanlışları, siyasetçilerin izledikleri ve sürdürdükleri yanlış politikalarını eleştirmek ve gündeme almak noktasındaki rolünün önemini gözler önüne serer. Yine benzer bir konu Frost/Nixon’da televizyoncu Frost’un eski başkan Nixon ile ‘Watergate’ skandalına ilişkin röportajında işlenir. Medyanın bir skandalın örtbasına ya da skandalın ortaya çıkarılmasındaki rolü, Frost’un konudan sapmayarak, tüm oyalama ve geçiştirme yöntemlerini savuşturarak aldığı itirafta karşımıza çıkar.

Medyanın hükümetle olan ilişkisinde kitle iletişim araçlarının hegemonik ve ideolojik aygıtlar olarak işlev görmesi eleştirilen diğer bir konudur. The Running Man, dünya ekonomisinin çöktüğü ve diktatörlüğün hüküm sürdüğü bir toplumda, devlet kontrolündeki ‘Running Man’ isimli televizyon programında suçluların ölümüne yarıştırılmasını konu alır. Filmde özel olarak program, suçlular için ceza infaz mercii gibi işlerken, genel olarak televizyon, toplum açısından bir denetim mekanizması ve insanları sisteme itaate teşvik eden “devletin ideolojik bir aygıtı” (Althusser, 2000) gibi işlev görmektedir. Program, topluma bir düzen ve adalet empoze ederken aynı zamanda hükümet politikasının sorgulanmasının da önüne geçer. Bu da hem özel hem de kamusal alanı düzenleyen ve denetleyen hakim ideolojinin, eğlence aracılığıyla sunulmasıyla gerçekleştirilir.

Politikanın şova dönüşmesi ve medyanın buna aracılık etmesini ele alan Man Of The Year, ‘Tom Dobs Şov’ isimli politik eleştiri programının sunucusu Tom’un başlarda bir şaka olarak başlayan başkan aday olma sürecinin gerçeğe dönmesini ele alır. Tom’un bir şovmen olarak işi politikacıları ve onların politikalarını eleştirmek olmasına rağmen kendisinin içine düştüğü durum da eleştirinin merkezine yerleşmesine neden olur. Zira Tom, eleştirdiği bir kurumu değiştirmek misyonuyla yola çıkmasına rağmen medyanın şov kültüründen kaçamaz ve politikayı medyanın gösterisi haline dönüştürür. Bu bakımdan onun bir politikacı olarak vaatlerinin hiçbir değeri yoktur önemli olan şovun ne kadar gösterişli olduğudur.

Medyanın politikacıların şovlarına aracılık etmesi ve politikanın şova dönüştürmesinin yanında parasal birlikliklerinden de söz etmek gerekir. Live!, canlı yayında, oyuncuların Rus ruleti oynayacağı bir program hazırlığında olan kanal yetkililerinin kongre üyelerine bu projeyi kabul ettirme süreçlerini gözler önüne serer. Programın yaratıcısı Katy, ‘programdan elde edilen gelir ile sonraki seçimlerde kongre üyelerinin kampanyalarına bağış yapma’ fikriyle sorunu çözüme kavuşturur ve program için gerekli onaylar alınır. Böylece programların uygunluğunu denetleyecek mercinin kanal tarafından rüşvetle yola getirilmesi hem kongre hem de kanal için bir yozlaşma olarak okunabilir ve içeriklerin tarafsız denetim ilkesine olan inancı azaltır.

The Eichman Show, Yahudi soykırımını sanığı Nazi subayı Adolf Eichman’ın davası, duruşma ve yayın sürecini konu alır. Yapımcı Milton, duruşmayı yayınlamak için ilgili hükümetleri ve duruşma yargıçlarını ikna etmek için çalışır. Yargıçlar kamera ve ses ekipmanlarının dikkatleri dağıtacağı endişesi ile yayına karşı çıksa da Milton, ekipmanları gizleme yoluna gidererek gerekli izni alır. Yine ekip üyelerinin Yahudi asıllı ve İsrail film endüstrisinin çalışanlarından seçilmesi de bu ikna sürecinde ve halkla ilişkilerde iyi bir imaj oluşturacak ve hükümetlerin işbirliğini de garanti altına alacaktır. Dolayısıyla kanal ve yapımcı hükümetleri ve yargıçları memnun etmek için çabalar.

Sonuç olarak bu kategoride incelenen tüm filmler, televizyon endüstrisi ve çalışanlarının başta siyaset olmak üzere pek çok kurumla işbirliği içinde olduğunu göstermektedir. Bu birliktelik, Thompson'ın (2008: 127) da ortaya koyduğu gibi bir yanda medya endüstrilerinin ticari çıkarlarını, diğer yanda yeni medyayı düzenlemeye ve denetlemeye yönelik siyasal ilgi arasında bir anlaşmaya işaret etmektedir. Bu karşılıklı ilişki zaman zaman ortak çıkarların çatışmasıyla ya da farklı beklentiler dolayısıyla sekteye uğrasa da televizyonun kurumlarla olan ilişkisinde olumsuz temsili merkezi bir konumdadır. Bu olumsuz temsiller medyanın kurumlarla ilişkisindeki 'çıkartları doğrultusunda hareket ettiği', 'çoğunlukla yandaş bir tavır sergilediği', 'işleyişi, görev ve sorumlulukları bağlamında kurumlara bağlı hareket ettiği' yönündedir.

3) Profesyoneller ve Etik, İlke, Değer Bağlamında Televizyon

Medya her gün milyonlarca insana enformasyon yaymaktadır. Bu bakımdan da medya kuruluşları ve çalışanlarının etik, doğru, dürüst, tarafsız ve ilkeli davranma gibi sorumlulukları vardır. Bu ilke ve değerler, aşırı şiddet ya da cinsellik içeren görsellerin kullanılmaması ya da kaynağın gizliliğinin korunması şeklinde olabileceği gibi haberin içeriğinin doğruluğunun kesinleştirilmesi ya da habere konu tarafların her birine eşit söz hakkı verilmesi şeklinde de olabilir. Medyanın sorumluluğu, "bilinen bir referans grubuna bağlı, teknik bilgi ve yetkilerle donanmış, topluluk içi yansız, tarafsız bilgi veren (evreni saydamlaştıran) ve karşı-erk (kamu çıkarının savunucusu) olarak ikili bir işlev görmesi" (Maigret, 2013: 208) gerekenler olarak özetleyebiliriz. Buradan hareketle, bu kategori altında, 'Televizyon endüstrisi ve çalışanları objektif bir yayıncılık yapıyor mu?', 'Sektör çalışanları temel ilke ve değerlere bağlı mı?', 'Objektiflik ve tarafsızlık gibi idealler nasıl sunulmakta?' gibi sorulardan hareketle televizyon dünyasının nasıl temsil edildiği şu filmler üzerinden sorgulanmaya çalışılacaktır: Network, Natural Born Killers, Live!, 15 Minutes, The China Syndrome, Broadcast News, The Running Man, Quiz Show, Mad City, Money Monster, Man of the Year, Nightcrawler, The Truman Show, Videodrome, Good Night, and Good Luck, The Eichmann Show.

