

ÇOCUK YAZININDA KURGU ve ALIMLAMA¹

Yrd. Doç. Dr. Mustafa ÇAKIR*

1. Giriş

Ahmet Mithat Efendi'nin 1869 yılında yayınlanan **Kıssadan Hisse** çevirisi ve Kayserili Doktor Rüştü'nün **Nuhbetülelfa** adlı alfabesinden başlayan (Bkz. ÖZKIRIMLI 1990: 329) ve cumhuriyetin kurulmasından sonra bu alanda yapılan ilk çalışmalara ek olarak, geçen yirmi yıl içinde ülkemizde yayımlanan çocuk kitapları incelendiğinde, Türk yazarlarının çocuk yazınına geliştirmek ve çocuklara yönelik yapıtlar ortaya koymak için yoğun bir çaba içinde buldukları söylenebilir. Bu çalışmada, yeni bir konu olarak çocuk yazınında kurgu ve alımlama konusu didaktik bir yaklaşımla ele alınacak ve bunların çocuğun gelişimi üzerindeki etkileri tartışacaktır.

2. Kuramsal Çerçeve

Çocuk okumaya başladıktan sonra, öncelikle masal dünyasından başlayarak öykülerin, şiirlerin ve giderek romanların aracılığıyla dış dünyayı tanır; kendisiyle dışdünya arasında koştur bir yaşam oluştur-

(1) Bu çalışma 01.04.1993 tarihinde Eskişehir İl Halk Kütüphanesi'nin düzenlediği Çocuk ve Gençlik Yazını konulu panelde sunulan bildirinin genişletilmiş biçimidir.

(*) Eğitim Fakültesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü

maya çalışır. Bu bağlamda -Nurullah Ataç'a göre (aktaran ADALI 1992: 19) edebiyat, insanı egolarından uzaklaştıran, etikdeğerlerin gelişmesi ve yayılması için önemli bir araç görevi üstlenir.

Ancak, yazınsal metinlerdeki imgeleri oluşturmada yazarın özgülüğü sınırsız değildir. Metnin örgüsünde bulunan kimi öğeler de bu konuda yol gösterici bir işlev üstlenir. AKERSON ve KARAKUŞ (1993: 110)'un beirttiği gibi, metindeki göstergeler birbirleriyle kurdukları ilişkiler çerçevesinde birbirlerini de belirlediklerinden yazınsal metinler dış dünyaya gönderme yaparlar; ne var ki yapıtta kurgulanan dünya ile çocuğun yaşadığı dış dünya arasında bire bir örtüşmeler söz konusu olmadığı gibi, bu tür metinler çoğu kez göstergelerini kendi içlerinde oluşturma durumunda bile kalırlar.

Çocuk yazınında seçilen popüler konular, gerçek ya da kurgusal toplum düzeniyle insanlığın günümüze değin geçirdiği evrim sürecinin çeşitli yönlerde irdelenmesi olgusu üzerine oluşturulur. Buradaki düzen ise yöneten yönetilen, soyguncu soyulan gibi birbirini ikilemleyen kahramanlardan oluşur. Bu düzenin çoğu kez değişmeyen kahramanları, söz gelimi her hangi bir ülkede yaşamış acımasız bir kral (Bkz.: YILDIZ 1991) veya bir ağa (Bkz.: ŞAHİN 1991) olabilir. Bunun da ÖZKIRIMLI'ya göre farklı gerekçeleri vardır (Bkz. 1989:329).

Aslında, çocuk kitaplarında hangi konuların işlenebileceği sorusuna da 'dünyada olup bitenlerin tümü' şeklinde yanıt vermek doğru olacaktır (KIRCAALI 1987: 2). Çünkü çocuk yetişkinden daha az düşünen bir varlık değil; daha farklı düşünen bir varlıktır.

Öte yandan günümüz yaşam koşullarındaki çocuğun iç dünyası ve büyüme sürecinin geliştirilmesi açısından sözcüklerden daha güçlü bir anlatım aracı olan resimden de yararlanma yoluna gidilmektedir. Çünkü çocuğun benmerkezci bakış açısından uzaklaştığını, geniş bir çevrenin üyesi olduğunun farkına vardığını resim yoluyla anlayabiliriz (YAVUZER 1992: 13). Resim yoluyla anlatım, kapalı değil de açık anlatım biçimi olarak kullanılırsa çocuk, kitabı daha kolay anlayacaktır. Kullanılan resimlerdeki renklerin canlı olmasının yanı sıra resim-altı yazılarda kısa tümceler kurulmalı ve yalın bir anlatım biçimi seçilmelidir. Resimlerde de çocuğu korkutmadan düşündürecek öğelere yer vermelidir.

Çocuğun gelişimine koşt olarak, ondaki sayı ve kavramların da gelişmesiyle birlikte hazırlanan kitaplardaki ağırlık resimden yazıya geçmelidir. Resimin yanı sıra anlatımda kullanılan sembollerin, se-

çilen dil ve biçimin, verilmek istenen mesaja uygun olması gerekir. Bu durumda zamanla yapılan tekrarlara bağlı olarak çocukta uyarınların farklılıkları ayırtedilebilir duruma gelecektir. Böylece çocuğun neye tepki göstereceği de değişebilir. Bu da -doğrudan veya dolaylı bir şekilde- duyuşsal alıcılarla algılanan bilgi aşamalı süreçlere bağlıdır. Bilindiği gibi bu sürecin ilk aşamasına öncül algılama denir (ALPÖGE 1992: 35). İkinci algılama ise, zekânın ikinci ve üçüncü düzeyiyle ilgilidir. Öğrenme ve düşünmeyi içerir (ANDERSON 1975'den aktaran ALPÖGE 1992: 35).