Televizyon, sansasyonel ve gelip geçici olaylara düşkünlüğü dolayısıyla, etik, ilke ve değerlere uymadığı yönünde sıklıkla eleştirilmektedir. Zira "kan ve cinsellik, dram ve suç her zaman satış yaptırmıştır" (Bourdieu, 1997: 22). Bu nedenle de televizyon, bu tip olayları merkeze alarak saygınlık kaygısını bir kenara bırakmıştır. Bu eleştirilerin gözlemlenebildiği Network'de, Diana, gerçek görüntülerin kullanılacağı, gerçek suçluların yer alacağı ve onların eylemlerinin ele alınacağı bir program tasarlar ve terörist bir grupla anlaşma sağlar. Böylece Diana, şiddet, suç, vahşet vb. unsurları merkeze alarak, program içeriğini bir örgütün propagandası için araç haline dönüştürerek yayıncılık ilkelerini hiçe sayar. Natural Born Killers'da, televizyoncu Wayne, katilleri ve toplu cinayetleri ele alan programında katil Mickey ile yaptığı röportajı canlı yayınlar ve bu sırada hapisanede ayaklanma çıkar. Tüm bu vahşet ve cinayet canlı olarak yayınlanır. Canlı yayında sergilenen bu vahşet ve cinayet medyanın da katkısıyla bir şova dönüşürken hem Wayne hem de televizyon endüstrisi bu şova kendilerini kaptırarak işlev ve sorumluluklarını unuturlar. Live!'de program yapımcısı Katy, canlı yayında Rus ruleti oynatmak arzusundadır. Zira Katy'e göre tüm izleyiciler, 'insanların ölme riskinin olduğu programları izler' ve böylesi bir gerçekliğin arayışındadırlar. Bunun için Katy tasarladığı program ile insanların drama, aşk, yoksulluk, vatanperverlik gibi hikayelerini ve de ölümlerini satarak ilkesiz bir duruş sergiler. 15 Minutes'te ise 'Top Story' isimli programın sunucu ve yapımcısı Robert, programın başrolünde olan dedektif Eddie'nin iki katil tarafından öldürülüşünün kaydını yayınlar. Robert hem kurumların hem de meslektaşları Eddie'nin

saygınlığını ve özelini hiçe sayarak ilkesiz bir davranış sergilemiştir. Bu ilkesizlik, kanalın ‘kan, dehşet yani para getirecek ne varsa’ onun yapılmasının salık verilmesinde de karşımıza çıkar.

Etik, ilke, değer ve sorumluluklara yönelik yazılı, yasalarca belirlenmiş ve somut birkaç belirleme dışında, televizyonculuk ve haber etiğinin sınırları ve etiğin nerede başlayıp nerede bittiği tartışmalıdır. The China Syndrome’da spiker Kimberly ve kameraman Richard, ‘Wentana’ nükleer santralinde bir sarsıntı ve devamında meydana gelen arızaları çekim yapılmasının yasak olduğu alanda olmalarına rağmen kayda alır. Muhabirin kamu çıkarının savunucusu olmak gibi bir sorumluluğu olduğundan böylesi büyük bir olayı kamudan gizlemek de etik olmaz. Zira kamuyu zarara uğratabilecek bir sorun olduğu ortadadır ve bu durumda sorumluluk bunu dünyaya duyurmaktır. Ancak olayı dünyaya duyurmaları gerçeklerin tümüyle ortaya çıkarmasında ve sorunun çözümünde bir katkı sunmaz. Yine benzer bir etik durumun sorgulandığı Broadcast News’de kanal çalışanları, ‘muhbire bilgi almak için onu sevdiğini söyler misin? İdam mahkumunun idam görüntüsünü kanalda yayınlar mısınız?’ gibi sorularla yayın etiği üzerine tartışırken görülür ve hepsinin yanıtı her soru için istisnasız ‘evet’dir. Oysaki her ne şartta olursa olsun yalan söylemek ve bir bireyin ölüm anını yayınlamanın yasalarla tanımlanmasa dahi toplumsal ilkeler ve vicdanen etik olmadığı ortadadır. Böylece etik, ilke ve değerlerin sınırları çalışanların bireysel kararlarına bağlı gibi görünmektedir.

Televizyonun sunduğu bilginin ve bu bilginin hangi amaca hizmet ettiği, sorgulanması gereken diğer bir konudur ve televizyon, bilgiyi tekeline aldığı, manipüle ettiği ve iletmek istediği şekilde seçip kurguladığı yönünde eleştirilmektedir. The Running Man’de, suçluların ölümüne yarıştırdığı programın sunucusu olan Damon, masum insanları bile programa malzeme yapmaktadır ve hazırladığı hileli ve çarpıtılmış gerçeklerden oluşan videolar ile insanları suçlu gibi göstermektedir. Böylece Killian hazırladığı düzmece bilgi ve içeriklerle insanları manipüle ederek gerçekleri çarpıtma yoluna gider. Money Monster’da ise finans haberleri programının sunucusu Lee, programı şova dönüştürerek, ekonomi ile ilgili bilgileri değersizleştirip önemsizleştirerek, izleyicilerin ekonomi konusundaki bilgilerini manipüle eder. Lee’nin ekonomi gibi böylesi önemli bir konuyu ele alan programının gerçekleri yansıtmayan ve yanıltıcı etkisi, tüyolarla hareket eden izleyicilerin para kaybetmesine neden olur. Dolayısıyla kanalın bilginin kaynağını sorgulamaması ve hatalı bilgiler ile insanları yönlendirmesi insanların zarara uğramasını kaçınılmaz kılar.

Haberin oluşturulmasında, olayların altında yatan gerçeklerin dikkate alınmaması, olaylara ilişkin tarafların nedenlerinin önemsenmemesi ve medyanın kendince bir gerçeklik kurgulaması diğer bir konudur. Bu durum Mad City’de bütçe kısıtlamaları yüzünden işine son verilen ve işini geri alabilmek için müzedekileri rehin alan Sam’i olumlu haber yapan kanalların, konu üretemeyince kötü olarak lanse eden haberler yapmasında okunur. Haberi ilk sunmak, işi diğerinin elinden almak ve kariyer yapmak gibi amaçlarla gerçekler çarpıtılmaya başlanır ve her iki durumda da olayın altında yatan nedenler dikkate alınmaz. Bu bakımdan film, haberi seçen ve inceleyen kişi konumunda olan televizyon endüstrisi ve çalışanlarının kendi tutumları doğrultusunda haber ve haber içeriği oluşturarak, medya gücünün yanlış kullanıldığında insanlar üzerindeki olumsuz etkilerini gözler önüne serer.

Televizyonun, içerikleriyle bilgiyi çarpıtması ya da manipüle etmesinin yanında sunduğu içeriklerdeki bilginin ve bu bilginin kaynağının da sorgulanması gereklidir. Zira medyanın bilimsel bilgiyi sorunlu bir şekilde sunduğu ve bilimsel bilgiyi bozarak, magazinleştirerek bilim dışı hale getirdiği ifade edilmektedir (Atabek vd., 2013: 19). Natural

Born Killers’da sunucu Gale’in katillerin cinayet işleme sebeplerini ortaya koymak adına psikologlar eşliğinde yaptığı programda doktorun verdiği bilgi gerçeği yansıtmadığı gibi televizyonun da gerçeğe yönelik bir araştırma gerçekleştirmediği görülmektedir. Dolayısıyla medya, bilimi ve bilimsel bilgiyi eksik, kusurlu ve hatalı bir şekilde kullanarak, katilleri bu suça iten sebeplerin sorgulanıp araştırılmasından ziyade konuyu magazinleştirmekle ilgilenir.

Medyanın politikadan bilime her türden önemli konuyu, gösteri kültürünün formları ve özelliklerini de kullanarak “görünüş, imaj, stil ve sunum ve ayrıca hikaye” (Kellner, 2013: 337) şeklinde yönlendirdiği ve sunduğu da bir gerçektir. Bu durum, önemli olayların dışarda bırakılarak önemsizleştirilmesine ya da unutturulmasına sebep olmuştur ve Man Of The Year üzerinden bakıldığında medyanın, seçim sürecini, parti politikaları ve siyasi görüşlerden öte adayların imaj, görünüş ve yaşam hikayelerine indirgenmesinde ve diğer adaylardan daha iyi bir şov yürüten Tom’un kazanmasında gözlenebilir.

Başka bir konu ise televizyon dünyasının kişisel çıkarların çakıştığı bir arena olduğu ve çalışanların da işlerinde yükselmek, yerlerini sağlama almak gibi amaçlarla her türlü ilke ve değerden ödün verdiğidir. Bu durum Quiz Show’da yarışma sorularının büyük bir gizlilikle, kasada tutularak korunduğunun ifade edilmesine karşın, soruların yarışmacılara verilmesinde okunabilir. Böylece beğenilmeyen ya da istenmeyen yarışmacı elenirken kalması istenen yarışmacının yarışmadaki sürekliliği garanti altına alınmaktadır. Dolayısıyla kanal ve çalışanlarının yüksek kar beklentisi, izleyici çekme arzusu ve kişisel kariyerlerinde yükselme gibi öncelikleri, yarışmada gururla vurguladıkları ‘gizlilik’ vaatlerini, kendi çıkar ve öncelikleri için ihlal etmeleriyle sonuçlanır. Yine kişisel çıkar ve kariyer arzusuna odaklanan Nightcrawler’da Lou, televizyonun şiddet, vahşet, trajedi gibi içeriklere duyduğu merakı fark ederek bunu kendine televizyonda bir kariyer edinmek için kullanır ve kaydettiği içerikler yeterince dehşet uyandırmamaya başlayınca haberleri takip etmenin ötesinde haberleri yaratan da olmaya başlar. Kanal bu içerikleri kullanır ve devamı için Lou’yu teşvik eder. Dolayısıyla bu etik dışı davranışların kaynağının çalışanların görevlerinde yükselmek, daha çok kazanmak ve yerlerini korumak olduğu görülmektedir.

Sıklıkla dillendirilen diğer bir eleştiri de televizyonun toplumsal denetim ve kontrol aracı ve “toplumların sosyal ve kültürel yeniden üretimi için gerekli düşünce ve davranış” (Kellner, 2011: 122) kalıplarını yeniden üreten bir aygıt olarak işlev gördüğüdür. The Truman Show, televizyonun etik dışı davranışlarının varabileceği en uç örneklerden biri olarak karşımıza çıkar. Televizyon endüstrisi tarafından Truman’ın daha ceninken bir programın malzemesi haline getirilmiş olması televizyonun insan hayatına ilişkin müdahalesinin ve denetiminin en distopik tahayyülüdür. Videodrome’da, Max’in keşfettiği korsan bir yayın olan ‘Videodrome’un bilinçaltını ele geçiren bir sistem olduğu ve zihinleri kontrol edilebilmek için yaratıldığı anlaşılır. Aslında ‘Videodrom’ gibi Max’de izleyicilerine kendi istek ve arzuları çerçevesinde hazırladığı içerikleri sunarak, onları izlemelerini ve onlardan haz almalarını salık vererek bir çeşit manipülasyon ve zihin kontrolü gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla aralarındaki tek fark ‘Videodrom’un daha etkili ve korkunç sonuçlar doğurmasıdır. Nitekim filmin sonunda bu kontrol arzusu gerçekleşir ve Max bir silaha dönüşür.

Etik, ilke ve değerlerin olumlu sunulduğu az örnekten biri olan Good Night and Good Luck’da televizyoncu Murrow, senatör McCarthy’yi canlı yayına çıkarır ve yayın sırasında çirkin ithamlarına uğramasına rağmen yayını kesmez, karşılık vermez, hiçbir kısıtlama, hazırlama ya da müdahale yapmadan onun eleştirilere yönelik cevap hakkını kullanmasına izin

verir. Böylece film, televizyoncuların asli ilke ve sorumluluklarına bağlı olması halinde neleri başarabileceğinin hikayesini ortaya koyar. The Eichmann Show’da da Yahudi soykırımının mimarlarından Eichmann’ın duruşmasını belgelemek ve tüm dünyaya görüntüleri ulaştırmak için çalışan yayın ekibi duygularını işe karıştırmamak, duruşmayı tarafsız bir şekilde belgelemek, kendilerini bir ülke ya da ideoloji propagandasına alet etmemek ve tehditler karşısında yılmamak gibi ilkelerle hareket eder. Zira yapımcının da belirttiği üzere bu duruşma ve onun belgelenmesiyle, tüm dünya tarafından ‘kasten ya da cahillikten bilinmeyenler bilinir hale’ gelecektir.