Ülkemizdeki mevcut çocuk yazınında inançlar ve abartılar, karıştıklıklar, yapay kurgular ve aktarılmak istenen mesajların çoğu kez yalın olmaması ya da dinsel ağırlıklı olması dikkati çekerken (Bkz. EKŞİ 1991: 265; İPŞİROĞLU 1991: 115 ve 1992: 115) burada sayılan unsurlara ya hiç yer vermez ya da çok yüzeysel bir temasta bulunur.

YAVUZER (1984)'in de aktardığı gibi kitaplar her zaman çocuğun zihinsel, duygusal, toplumsal ve dil gelişiminde önemli bir uyarım kaynağı olmuştur. Bu onların zihin ve dil gelişmelerine katkıda bulunduğ gibi yaratıcı düşüncelerinin gelişimi için de birer model oluşturur. Bu nedenle küçük çocuklar için hazırlanan yayınlarda sıkça görülebilen ve yukarıda değinilen psikolojik etmenlere başvurulur. İPŞİROĞLU (1991: 297) bunları şöyle sayıyor:

Cocuğun gerçek ile düşünme yetisi tam gelişmediğinden, başka bir deyişle özellikle küçük çocuklar düşündüklerini, duyumsadıklarını, duydukları herşeyi gerçek sandıklarından korkutmalara karşı özellikle çok duyarlıdırlar. Bu bakımdan göz dağı verme, irkiltme, korkutma, tiksindirme yoluyla eğitime bu anlayışın [çocuk yazınındaki geleneksel yaklaşımın] temelini oluşturuyor. Çocuk yaşadığı gerçekleri tüm çelişkileriyle algılayamadığından, soyutlamaya kayarak iyi, kötü, doğru yanlış, ayıp sevap günah gibi değer yargılarını kolaylıkla benimliyor.

Çocuk yazınında olaylar çoğu kez ya dar gelirli yoksul insanların sıkıntılı, ve dürüst bir yaşam sürme çabaları ya da varıl bir yaşantı çerçevesinde aktarılırken verilmek istenen mesaj her seferinde yazarın istencine paralel olarak, yaratıcı bir hamleyle yeniden somutlaşır. Belki de yaratıcı yorumlar, anlaşılmalrı yazarın katkısını gerektiren konu ve yapıtlar için bir zorunluluk olabilir. Ancak bu yapılırken, yazarın yapıttaki bireysel, kendine özgü yaklaşımını da göz önünde bulundurmak ve bu çerçevede eleştirisel bir sınır çizmeye çalıştığını -en azından çocuk kitabı seçerken- bilmek gerekir.

Türkiye'de son yıllarda çocuk yazınındaki genel bir izlenimin dışı vurumu olarak söylenebilecek konu; köktenci çevrelerin kendi gö-

rüşlerini benimsetmek için değişik yaşlardaki çocukları belirleyen psikolojik etmenleri göz önünde tutarak, çocuk ve gençlik yazınına araç olarak kullanırlarken, çağdaş eğitimin önemine ve gereğine inanan ilerici aydın kesimin de çocukta eleştirel bakışı uyandırma ve çok yönlü düşünme yetisini geliştirme doğrultusunda ve yine özellikle çocuklar için yazılmış yayınlardan yararlanarak, çocukları eğitici, uyarıcı, aydınlatıcı kitapları özenle seçerek onlara sunmak gibi bir çaba içerisinde oldukları gözlenmektedir.

Bu bağlamda kültürlerin evrensel ve toplumsal boyutlarıyla birbirlerini sürekli etkiledikleri gerçeğini anımsamalı; kavşak noktalarında yer alan kültürlerin bu etkileşimden pay aldıklarını hatırdan çıkarmamalı (Bkz. SAYIN 1991: 23) ve ayrıca, tüm kültürlerin aynı derecede önemli olduğu konusunda, üstün kültür ya da üstün din diye bir ayırmalamanın yerine eleştirel görüşe bağlı olarak rasyonel düşünebilme yetisi esas alınmalıdır. Bazı yazarlarda (ŞİRİN 1986) yabancı kültürün aktarımı kültür emperyalizmi olarak değerlendirilmektedir. Oysa ÖZKÖK (1978: 74)'ün de belirttiği gibi çok değişkenli bir eleştiriyi yeğlemek ve şu sorudan yola çıkmak gerekiyor: "hangi toplumsal koşullarda, ne tür kültür?"

Metnin çocuk tarafından alınması ve yazınsal değeri açısından kayda değer bir diğer konu, çocuğun okuduğu metin ile yazarın kurguladığı metin arasında çocuğun yaşantısından kesitler olarak bizzat kendisi tarafından yapacağı karşılaştırma yoluyla betimlenecek metnin biçim ve içerik yönünden nasıl geliştiği konusu olmaktadır.

Yani metin, kat kat oluşturulmuş olabilir. Metnin iç öyküyü taşıyan katı, metnin dış öyküyü taşıyan katıyla ve dış öyküyü taşıyan katı da metnin dışına gönderme yapan başka katlarla, düzlemlerle çevrili olabilir. Buradaki ipuçları anlatının algılanabilmesi için iç öykü düzlemini açmakta yararlı ve gerekli olabilir. Olaylar, ancak bu düzlem içinde kurulan örgü açısından değer kazanırlar. Metnin ya da çocuk öyküsünün kurgusunun yazınsal değeri de buradan kaynaklanır. Kurgu ise, metnin dilbilgisi açısından bakıldığında, parçaları toplayan ve parçaların içinde yer aldıkları bütün kapsamında değer edinmelerini sağlayan düzenektir (AKERSON & KARAKUŞ 1993: 113).

Belirtilen bu düzenek içinde, aktarılması düşünülen mesaj (sözce) üç ardaşık aşamada yorumlanmaktadır (DOĞAN 1993: 131):

İlk önce, dinleyicinin [okuyucunun ya da alımlayıcının] çözülediği dilsel girdiler anlamsal canlandırılmaya -mantık yapılarına- dönüştü-

rılmekte ve bu dönüştürme işlemi, bir doğal dildeki ifadelerin sınırların diline çevrilmesi anlamına gelmektedir. İkinci aşama, anlamsal canlandırmaların eksiksiz önermeler haline çevrilmesini içermektedir. Bağlamdan aktarılacak dırdışı bilgilerin kullanıldığı bu basamakta anlam belirsizliği, göndergelerin saptanması ve tamamlama gibi 'sorunlar' çıkarımlar yoluyla çözülmektedir.