Sonuç olarak Belsey ve Chadwick, (2014: 305) medyanın en önemli rollerinden birinin “çeşitli toplumsal ve siyasal sorunlara ilişkin enformasyon, fikir, yorum ve tartışma sağlayarak bu katılım düzeyini yükseltmek” olduğunu belirtmişlerdir. Ne var ki incelediğimiz bir iki örnek dışında bu kategoride ele alınan tüm filmlerde etik, ilke, değer ve sorumlulukları bağlamında televizyon dünyası, oldukça olumsuz betimlenmektedir ve muhtemeldir ki gerçek yaşamda karşılaşılan durumlar da bu olumsuz betimlemede etkilidir. Medya çalışanları üstlendikleri görev gereği topluma karşı sorumludur ve bu sorumluluk hem bireysel hem de mesleki anlamda, evrensel ilke ve değerlere bağlı olmayı gerektirir. Kuşkusuz toplumsal yaşamdaki hiçbir düzenleme, belirleme ve “hukuksal çerçeve toplumsal yaşamın herhangi bir alanındaki etik davranışı güvence altına alamaz” (Belsey ve Chadwick, 2014: 309). Bu bakımdan meslek çalışanları hem bireysel hem de mesleki yaşamlarında ahlaki sorumluluklara, evrensel ilke, ölçüt ve değerlere göre hareket etmelidir. Bu bakımdan Belsey ve Chadwick’in de (2014: 309) belirttiği gibi medya profesyonelleri ahlak ve sorumluluk duygusu ile hareket etmedikçe kalite eksik kalacaktır.

4) Cinsiyet, Irk ve Sınıf Bağlamında Televizyon

Medya, özellikle 60’lı yıllardan itibaren ortaya çıkan farklı gurupların tanınma mücadeleleri ve farklı politik hareketlerle birlikte cinsiyet, ırk ve sınıf bağlamındaki temsil politikalarıyla eleştirilmeye başlanmıştır. Buna bağlı olarak da “birçok eleştirmen, medyanın bağımlı grupları nasıl sosyal olarak aşağılayıcı bir şekilde sunduğunu açığa çıkarmak için toplumsal cinsiyet, ırk, sınıf, cinsellik ve diğer tabii konuların temsilleri arasında bağlantı kurmanın önemini vurgulamıştır” (Kellner, 2011: 126). Öte yandan sınıf, ırk ve cinsiyetlere yönelik ayrımlar, medya içeriklerinin dışında kurumsal ortamda çalışanlar arasında da gözlenmektedir ve bu durum filmlere de sıklıkla konu olmuştur. Bu bakımdan bu söylem kategorisi başlığı altında, ‘İçeriklerin oluşturulmasında sınıf, ırk ve cinsiyet ayrımı var mıdır?’, ‘Sınıf, ırk, cinsiyet üzerinden çalışanlara yönelik ya da çalışanlar arasında bir ayrım var mıdır?’ gibi sorulardan hareketle televizyon dünyasının nasıl temsil edildiği şu filmler üzerinden sorgulanmaya çalışılacaktır: The China Syndrome, Nightcrawler, Network, Quiz Show, Live!, Good Night and Good Luck.

Toplumda cinsiyet eşitliğinin gelişmemesi kadınların iş yaşamında ötelenmesine ve ayrımcılığa tabi tutulmasına yol açmaktadır. Meslek yaşamında kadınlar üzerine yapılan pek çok araştırma, kadınların, yüksek mevkilerde yer alamadığını ve belli iş alanlarına hapsedilmiş olduğunu ortaya koymaktadır. Değişik iş alanlarında “kadınların varlık göstermesi ve yükselmesini önleyici etkenlerin başında da toplumsal düzlemdeki cinsiyetçi rol ayrımı ve bunun içselleştirilmesini sağlayan zihniyet kalıpları gelmektedir” (Tanrıöver, 2000: 192). The China Syndrome’da, kanal çalışanı Kimberly, haberci olmak ve farklı içeriklerde haberler hazırlamak istemesine karşın, onun bu isteğini, patronları tarafından ‘spikerlikte iyi olduğu’ ve

'bir haberci değil sunucu' olduğu gerekçesiyle reddedilir. Smith'in (2014: 412) de belirttiği gibi kadınlar, günümüzde de belirli mesleki alanlara hapsedilmişlerdir ve önemli karar alma konularında yer alamayılarıyla dikkat çekmektedirler. Dolayısıyla Kimberly'nin bu örnek durumu, kadınların hapsedildiği bir meslek alanı olarak sunuculuğu ve kadınının bunun ötesine geçemeyişi ya da geçirilmeyişindeki nedenleri ortaya koymaktadır. Erkek egemen medyanın uygulamaları Nightcrawler'da Lou ve Nina karakterleri arasındaki iş anlaşmasının zamanla tehdit ve zorlamaya dönüşmesinde karşımıza çıkar. Lou, çektiği görüntülerin yayınlanması için Nina'yı kendisiyle ilişkiye girmeye zorlar. Nina, 'medyada kadın olarak tutunmak zor' olduğundan bunu kabul eder. Dolayısıyla hem Lou özelinde hem de genel olarak medyaya bakıldığında kadınların başarılarıyla bir mevkiye gelmesi ve o mevkiyi korumasının zorlukları Nina karakterinin yaşadıkları ile özetlenebilir.

Cinsiyet ve statü kullanımını gözlemleyebildiğimiz Network'de Diana, haber programı yapımcısı Max'in işini elinden alır. Diana'nın kadınsal özelliklerini kullanıyor gibi görünmesine rağmen daha ziyade erkeksi özellikler ve davranışlar sergilediği söylenebilir: Max'i kendisine bir eş olarak seçerek ev yaşamına hapsedmesi ve erkeksi fiziksel tavırlarıyla diğerleri üzerinde bir üstünlük kurmaya çalışması gibi. Bunun nedeni, kurumsal yapı içinde herkesin erkek oluşudur ve Diana, görevinde yükselmek ve iş yaşamında tutunabilmek için, diğer her erkeğin yaptığı ya da yapacağı gibi diğerinin ayağını kaydırma mücadelesinde erkek dünyasına uygun bir üslupla hareket eder. Bu bakımdan Diana'nın iş yaşamında erkekleşen, erilleşen bir karakter olduğu söylenebilir.

Medyanın iş yaşamındaki cinsiyet ayrımlarının yanında aynı zamanda içerikleri bağlamında "cinsiyetçilik, ırkçılık, homofobi ve diğer baskıcı sosyal fenomenlerden dolayı" (Kellner, 2011: 124) da eleştirildiğinden bahsetmiştik. Bu durum Live!'de program için seçilen insanların farklı cinsiyet, ırk, sınıf ve inanışlardan olmasına özen gösterilmesinde görülmektedir. Program 'vatansever bir Amerikalı aile babası', 'zorluklarla mücadele eden Meksikalı, yoksul bir eşcinsel', 'hayatı boyunca bir seks objesi gibi görülmüş bir süper model', 'heyecan kazanmak isteyen bir siyahi' gibi farklılıkları ön plana almaktadır. Farklı kesim ve cinsiyetlerden bireylerin, farklı ihtiyaçlardan kaynaklanan şova katılma gerekçeleri, programın aradığı ve izleyicilerine vadettiği 'çeşitlilik' gözetilerek oluşturulmaktadır çünkü 'çeşitlilik iyidir ve satacak daha fazla malzeme verir'.