Yazarın istediğı bir ifadenin doğru olarak alımlanabilmesi, göndergelerin doğru olarak belirlenebilmesine bağlıdır. Örneğın;

"Bana göre şu ondan daha güzel."

ifadesinde eksiksiz bir önermeden söz edilebilmesi için **ben, şu, o** aracılığıyla gönderimde bulunulan göndergelerin hatasız saptanabilmesi gerekir. Üçüncü ve sonuncu aşamada ise, sözün ifade edebileceğı sezdirimler tündengelimsel çıkarımlar yoluyla yakalanmaya çalışılır.

Görüldüğü gibi, burada üzerinde durulmak stenen, çocuk yazınındaki nitelik ve mesajdaki iletilebilirlik ya da alımlamadır. Çocuk ve gençlik yazını kitle iletişim araçları olanakları ile özgün sanat yapıtlarının geniş ölçüde yayılmasını sağlayarak kültürel bir demokratikleşme ortamı da sağlamaya çalışılmalıdır.

3. Sonuç

Buraya kadar dile getirilen konular şöyle özetlenebilir. Vermek istediğı iletisini düşünsel bir süzgeçten geçirerek yağurmaya çalışan bir yazar, bulunduğu ortam ve koşullarla ister istemez hesaplaşarak, okuyucuyla diyalog kurmak zorundadır. Okuyucusu kimdir? Kültür düzeyi nedir? Nasıl bir ortamdandır? Bu bağlamda verdiği mesajın anlamı ve iletisi nedir? Ne olmalıdır? Böylesine bir yaklaşım toplumun beklentilerine ve sorunlarına ağırlık veren bir yaklaşımı da koşullar.

ALPAY'ın da belirttiğı gibi (1989): 79), Türk ulusu, yaşamını tehdit eden düşünsel durgunluktan acele kurtulmak zorundadır. Çocuklarımız da öğretmen-ebeveyn-yazar üçgeni içinde kollektif bir çaba, ortak bir arayış ve etkin bir iletişim sonucu soru soran, tartışan, bağımsız düşünen, herhangi bir endoktrinasyon hedefi olarak görülmeyen bir gençlik amaçlayan perspektifte geliştirilmeye çalışılmalıdır...

KAYNAKÇA

- ADALI, Oya: "Einige Bemerkungen zur türkischen Kinderliteratur". **Dialog: Interkulturelle Zeitschrift für Germanistik**. Ankara: 1992, 19-31.
- AKERSON, Fatma & KARAKUŞ, Mahmut: "Yazın Yapıtlarında Göstergeler". **Dilbilim Araştırmaları 1993**. Ankara: Hitit, 1993. 109-118.
- ALPAY, Meral: "Türkiye'de Çocuklara Yönelik Yayıncılık". **Ya-Pa 6. Okulöncesi Eğitimi ve Yaygınlaştırılması Semineri 11 - 12 - 13 Mayıs 1989 İstanbul**. İstanbul: Ya-Pa, 1989. SS. 77-81.
- ALPÖGE, Gülçin: **Çocuk ve Dil: Türkçede Sıfatların Kullanımı ve Çocuğun Gelişimi Açısından İncelenmesi**. İstanbul: Yapı Kredi Yay., 1991 (Doğan Kardeş Kitaplığı 15).
- DOĞAN, Gürkan: 'Asafora' **Dilbilim Araştırmaları 1993**. Ankara: Hitit, 1993. 131-140.
- EKŞİ, Aysel: "Türkiye'de Dinsel Yayınlar". **Çağdaş Kültürümüz: Olgular-Sorunlar**. İstanbul: Cem Yay., 1991 (ÇYDD - Yay.No: 2). 265-291.
- HALBEY, H.A. (Derl. Meral ALPAY & Robert ANHEGGER): "Çocuklar-Resimler-Kitaplar. **Çocuk Edebiyatı - Çocuk Kitapları**. İstanbul: Cem Yay., 1975.
- İPŞİROĞLU, Zehra: "Köktenci Çocuk Yazınına Eleştirel Bir Yaklaşım". **Çağdaş Kültürümüz: Olgular-Sorunlar**. İstanbul: Cem Yay., 1991 (ÇYDD-Yay. No: 2). 293-309.
- İPŞİROĞLU, Zehra: "Kinder und Jugendliteratur im Schatten des islamischen Fundamentalismus. **Dialog : Interkulturelle Zeitschrift für Germanistik**. Ankara: 1992, 115-130.
- KIRCAALİ, Gönül: **Çocuk ve Gençlik Edebiyatı**. (Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Alman Dili Eğitimi Lisansüstü Programı Basılmamış Seminer Ödevi). 1987.
- ÖZKIRIMLI, Atilla: **Türk Edebiyatı Ansiklopedisi**. C. 2, 5. baskı. İstanbul: Cem Yay., 1990.
- ÖZKÖK, Ertuğrul: "Yeni Bir Toplum, Yeni Bir Kültür". **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. (Aralık) 1978/1, 41-75.

- SAYIN, Şara: "Kültür Kimliği Sorunu". **Çağdaş Kültürümüz: Olgular-Sorunlar**. İstanbul: Cem Yay., 1991 (ÇYDD-Yay.No: 2). 17-36.
- ŞAHİN, Osman: **Kraleli**. İstanbul: Cem, 1991.
- ŞİRİN, Mustafa Ruhi: "Öncelikli Odakların Belirlenmesi". **Çocuk Edebiyatı Yıllığı 1986**. İstanbul: Gökyüzü Yayınları, 1986.
- YAVUZER, Haluk: **Resimleriyle Çocuk**. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1992.
- YILDIZ, Bekir: **Anılar Ordusu**. İstanbul: Cem, 1991.