Medyada karşılaştığımız diğer bir ayrımın da toplumsal sınıf olduğu söylenebilir. Temel olarak toplumsal sınıf ayrımı; güçle, servete sahip bir azınlık olan üst sınıf; eğitilmiş, çalışan kesimi ifade eden orta sınıf; hizmet sektöründe çalışan, mavi yakalı olarak da ifade edilen işçi sınıfı ve diğerlerinden daha dezavantajlı bir gruba ifade eden alt sınıf şeklinde ifade edilmektedir (Giddens, 2012: 354-366). Buna göre medya çalışanlarının uzmanlıkları gereği orta sınıfın temsilcileri olduğu söylenebilir. Ancak onların ürettikleri içerikler çoğunlukla işçi sınıfı ve alt sınıf olarak tabir edilen toplum kesimlerine yönelik olmasına rağmen, ön plana alınan onların dertleri ya da gerçeklikleri değildir. Ön planda olan, orta ve üst sınıf hayat tarzını yaratmak ve yaratılan bu hayat tarzının talep görmesini sağlamaktır. Bu hayat tarzını idame ettiren de kapitalizmdir ve kapitalizmin belirlediği tüketim alışkanlıklarından iktidar ilişkilerine kadar her şey de medya aracılığıyla meşrulaştırılmaktadır. Bu meseleyi gözlemleyebildiğimiz Quiz Show'da yarışmanın uzun süredir kazananı olan Herbie, işçi sınıfının bir üyesi aynı zamanda da bir Yahudi'dir. Rakibi Charlie ise saygın bir aileden gelen, iyi bir eğitim almış bir birey olarak üst sınıfın bir temsilcisidir. Yapımcı Dan'in 'Yahudi'ye karşı bir Amerikalı' ve 'izleyiciler bir

Yahudi'de ne bulabilirler ki' gibi sözlerinden de anlaşıldığı üzere medya iki yarışmacıyı hem ırk hem de sınıf bağlamında karşılaştırmaktadır. Charlie'nin yarışmayı kazanmasının sağlanması ile Amerikan ırkı ve üst sınıfın mensupları, Yahudi ırkı ve işçi sınıfını hezimete uğratmıştır. Böylece kanal hem bir ırk hem de sınıf propagandası yapmış bunu yaparken de ayrımcı görünmemiştir.

Kuşkusuz ırk, cinsiyet, sınıf gibi medyada lanse edilen ya da iş yaşamına dahil olan her türden sosyal ayrımın arkasındaki etmenin toplumsal alanda hakim olan egemen ideolojiden kaynaklandığı genel kabul görmüş bir konudur. Ancak tek bir egemen ideoloji yoktur ve egemen ideoloji cinsiyetlere yüklenen değer ve sorumluluklar, kapitalist sistemin tüketim ve kar olgusu, ülke politikalarının ulus ve ırk ayrımları gibi çok çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilir. Bu egemen ideolojilerden biri de kültürel ve toplumsal yaşama entegre olmuş olan kapitalizmdir. Baskın olan ideoloji -kapitalizm-, diğer tüm sistemleri de -sosyalizm, komünizm vb.- karşısında bir 'öteki' olarak konumlandırır. Good Night and Good Luck 50'li yıllar Amerika'sında hüküm süren komünist avı, komünist ülkelere, ülke vatandaşlarına ve kapitalizm karşıtı görüş savunularına ilişkin önyargı ve karalama kampanyalarının etkili olduğu yıllara odaklanır. Murrows ve ekibi çoğunlukla hükümetin görüşlerine de bağlı kalmakla birlikte, topyekûn bir karalama kampanyasının aracı olmaya itiraz ederler. Dolayısıyla film, medyanın ilke ve değerlerinin politik görüşlerden öte, 'izlenen siyaset ve yöntemlerin sorgulanması ve sorunlu alanlara işaret edilmesi' olduğuna bir örnektir.

Sonuç olarak hem sınıf, ırk ve cinsiyet üzerine yapılan araştırmaların hem de bu kategoride incelenen tüm filmlerin gösterdiği gibi, televizyon dünyası, gerek kişisel ilişkilerinde gerekse de hazırladıkları içerikler anlamında 'ötekileştirici' ve 'ayrımcı' politikalar izlemektedir. Televizyonun hem içeriklerinde hem de iç işleyişinde karşılaşılan ayrımcı tavrının "toplumsal olarak hakim olan yaşamın mevcut modelini" (Debord, 1996: 14) oluşturduğu söylenebilir. Bu bakımdan da içeriklerin oluşturulmasında ayrımcı üslup, çalışanlar arasında 'diğeri karşısında baskın gelmek için cinsiyet ve statülerin kullanımı', 'çıkarların gerektirdiği noktalarda ötekileştirme' gibi durumlarla sıklıkla karşılaşmaktadır.

5) İzlenme Oranları Bağlamında Televizyon

Günümüz medya sektörü açısından kuşkusuz reyting oranları merkezi bir öneme sahiptir. Zira ne tip programın yapılacağından, programın yayın saatine kadar pek çok konu izlenme oranlarına göre belirlenmektedir. Bu durum, medyanın "yalnızca rating ve izleyici ölçümü araştırmalarına ilgi göstermesi ve yapıma özel bir önem" (Maigret, 2013: 207) vermediği gibi nedenlerle eleştirilmesini kaçınılmaz kılmıştır. Bununla birlikte televizyonda hazırlanan içerikler izleyiciler için ve onların isteklerine cevap veriliyor ya da onların talepleri doğrultusunda hazırlanıyor gibi sunulmaktadır. Ne var ki televizyon yüksek izlenme oranı yakalamak için izleyicilerine, "çoğunlukla aşırılıklar içeren ve bir çeşit röntgenciliği ve teşhirciliği tatmine yarayan ham ürünler sunarak, bu beğenileri sömürmeyi ve şımartmayı hedeflemektedir" (Bourdieu, 1997: 54). Bu bakımdan bu söylem kategorisi başlığı altında, 'Program içeriği oluşturmada izlenme oranı belirleyici midir?', 'İzlenme oranlarını arttırmak için ekstra bir çaba sarf edilmekte midir?', gibi sorulardan hareketle televizyon dünyasının nasıl temsil edildiği şu filmler üzerinden sorgulanmaya çalışılacaktır: Network, Videodrome, The Running Man, Quiz Show, The Truman Show, EDTV, Live!, Morning Glory, God Bless America, Natural Born Killers, 15 Minutes, Nightcrawler.

Televizyon dünyası farklı seyirci kitlelerini çekmek, izlenme oranlarını ve karı arttırmak için çeşitli içerik düzenlemelerine yönelmiştir. Network örneğinde kanal, Beale'in intihar edeceğini açıklaması üzerine artan reytingleri kullanmak üzere Beale'in haber programında 'günümüz riyakarlığını sorgulayan' yorumlar yapmasını kararlaştırır. Ancak Beale'in kanal politikalarını eleştirmeye başlaması ve izlenme oranlarının düşüşe geçmesi üzerine Beale, kanal tarafından canlı yayında öldürülür. Yapılan bu son hamleyle hem Beale'in son programının izlenme oranları artmış hem de kanalın diğer programı için malzeme çıkmıştır.

Televizyona yönelik bir eleştiride, eğlenceye yönelik her türden düzenlemenin izleyicilerin beklentileri doğrultusunda hazırlanıyor olduğudur. Oysaki The Running Man'de gerek program sunucusu gerekse de kanal açısından kurum çıkarları, reyting ve gelir ön plandadır. Bunun için yarışma programı abartılmış içerikler vadeder, insanların hayatları üzerine bahis oynatır ve ödüller dağıtır. İzleyiciler ise yarışmacıların vahşi şekilde öldürülenleri izlemekten keyif alır ve katillerin sergiledikleri vahşet için tezahürat yaparlarken ölenlerin ya da öldürülmek üzere olanların insan oldukları unutulur.

Kanal ve çalışanlar için izlenme oranlarının ön planda tutulduğunu gözlemleyebildiğimiz diğer bir örnek Quiz Show'da çalışanların kariyerleri, programın devamı ve reklam şirketlerini çekmek izlenme oranlarındaki artışa bağlıdır. Yarışmanın izlenme oranlarını arttırmak için farklı bir yarışmacı seçmeleri ve yarışmayı sürekli kazanması için onu kayırmaları da bunun bir sonucudur. Televizyonun izlenme oranlarını arttırmak için yapabileceklerinin en sorunlu örneklerindedir The Truman Show, bir insanın hayatının eğlence programı olarak, 24 saat boyunca canlı yayınlandığı, kurmaca bir programa odaklanır. Dahası programın başrol oyuncusu Truman bu kurmaca yaşamı gerçek sanmaktadır. Oysaki Truman, bu eğlence şovu için seçilen ve evlat edinilen bir çocuktur. Dolayısıyla reytingleri arttırmak için kanal, daha doğmadan bir bireyin hayatına karar verme ve ona bir seçim hakkı tanımama etkisini kendinde bulur.

Yüksek izlenme oranı kaygısıyla, özel hayatın eğlenceye indirgenmesi ve bireylerin hayatlarının seyirlik bir nesne gibi sunulmasına örnek oluşturan Edtv'de, sıradan bir adam olan Ed'in aşk, aile ve işi dahil tüm özel yaşamı halkın eğlencesi haline dönüştürülür. Ed'in yaşamı komedi ve romantizm dolu, gerçek bir pembe dizi halini alır ve milyonlarca izleyicinin bu şov için ekran başına toplanmasıyla şovun reytingleri tavan yapar. Ed, canlı yayında program yapımcılarını onların özel sırlarını ortaya dökmekle tehdit ettiğinde izlenme oranları artmasına rağmen program sonlandırılır. Zira kendi yaşamlarının ortalığa saçılmasının verdiği korku izlenme oranlarının artmasından daha önemlidir.

Live! ise reyting uğruna insan hayatının hiçe sayıldığı bir şova odaklanır. Canlı yayında yarışmacıların Rus ruleti oynaması kanal tarafından, saygınlık kaygısıyla reddedilse de ön araştırma raporlarındaki gelir artışı, yüksek izlenme oranları ve çocuk izleyici kitlesinin ilgisi sonucu programa onay verilir. Dolayısıyla, canlı yayında bir insanın tetiği çekmesinin gerilimi ve ölüp ölmeyeceğinin yaratacağı heyecanı izleyici çekmek için kullanmak ve özellikle korunması gereken küçük yaştaki seyirciyi buna maruz bırakmak, kanal ve çalışanlarının izlenme oranlarını ve kar marjlarını arttırmak için yapabileceklerinin en saplantılı örneğini oluşturmaktadır.

Morning Glory'de gündüz izleyicisini hedefleyen ve magazinelle eğlence içerikli programın reyting oranlarını arttırmak için daha da abartılı bir hale dönüştürülme süreci

karşımıza çıkar. Bu düzenlemeler sonunda izlenme oranı hedefleri yakalanır. God Bless America'da ise önemsiz konuların ön plana alındığı haber programları, ünlülerin özel hayatına odaklanan magazin programları, insanların hünelerlerini sergilerken aşağılandığı yarışma programları gibi içeriklerin bombardımanı altında, televizyonun hayatlara korkunç etkisi karşısında tüm ümidini yitiren Frank'in cinayete uzanan hikayesine tanık oluruz. Burada televizyonun reyting kaygısı ve gelirlerini arttırmak için sunduğu içeriklerin, bireyleri yozlaştırdığı ve onları kendi dertlerinden uzaklaştırarak önceliklerini etkilediği ortadadır.

Medyanın, izlenme oranlarını arttırmak ve kar elde etmek gibi amaçlarla pek çok suçun ve suçlunun hikayesini, dizilere, filmlere ve romanlara konu etmesi diğer bir eleştiri konusudur. Bu durum Natural Born Killers'da televizyoncu Wayne'in, Mickey ve Malory ile ilgili yaptığı röportajı süper kupada canlı yayınlamak arzusunda da görülmektedir. Wayne röportaj sırasında öldürülür ve reyting için suçu ve suçluyu bir şov malzemesi olarak pazarlayan medya, kendi suçunun kurbanı olur. Yine 15 Minutes'e bakıldığında, genel olarak hazırlanan programların izlenme oranlarını arttırmak için olayları magazinleştirmesi ve normalleştirmesi göze çarpar. Filmde geçen tüm programlar izlenme oranlarını arttırmak için tasarlanmıştır ancak, suçun ve suçlunun doğal karşılanmasına ve olağanlaşmasına yol açarken izleyenlerin yozlaşmasına da aracılık eder.

Medyanın izlenme oranlarını arttırmak için suçun ve suçlunun hikayesini satmasından söz edildiğinde karşımız çıkacak olan kan, şiddet ve kaostan oluşan içeriklerdir. Nightcrawler'da kaza haberleri, yaralanma görüntüleri, acılı ailelerin yakarışları gibi içeriklerin artışta olduğu televizyonda, kurum çıkarları, reyting ve gelir ön planda olduğundan, diğer kanallardan farklı bir içerik sunma yarışını hız kazanmıştır. Lou karakteri tam da bu ortamda kazaların en vahşi, yaralanmaların en kanlı ve acının en dramatik yönlerini yakalayan kayıtlarıyla kanalın imdadına yetişmiştir. Videodrome'da ise Max, şiddet, cinsellik, pornografi yüklü içeriklerin insanları sosyal olarak rahatlattığını ve şiddetin dışı vurulmasını engellediğini savunmaktadır. Oysaki Max'in şiddetin dışı vurumunu engellediği iddiasını aksine bu içeriklerin şiddete katkı sunduğu dahi söylenebilir ve bu program aracılığıyla bilinci ele geçirilen Max'in insanları öldürmesiyle de desteklenir.