YABANCI DİL ÖĞRETİMİNDE METİN OKUMA

Yrd. Doç. Dr. Mustafa ÇAKIR*

0. Giriş

Günümüzde teorik ve analitik dilbilim çalışmaları yabancı dil öğretiminde geçerliliği olan dil öğretimi teorileri ve modellerinin yerini almaya başladı. Bu doğrultudaki kavram oluşturma süreci tamamlandığında bu teorilerden sadece iletişime dayalı dil dersinde değil; dilbilim çalışmalarında da işlevsel iletişim birimleri olarak yararlanılabilir. Böyle olunca da "metin" kavramı konuşulan, yazılan veya herhangi bir yolla kayıt edilen birim olmaktan öte bir anlam kazanacaktır.

Yabancı dil öğretiminde genellikle önceden seçilmiş metinlerden yararlanıldığı, bu metinlerin öğrenilen dilbilgisi kuralları ile paralellik gösterdiği ve bu dilbilgisi konularının ilgili metinde örnek olarak gözlemlenebildiği söylenebilir. Seçilen metinlerle ders yapılması, öğretmen ve öğrenci için sözlük kullanımından telaffuz çalışmalarına kadar uzanan geniş bir yelpazede çalışma olanağı sağlar (BUNGARTEN 1973a: 99).

1. Dil Öğretiminde Belirlenen Genel Hedefler

Geleneksel dil öğretimi kuramlarıyla dil öğretimi konusunda belirli yaptırımlar öngörülüyorsa da bu öngörülerin değişen dünya ko-

(*) Eğitim Fakültesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü

şullarında güncelliklerini sürdürmeleri güç görünüyor. Ülkemizdeki yabancı dil öğretimi çabalarının özel kurumlar dışında başarılı sonuçlar verememesi de bu konuya bağlı olarak, eğitimcilerin günün değişen sosyal ve politik yapılarına ayak uyduramamaları, kültürel değişim ve gelişmeleri yakından izleyememeleri, ders kitaplarının da zamana güncelliğini yitirmesiyle önce öğrencinin sonra da toplumun beklentilerine karşılık verememesi, öğrencilerin bireysel olarak ileri düzeyde zihinsel gelişimine katkıda bulunamamasından kaynaklanmaktadır.

Bu bağlamda STEINER (1972: 278) "Students want a course that pertains to what is happening today; they want their course to have some meaning in their everyday life" diyerek bir anlamda Türk öğrencilerin özel öğretim kurumlarına yönelmelerinin nedenini gösteriyor.

İleri düzeyde dil bilen öğrencilere verilen metinler genelde edebi metinler olunca öğrencilerin bu yönde bir dilsel gelişim göstermeleri de metin yoluyla dil öğretimi çabalarından bir sonuç olarak beklenebilir.

Günümüzde artık hangi amaçlarla dil öğrenildiği konusunda REINERT (1971: 156) da aşağıdaki saptamaları yapıyor:

- Anadili dışında bir başka dilde görüş belirtebilme.
- Kendi değer yargılarının dışındaki değerlerin varlığını görebilme ve gösterebilme.
- Başka sosyal yapıların ve oluşumların varlığını keşfedip, kendi sosyal durumunun bilincine varma.
- İletişim becerisi geliştirme.
- Dilsel ifadelerin bilincine varma.

Bu saptamalara ulaşabilmek için mümkün olduğunca çok çeşitlilik gösteren metinlerden yararlanmak gerekir. Bu metinlerin seçiminde, çağdaş dilin güncelliğinin ve arılığının temel ölçüt olarak alınması beklenebilir.

2. Metin Kavramı ve Kullanımı

Metin kavramından, insana özgü bir dilde ortaya koyulan dilsel iletişim biçiminin yazılı veya bir başka türde ortaya konulmuş şekli

anlaşılabilir. Bu görüşe bağlı olarak, ortaya çıkarılabilecek her tür dilsel birikim, dil öğretimi bağlamında, başlangıç düzeyinden en ileri düzeye kadar olan her aşamadaki öğrenciye uygulanabilir (WÄBER 1971: 64). Bu metinlerin kullanımında seçilen konuların çeşitlilik göstermesi, öğrencilerin derse katılımlarının yoğunlaştırılmasına da katkı sağlayabilir. Ancak, metin seçiminde öğrencilerin temel dilbilgisi kurallarını ne ölçüde bildiği ve söz dağarcığının ne denli gelişmiş olduğu kadar önemlidir.

2.1. Metin Kullanımının Yararları

Yabancı dil dersinde öğrenciye sunulan metin okuma etkinliğinden beklenen yararlar şunlar olabilir:

Dilbilgisi konularının yoğun kural aktarımı şeklinde ele alındığı bir ders, pek çok öğrenciye sıkıcı gelebilir. Bu durumda, öğrencilerin derse katılımları azalır. Öğrencinin derse katılımının azalması da özellikle dil öğretiminde arzu edilmeyen bir durumdur. Buna rağmen derse takip etmek ve katılımı artırmaya çalışan öğrencilerde de sağlık sorunlarının ortaya çıkması olasıdır. Tekdüze geçen bir derste bir de yoğun kural aktarımına gitmek, öğrencinin kısa süre sonra dikkatinin dağılmasına, zamanla sınıf başarı oranının düşmesine neden olur. Oysa güncel bir konuyu içeren bir metin, öğrencinin dil düzeyine de uygun olması koşuluyla sınıf atmosferine bir canlılık getirebilir. Derste doğrudan anlatılmayan dilbilgisi konuları da metin yoluyla öğrenciye aktarılır; metinden bazı dilbilgisi kuralları çıkarılır ve gerekiyorsa öğrencilerin dikkatleri bu konuda yoğunlaştırılır. Buna rağmen konuyu tam olarak kavrayamamış, kesin kural aktarımı isteyen öğrenciye de -daha önceden kendilerine verilen- dilbilgisi kitabına yönelmesi önerilebilir.