Sonuç olarak bu kategoride incelenen tüm filmlerde, televizyon endüstrisi ve çalışanları, 'izlenme oranlarını ve kar marjlarını merkeze alan politikalar izleyenler' ve 'kendi çıkarları doğrultusunda hareket edenler' olarak temsil edilmektedir. Televizyon izlenme oranlarını arttırmak için her türden aşırılığı sunmakta ve "olası her türlü gösteri ve program türünü göstermektedir" (Kellner, 2013: 30).

6) Yasa ve Mevzuat Bağlamında Televizyon

Medyanın yasalarca engellendiği ve bu engellerin basın özgürlüğünü sekteye uğrattığı sıklıkla ifade edilmektedir. Ancak medya yasalarca engellenip denetlenirse de her birey ve kurumun olduğu gibi, tabii olduğu ve uymak zorunda olduğu daha temel yasalar mevcuttur: insan hakları, anayasa gibi. Kaldı ki "demokratik ülkelerde bile medyayı çeşitli biçimlerde kısıtlayan ya da düzenleyen yasalar söz konusudur" (Belsey ve Chadwick, 2014: 308) ve bunlar her zaman totaliter ya da baskıcı düzenlemeler şeklinde olmaz. Ancak sorun yalnızca medyanın düzenlenmesi ve denetlenmesine yönelik mevzuat ve yasalar değil, aynı zamanda onun mevcut mevzuat ve yasalara rağmen nasıl davrandığıdır. Buradan hareketle medyanın 'Yasa ve mevzuat karşısındaki tavrı nasıldır?', 'Yasa ve mevzuatla medya üzerinde bir baskı uygulanmakta

mıdır?’ gibi sorulardan hareketle televizyon dünyasının nasıl temsil edildiği şu filmler üzerinden sorgulanmaya çalışılacaktır: The China Syndrome, The Running Man, Live!.

The China Syndrome’da Kimberly ve Richard’ın santral kazasına ilişkin kayıtlarının yayınlanması patronları tarafından engellenir ve gerekçe olarak ‘Nükleer santralde çekim yapılmasının yasak olması’ gösterilir. Ancak patronların santral yetkilileri ile özel görüşmeler yaptıkları ve karşılıklı çıkarları gereği haberi rafa kaldırdıkları görülmektedir. Bu bakımdan televizyon endüstrisinin bu davranışı yasalara bağlılık değil, çıkarları doğrultusunda hareket etmekten kaynaklanmaktadır. The Running Man’de yarışma programı hükümet desteklidir ve kanal ile hükümet arasındaki anlaşmaya göre askeri mahkumlar yarışmaya çıkarılmamaktadır. Ne var ki programın sunucusu hükümet bağlantılarını kullanarak bu sorunu çözer ve askeri bir mahkumun yarışmaya sokulmasını sağlar. Böylece kanal ve çalışanların yasa, mevzuat ve bürokrasiyi kendi çıkarları doğrultusunda kullandıkları görülmektedir. Live!’de ise kanalın, canlı yayınlanacak Rus ruleti oyununun, avukatların da yardımıyla anayasadaki açıklar kullanılarak yayınlanma süreci görülmektedir. Kanalın ve avukatın argümanı ‘izlenmek istenilen bir programın engellenmesinin ifade özgürlüğüne zarar vereceği’dir ve dava, program içeriği, ifade özgürlüğü kapsamında olduğu savunularak kazanılır. Oysaki “hukuksal ‘yargı’ adli mercilerin sadece yasaya uyumu gözettikleri hukuksal bir akıl yürütmeyi değil, ‘olması gereken’e uygun işleyip işlemediği meselesini de içerir” (Satıcı, 2016: 214). Bu bakımdan ifade özgürlüğü ilkesi lehine alınan yargı kararı, insan yaşamının önceliği gibi başka bir ‘olması gereken’ ilkeye ters düşmektedir. Dolayısıyla adli merciler, insan yaşamının önceliğini göz ardı etmektedirler. Görüldüğü üzere kanal, çalışanlar ve buna aracılık eden avukatlar, yasaları kendi amaçları doğrultusunda esnetmek için mücadele ederler. Adli merciler de bu ilke ve yasaların esnetilmesi ve manipülasyonuna aracılık etmektedirler.

Sonuç olarak bu kategori altında ele alınan tüm filmlerde medyanın düzenlenmesi ve denetlenmesine yönelik bir uygulama karşısındaki tavrı değil, mevcut düzende herkesi bağlayan temel yasalar karşısındaki tutumları sergilenmektedir. Buna göre de televizyon dünyasının temel yasaları kendi çıkarları doğrultusunda esnettiği, deldiği veya manipüle ettiği ortadadır.

Sonuç ve Genel Değerlendirme

Sinemanın temsil ilkesinin ideolojik bir işlev gördüğü ve söylemler vasıtasıyla bu ideolojileri yaygınlaştırmadaki rolü ortadadır. Bu çalışmanın amacı, bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun sinemada nasıl temsil edildiği ve sinemanın televizyona ilişkin ne tür söylemler ürettiğini ortaya koymaktır. İncelenen filmlerde söylemin oluştuğu kategorilere göre televizyon dünyasının, başta siyaset olmak üzere diğer pek çok kurumla olan ilişkisinin filmlerde olumsuz bir biçimde temsil edilmektedir. Kurumlarla olan ilişkisinde televizyon endüstrisi ve çalışanlarının, çoğunlukla yandaş bir tavır sergilediği ve siyasal iktidarın yanında konumlandığı görülmektedir. Filmlerde, bu durumun karşılıklı çıkarlardan kaynaklandığı, televizyon dünyasının görev ve sorumluluklarını yerine getirmediği ve işleyişinde bu kurumlara bağlı hareket ettiği ifade edilmiştir. Toplumsal yaşamda da sıklıkla konu edilen, televizyon dünyasının diğer kurumlarla olan bu birlikteliği, Thompson’ın (2008) da ifade ettiği gibi çıkarlara dayanan, karşılıklı bir anlaşma olarak yorumlanmaktadır. Dolayısıyla filmlerde ele alınan bu konunun, toplumsal yaşamla bir benzerlik taşıdığı söylenebilir.

Yasa ve mevzuat ilişkisi bağlamında da filmlerde olumsuz özellikler atfedilen televizyon dünyasına kendi çıkarları için yasaları esnettiği, deldiği veya manipüle ettiği görülmektedir. Bu

durum, filmlerde, televizyon dünyasının, her birey ve kurumun tabi olduğu ve uymak zorunda olduğu insan hakları ve anayasa gibi temel yasaları hiçe saydığı şeklinde ifade edilmektedir.