Bu bağlamda, dilbilgisi dersinde **etkileşime dayalı dil öğretimi** uygulaması gündeme gelmektedir. WÄBER (1971: 64) konuya ilişkin olarak: **"metinlerin yabancı dil dersinde kullanılması ile bireyde önce metnin içerdiği konular hakkında fikir oluşması sağlanır ve buradan hareketle benzer konularda günlük konuşmaya gönderimlerde bulunulabilir"** demektedir.

Metin inceleme etkinliği sırasında yeri geldikçe metine bağlı olarak dilbilgisi kurallarının açıklanması, dilbilgisi dersindeki yoğun kural aktarımından kaynaklanan sıkıcı havanın oluşmasının önüne geçer. Ayrıca, bilinen ve bilinmeyen kuralları metin üzerinde görmek,

öğrenciye öğrendiği yabancı dilde ve çoğu kez anadilinde de henüz bilmediği konuları öğrenme ve dilde bilinçlenme, okumadan haz duyma olanağını sağlar. Öğrenci okuduğu metin yardımıyla daha önceden öğrendiklerini pekiştirmenin yanı sıra gerek dil ve gerekse dünya görüşünün geliştirilmesi olanağına kavuşur.

Öğrencinin, soyut kuralları güncel konuşma bağlamından uzak bir şekilde “dilbilgisi kuralları” şeklinde bellemesi yerine, konuşma ortamında konuşulan sözün etkisini de tartarak öğrenmesi yerinde olacaktır. İncelenen metin, sınıf ortamında öğretmen veya bir öğrenci tarafından yüksek sesle okunursa, de öğrenciler de dersi takip etmek için çaba sarfedeceklerdir. Çünkü öğrenci kendisine, öğretmenin veya diğer arkadaşlarının sınıfta bir arkadaşı tarafından okunan metinle ilgili bir soru yöneltebileceğini de hesaba katacaktır.

Öğrencinin derse aktif olarak katılmaması işlenen konunun içeriği ile yakın ilintili olmakla birlikte; konu öğrencinin ilgisini çekmiyorsa, öğrenci dilbilgisi dersine de yoğun kural aktarımı nedeniyle monotonlaşmasından ötürü katılmayacak ve dilsel etkileşimde yetersiz kalacağından metin yoluyla dili öğretme çabası daha olumlu görülmektedir.

Metin yoluyla dil öğretme çabaları için öğrencinin okumaya ve okuduğunu anlayıp konu üzerinde arkadaşları ve öğretmeni ile tartışmaya istekli olması gereklidir. Öğretmen de konu ile ilgili sorular yönelterek konuşma ortamı oluşturabilir.

2.2. Metin Seçiminde Bireysel Özelliklerin Göz Önünde Bulundurulması

Öğrencilerin farklı bireysel özelliklerini, ilgilerini ve ereklerini dikkate almadan hazırlanan geleneksel ders kitapları ile yapılan derslerde, güncel metinlerin kullanılması ve öğrencilerin bireysel özelliklerinin dikkate alınması pek olası değildir. Bunun aksi yönde düzenlenen derste ise öğrencide biraz ileri düzeyde dil bilgisi aranarak, her bir bireyin ilgi alanına yönelik iyi bir ders saati düzenlenebilir.

Yabancı dil öğretiminde REINERT'in (1971: 156) “an attitude of teaching students as individual persons” ifadesinde yer alan görüşüne göre, öğrencinin içinde bulunduğu eğitim sürecinde fiziksel olarak farklılıklar göstermesinden başka, hem yapısal hem de davranışsal açıdan farklı özellikler ortaya koyabileceği görüşüne de uyulmuş olunacaktır (BUNGARTEN 1987: 282).

Öğrencilerin bireysel özelliklerinin göz önünde tutulmasıyla oluşturulmuş bir dil dersi programı, bireylerin rahat bir atmosferde kişiliklerinin gelişmesi ve kendilerine olan güvenlerinin artmasının yanı sıra öğrencilerin öğretmen tarafından yönlendirildiği bilinçli bir öğrenme ortamını da doğuracaktır (STEINER 1971: 365). Bu yolla yabancı dil öğretiminde öğrenci yaratıcı birer benlik kazanabilecek, önceden hesaba katılmayan pek çok yeni ve değişik görüşle ortaya çıkabilecektir.

2.3. Metinle Yapılan Dil Dersinin Koşulları

Metinlerin dil dersinde kullanımlarının bir anlam taşıyabilmesi için buraya kadar açıklanan kuramsal yaklaşımın kabul edilmesi gerekir. Önceden belirlenen hedeflere ulaşmak için de öğrencinin gereksinmelerinin dikkate alınması gerekir. Bireysel gereksinimler dil öğretiminde yöntem olarak değil; amaç olarak seçilmeli ve bu gereksinimler önceden belirlenen amaçlarla koordine edilmelidir. Bu bağlamda öğrenciden her konuda aynı tepkiyi göstermesini de beklememek gerekir.

Öte yandan, ders işleme pratiği açısından, öğrencilerin temel dilbilgisini ve sözcük bilgisini öğrenmiş olmaları beklenebilir.

JARVIS (1971: 375)'in yönelttiği bir soru burada yinelenebilir. Bu soru, öğrencilerdeki hangi bireysel farklılıklara ne ölçüde yer verebileceği konusuyla ilgilidir. Hiç şüphesiz, bireysel beceriler ve gereksinimler önceden tespit edilip, bir ölçüt içerisinde değerlendirilirse yararlı olabilecek; aksi halde ders programında hedeflenen noktaya ulaşmakta güçlük çekilecektir.

2.4. Metin Çalışmasının Amaçları

Öğrenci, belli bireysel farklılıklar ve alan bilgilerinin ötesinde okuduğu metine şekil ve içerik yönünden konstantre olmalı; okuduğu metin onda bazı düşünce biçimlerini çağrıştırabilmelidir. Öğrenci kendisine farklı alanlardan seçilip sunulmuş metinlerden kendi ilgi alanına uyan birisini seçebilmelidir. Böylelikle, seçilen metinlerin işlendiği öğrenim sürecinde bireyde doğal bir öğrenme isteği oluşabilir. Farklı metinlerin öğrenciye verilmesi ile öğrencide öğrendiği dilin farklı kullanım biçimlerinin ve belli alanlara özgü söz dağarcığının gelişmesi de beklenebilir. Ayrıca, bu tür çalışmalarla öğrencinin hangi alanlarda zayıf, hangi alanlarda yeterli sözcük bilgisine sahip olduğu belirlenebilir. Öğrenci de böylelikle kendi eksiğini gider-

me çabasına yönelebilir. Bu da öğrencinin serbest seçim yapmasını, hangi metinle daha yoğun ilgilenmesi gerektiğine karar vermesini kolaylaştırır. Öğrenci, zamanla verdiği kararın sonucunu görür, karar vermeden önceki durumunu tekrar anımsar ve benzer durumda kalırsa ne yönde bir karar alacağını tespit eder. Kendi sorumluluk duygusunun gelişmesine okul yaşantısı yoluyla katkıda bulunabilir.

Rahat bir ortamda, isteğe bağlı bir konunun seçildiği ileri dil beceri düzeyindeki bir dil dersi amacından sapmış, basite indirgenmiş olarak algılanmamalı, aksine bireyin kişilik gelişimine katkıda bulunan, öğrendiği dilde kendisini ifade etme olanağı sağlayan ve kültürel gelişimin gerçekleştiği bir öğrenme süreci olarak düşünülmelidir. Bu doğrultudaki çalışmalar, öğretmenin derse getirdiği farklı metinler yoluyla öğrenciye okuma isteği aşılması ve öğrencinin boş zamanlarında kendiliğinden okuma eylemine yönelmesi ile başarıya ulaşmış sayılabilir.

2.5. Metin Seçimi İlkeleri

Metinler, öğrencilerin dil becerileri düzeylerine uygun olarak seçilmeli ve metin seçiminde, öğrencilerin ilgi alanlarının mümkün olduğunca farklı özellikler sergilediği görüşünden ayrılmamalıdır. Böylelikle söz gelimi, çok farklı sosyal çevrelerden gelen ve öğrenimlerini aynı alanda yapacak öğrencilerin ilgilerini bir anda tutabilmek kısmen de olsa mümkün olabilecektir.

Çok yönlü beceri ve gereksinimlere yönelik metin seçimi ile sanat, edebiyat, güncel politika, ekonomi, spor, iş dünyası, hobi çalışmaları, teoloji ve bilimsel alanlardan seçilmiş metinler düşünülmektedir. Bu metinlere, anadiline göre farklı dil kullanımı ve biçim özellikleri katarak kendi arasında çeşitlilik katılabilir. Öğretmen, metin seçiminde bu sayılan özellikleri de uygulamaya çalışır.

Seçilen metinlerin dili açık ve anlaşılır olmalı, metnin içeriğini yansıtan başlık taşımalı, öğrencinin konuyu çabuk kavrayabilmesine yardımcı olmalı, dilbilgisi yönünden de kolay anlaşılabilir özelliklere sahip olmalıdır. Bu öneriler en azından dil öğrenmeye yeni başlayan öğrencilerle yapılacak ders için kesin ve bağlayıcı olmalıdır.

3. Sınıf Ortamında Teknik Uygulama

Öğretmen seçtiği metni öğrenciye vermeden önce dersin amacını çok iyi tespit etmelidir. Metin üzerinde tartışarak yaratıcı bir

davranış biçimi geliştirmek, özgün metin ile -varsa- metin arasında karşılaştırma yapmak, metindeki bazı sözcüklerin telaffuzunun yapılması veya metnin dilsel analizini yapmak vs. önceden belirlenecek amaçlardan bir kısmını oluşturabilir.

Öğretmen tarafından belirlenen subjektif amaçların neye yönelik olduğu öğrenciye önceden açıklanırsa, grup içi dinamizm sağlanmış olur ve grup içindeki olası izalasyonların önüne geçilebilir (BUNGARTEN 1973b: 74). Bu tür bir açıklamanın yapılması öğrenci ve öğrenme psikolojisi açısından da gerekli olabilir ve öğrencinin öğrenme enerjisinin istendik yöne kanalize edilmesi kolaylığını sağlar (STEINER 1971: 366).

Öğretmen metni öğrenciye tanıtırken başlıktan başlamalı ve söz gelimi başlığı tahtaya yazarak metin hakkında kısa açıklamalarda bulunmalıdır. Böylece öğrencinin zihninde metin ile ilgili belirecek çağrışımlara katkı sağlanmış olur (WÄBER 1971: 65).

Öğretmen, öğretim yılı başında, işlenmesi muhtemel metinlerden oluşan bir listeyi öğrencilere verebilir ve bu listeden bir kaç metin seçmelerini isteyebilir. Burada öğrencilerin yaptığı seçime saygı gösterilmeli, dersle ilgili olarak belirlenen hedeflere öğrencilerin yaptığı bu seçimle ulaşılmaya çalışılmalıdır. Derste yapılacak metin çalışması bireysel olabileceği gibi, grup çalışması şeklinde de olabilir. Grup çalışması için oluşturulacak ekipler, iki kişiden beş kişiye kadar çıkabilmeli; ancak her bir grup üyesinin en az bir metin seçebilme özgürlüğü ve olanağı olmalıdır. Böylece öğrencilerin istemedikleri metinler üzerinde çalışmalarını gibi bir zorunluluğun doğmasının önüne geçilebilecektir.