Filmlerde, televizyon endüstrisi ve çalışanlarının reklam sektörü ve sponsor şirketlerin istek ve beklentilerine göre hareket ettiği ve program içeriklerinin belirlenmesinde reklam şirketlerinin merkezi bir rolü olduğu görülmektedir. Bu durum, filmlerde, ürün satışlarını arttırma ve pazarlama stratejisinin bir sonucu olarak ifade edilmektedir. Filmlerde, televizyon dünyasının, reklam ve sponsor şirketlerini memnun etmek ve ürün satışlarını arttırmak için her tür yola başvuracakları gösterilmektedir. Kellner, (2013) televizyonun, tüketicilere yaşam tarzları ve değerler benimseterek, tüketimi teşvik ettiği ve desteklediğini ifade etmektedir. Bu bakımdan filmlerde ele alınan bu konunun da toplumsal yaşamla örtüştüğü söylenebilir.

Televizyon endüstrisi ve reyting ilişkisi de toplumsal yaşamda sıklıkla konu edilmiştir. Kellner'ın (2016) da ifade ettiği gibi televizyonda yapılan her tür teknik ve içeriksel yenilik ve düzenleme izlenme oranlarını arttırmak üzere tasarlanmıştır. Filmlere baktığımızda ise televizyon endüstrisinin reyting kaygısıyla hareket ettiği ve kar marjlarını merkeze alan politikalar izlediği görülmüştür. Filmlerde televizyon dünyasının reyting oranlarını arttırmak için her türden içeriksel düzenlemeye gittiği, bireyleri seyirlik nesnelere haline getirdiği ve her şeyi program malzemesine dönüştürdüğü ifade edilmektedir. Dolayısıyla filmlerde, izlenme oranları ve televizyon ilişkisinin olumsuz bir bakış açısıyla sunulduğu ve bu bakış açısının toplumsal yaşamla da örtüştüğü açıktır.

Filmlerde, profesyonellik, etik, ilke ve değerler bağlamında sektördeki işlerin işleyişine bakıldığında, televizyon endüstrisi ve çalışanlarının hem kendilerine hem de diğerlerine karşı etik, doğru, dürüst, tarafsız ve ilkeli davranma gibi sorumlulukları yerine getirmediği görülmektedir. Bu durum, filmlerde, televizyon yapımlarında şiddet, cinsellik gibi konulara aşırı ilgi duyulması, kaynağın ve haberin içeriğinin doğruluğunun kesinleştirilmemesi, habere konu tarafların her birine eşit söz hakkı verilmemesi ya da tarafların önemsenmemesi şeklinde ifade edilmektedir.

Sonuç olarak, tüm kategoriler genel olarak değerlendirildiğinde, sinemanın televizyona dair yaygın olumsuz bir söylemi yeniden ürettiği ve televizyon dünyasının çoğunlukla olumsuz bir bakış açısıyla sunulduğu görülmüştür. Buna göre, filmlerde, televizyon endüstrisi, toplumsal yaşama bir katkı sunmayan, toplumun yararını ve çıkarlarını gözetmeyen bir kitle iletişim aracı olarak sunulmuştur.

Kaynaklar

Althusser, L. (2000). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Y. Alp ve M. Özışık (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Atabek, Ü., Atabek, G. ve Bilge, D. (2013). Televizyon Sağlık Programlarında İdeolojik Söylemler, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 3, 11-30.

Baudrillard, J. (2011). Simülakrlar ve Simülasyon, O. Adanır (Çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Belsey, A. ve Chadwick, R. (2014). Medyada Kalitenin Bir Aracı Olarak Etik, Süleyman İrvan (Der.), Medya, Kültür, Siyaset, 3. Baskı, Ankara: Pharmakon Yayınları, 305-318.

Bourdieu, P. (1997). Televizyon Üzerine, Turhan Ilgaz (Çev.), İstanbul: YKY.

- Burton, G. (2008). Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş, N Dinç (Çev.), İstanbul: Alan Yayınları.
- Chomsky, N. (2012). Medya Gerçeği, A. Yılmaz ve O. Akınhay (Çev.), İstanbul: Everest Yayınları.
- Comolli, J. L. ve Narboni, J. (2010). Sinema, İdeoloji, Eleştiri, M. Temiztaş (Çev.), S. Büker ve Y. G. Topçu (Der.), Sinema: Tarih-Kuram-Eleştiri, İstanbul: Kırmızıkeci Yayınları, 97-108.
- Çelik, H. ve Ekşi, H. (2008). Söylem Analizi, Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 27, 99-117.
- Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu ve Yorumlar, A. Ekmekçi ve O. Taştekin (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2012). Sosyoloji, C. Güzel (Haz.), İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Hall, S. (1997). The Work Of Representation, S. Hall (Eds.), Representation: Cultural Representations and Signifying Practices, London: Sage Publications, 13-74.
- Hall, S. (2014). İdeoloji ve İletişim Kuramı, A. Gürata (Çev.), S. İrvan (Der.), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 79-96.
- Kellner, D. (2011). Frankfurt Okulu'ndan Postmodernizme Televizyona Dair Eleştirel Perspektifler, S. F. Varol (Çev.), Erciyes İletişim Dergisi "Akademia", 2 (1) 118-134.
- Kellner, D. (2013). Medya Gösterisi, Z. S. Doğruer (Çev.), İstanbul: Açılım Yayınları.
- Laughey, D. (2010). Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar, A. Toprak (Çev.), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Maigret, E. (2013). Medya ve İletişim Sosyolojisi, H. Yücel (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Marshall, G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, O. Akınhay ve D. Kömürcü (Çev.), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Ryan, M. ve Kellner, D. (2010). Politik Kamera Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası, E. Özsayar (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ryan, M. (2015). Sinema Politikaları: Söylem, Psikanaliz, İdeoloji, H. Erkilic (Çev.), Sine-Cine, 6 (2), 77-90.
- Satıcı, M. (2016). Yargı ve Hukuk: Adalet, Yasallık ve Demokrasi Uğraklarında Yargı Meselesi, K. Gülenç ve Ö. Duva (Haz.), Yargıya Felsefeyle Bakmak, İstanbul: YKY, 213-235.
- Smith, R. (2014). İmgeler ve Eşitlik: Kadınlar ve Ulusal Basın, F. Ş. Cantek (Çev.), S. İrvan (der), Medya Kültür Siyaset, Ankara: Pharmakon, 399-422.
- Stewart, C. ve Kowatzke, A. (2007). Media: New Ways and Meanings, Australia: John Wiley & Sons.
- Tanrıöver, T. H. (2000). Medya Sektöründe Kadın İşgücü, Toplum ve Bilim, 86, 171-193.
- Thompson, J. B. (2008). Medya ve Modernite, S. Öztürk (Çev.), İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- van Dijk, T. (2015). Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım, N. Ateş (Çev.), B. Çoban (Ed.), Söylem ve İdeoloji, İstanbul: Su Yayınları, 15-100.