İlke olarak, küçük gruplarla çalışmak, bireysel çalışmalara tercih edilebilir. Öğrenci bu durumda, birey olarak grup içinde izole edilmiş olmaz, aksine öğrencinin ortak ilgi alanları olan gruba ait olma hissi ve gruba karşı sorumluluk bilinci doğar. Böylece birey yalnız başına kalmayıp diğer grup üyeleri ile birlikte öğrendiklerini uygulayabileceği şekilde dilsel bir etkileşime girer ve görüş alışverişinden öte öğrendiği dildeki konuşma becerisini geliştirir.

Sınıf ortamındaki öğrenciler üç dört gruba ayrılırlar. Her grup kendi başına bağımsız bir metni okur. Ayrıca grup içinde alt gruplar oluşturmak da mümkündür. Bu alt grubun her biri çalışmasını bir konuda yoğunlaştırır. Grup içindeki tartışmalarla öğrenciler konuyu

daha iyi kavrayabilirler ve öğretmenin yapacağı açıklamaları da not tutarak konunun anlaşılmasında eksik kalan kısımları gidermiş olurlar.

Diyalog türü metinlerin incelenmesinde, öğrencilere roller dağıtılarak okutulur ve böylece ileri aşamalarda metnin oyunlaştırılması da mümkün olur.

Düz anlatı türündeki metinlerde ise öğrencilerin tamamına tek tek okumak için vakit yetişmeyeceğinden bir iki defa okumanın sonrasında bir öğrenci tarafından okunan metin dikte ettirilebilir. Böylelikle öğrencinin öğrendiği dildeki yazı becerisi de geliştirilebilir.

Metin anlaşıldıktan sonra, öğrenilen dilde olması koşuluyla, konu üzerinde tartışma açılır. Öğretmen bu arada yönlendirici rolünü üstlenir. Tartışma, metnin şekil ve içeriği üzerinde yoğunlaştırılır.

Grup çalışmalarında grup üyelerini mümkün olduğunca sık değiştirmeli, dersi teknik malzeme kullanarak da desteklemelidir. Teknik malzemeden kasıt, tonbandlar, diaporitler, filmler vd. sayılabilir. Öğrencilerin derse ilgileri bu yolla yoğunlaştırılabilir.

Bireyin gereksinimlerine göre hazırlanan derste öğrencilerin ilgi alanlarının da dikkate alınmasıyla yalnız öğrencilerin değil, öğretmenin de yoğun çalışması beklenmektedir. Öğretmen, her şeyden önce yaratıcı ve yenilikçi olacak, öğrencilerini sadece geçer not almaktan öte, objektif olarak dil öğreniminin gereği olan öğrenme biçimine yönlendirecektir.

4. Sonuç

Sonuç olarak, “amaca uygun-ilgi alanına yönelik” modellerin günümüzde değer kazanmasıyla birlikte yabancı dil öğretiminde de farklı yönelimlere ağırlık verilmesi ve “seçmeli yöntem” yaklaşımı kaçınılmaz olmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada açıklanmaya çalışılan “öğrencinin gereksinimleri, becerileri ve ilgi alanlarına yönelik bir metinle çalışma”, yabancı dil öğretiminde metin okuma yoluyla dil öğretimi konusunda değişik bir model olarak düşünülebilir.

KAYNAKÇA

- BUNGARTEN, Theo: "Die allgemeinen Funktionen der Sprache und der Kompetenzbegriff als Fähigkeit der Produktion und Reduktion von normierten Erzeugungs-, Organisations- und Verwendungsprozessen". **Sprache und Sprachanalyse des Deutschen: Vier Beiträge zur Methode und Theorie**. Bern, Frankfurt/a.M.: 1973a, SS. 99-127.
- BUNGARTEN, Theo: "Ein Korpus für Untersuchungen über die geschriebene deutsche Gegenwartssprache". **Sprache und Sprachanalyse des Deutschen: Vier Beiträge zur Methode und Theorie**. Bern, Frankfurt/a.M.: 1973b, SS. 73-97.
- BUNGARTEN, Theo: "Die Rolle ausgewählter Texte im individualisierten fortgeschrittenen Fremdsprachenunterricht", **Grundfragen der Methodik des Deutschunterrichts und ihre praktischen Verfahren**. München: Hueber, 1987, SS. 282-290.
- JARVIS, Gilbert A.: "Individualizer Learning - Where Can We Risk Compromise?", **The Modern Language Journal** 55. 1971/5, SS. 375-378.
- REINERT, Harry: "Praktical Guide to Individualization". **The Modern Language Journal** 55. 1971/3, SS. 156-163.
- STEINER, Florence: "Individualized Instruction", **The Modern Language Journal** 55. 1971/5, SS. 361-374.
- STEINER, Florence: "Teaching Literature in the Secondary Schools", **The Modern Language Journal** 56. 1972/5, SS. 278-284.
- WÄBER, Gottfried: "Der Text im Mittelpunkt des modernen Fremdsprachenunterrichts", **Zielsprache Deutsch**. 1971/2, SS. 63-71.

TÜRKÇE ve İNGİLİZCE'DE KARŞILAŞTIRMALI AÇIMLAMA KULLANIMLARI

— TÜRK BASININDAN ÖRNEKLEMELER —

Ok. İlnur MAVİŞ*

GİRİŞ :

Belli özelliklerin bütün dillerde yer alması fikrini amaçlayarak "evrensel dilbilgisi" kavramını geliştiren Üretici Dönüşümsel Dilbilgisi Kuramı; kurallara bağımlı, yapısı mükemmel tümceler oluşturmada biçimsel bir yaklaşım öngörmüş ancak anlam boyutunu ihmal etmiştir. Anlamsız bir tümcenin, yapısı ne kadar mükemmel olursa olsun, anlaşılır olma özelliğinden o denli yoksun olduğu karşı fikri de bir grup dilbilimci tarafından destek görmüştür. Verilen örnekte de görüleceği gibi, dilbilgisi kurallarına çok uygun ama anlamsız tümceler üretmek çok kolaydır.

One bright day in the middle of the night
Two dead boys got up to fight
Back to back they faced each other
Drew their swords and shot each other
A deaf policeman downstairs heard the noise
came up and killed the two dead boys.

(Penalosa, 1981: 23)

(*) Anadolu Üniversitesi Yabancı Dil Merkezi İngilizce Öğretmeni

Biçim ve anlamın birbirinden ayrı çalışılmamasını savunan dil-bilimciler, öğeleri yerinde kullanılmış her tümcenin anlaşılır olma özelliğini konuşmacı - dinleyici ya da okuyucunun şu yetilerine göre belirgin hale getirmeye çalışmışlardır:

Açıklama yetisi (Ability to Paraphrase), **Belirsizlikleri yakalama yetisi** (Ability to detect Ambiguities), **Belirsizlikleri gönderim yoluyla çözümüleme yetisi** (Ability to resolve ambiguities by reference).

Bu yazının amacı, özellikle Açıklama'nın İngilizce ve Türkçe tümcelerde betimlemeye ne derece yardımcı olduğunun örneklenmesidir.

AÇIMLAMA :

Yapılan tanımlara göre, doğruluk koşulları aynı olan tümceler birbirlerine açıklama getirirler. Yani, iki tümce aynı ya da benzer anlama gelebilecek gerektirim düzeninde algılanıyorsa, birinin doğru olması halinde diğ erinin de karşılıklı olarak doğru olma koşulunu içeriyorsa, bu tümcelerin birbirine açıklama getirdiği söylenir (Hurford & Heasley, 1983: 108). Örneğin

David gave Manuel a book.

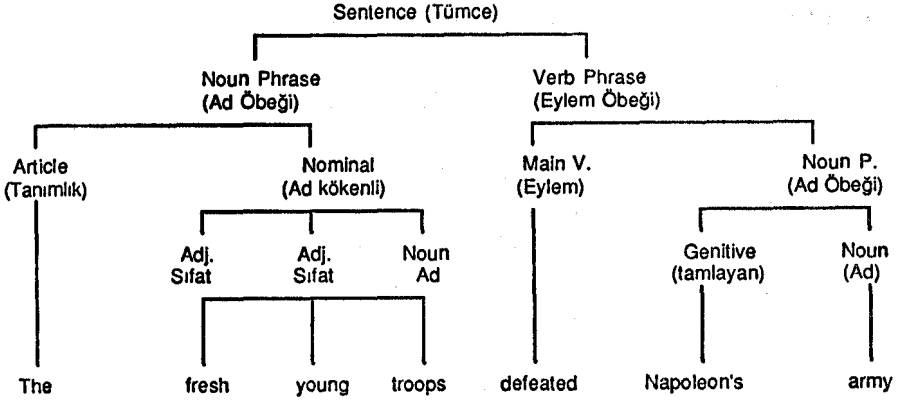
David gave a book to Manuel.

Manuel was given a book by David.

tümcelerinde olayı gerçekleştiren kişi, olayın kendisi, eylemden faydalanan ve eylemi gerçekleştirme yolu hep aynı olduğundan anlamı etkilemeyecek yapısal farklılıklar olması -doğruluk koşullarının sağlandığı bu tümcelerde- açıklama için bir sorun yaratmaz.

Tümcelere açıklama getirmek ya da yapısal farklılıklara rağmen açıklamayı farketmek dilin "sesleri anlamlara bağlayan kuralla dayalı bir sistem" olduğunu ortaya koyar. Ayrıca, o dili kullananların yüzey yapı unsurlarını derin yapı unsurlarına bağlamaları iletişimde önemli bir rol oynar. Bağlı olarak, Whitman'ın yorumuyla, "pek çok benzer yüzey yapı düzenlemelerinin aslında tek bir derin yapıdan kaynaklanması" dilbilimde "Açıklama" olarak adlandırılır (1975: 34).

ÖNERME ANALİZİ yoluyla AÇIMLAMA'nın OLUŞUMU :



Şema'da da görüldüğü gibi, verilen İngilizce tümcenin iki yapı düzeyi incelenecek olursa, yüzey yapının tümcecikler, öbekler, sözcükler ve seslerden oluşmuş çizgisel bir düzen olduğu ve her bir öbeğin bir veya bir kaç küçük öbekten oluştuğu görülür. Derin yapıyı simgeleyen tümce anlamı ise özel bir düzenleme ile birbirine bağlanmış dört önermeyi içerir. Esas önerme,

The troops defeated the army olup
diğer üçü tümcenin sınırlarını belirler:

The troops were fresh
The troops were young
The army belonged to Napoleon.

Esas önerme ile birlikte askerleri ve orduyu tanımlayan diğer üç anlam ünitesi yüzey yapılar üretecek şekilde düzenlenebilir ve her biri ana tümceden farklılaşır. Örneğin;

- a) The young troops that defeated Napoleon's army were fresh
- b) The fresh troops that defeated Napoleon's army were young
- c) The army that the fresh young troops defeated belonged to Napoleon.
- d) The troops that were fresh and young defeated the army that belonged to Napoleon.

Bu tümcelerin hepsi, yukarıdaki dört önermeyi içermekteyse de, düzenlemeleri farklı olduğundan değişik anlamlar üreterek birbirle-

rine "açımlama" getirirler. Görüldüğü gibi, tümceleri önermelerine ayırmak, açımleme örneklerinin birbirlerine ne derece bağılı olduğunu göstermek açısından yararlıdır (Clark & Clark, 1977: 13).

İNGİLİZCE'de AÇIMLAMA KULLANIMLARI :

İngilizce'de açımleme kullanımları, tümce yapılarının değişimi çoğu zaman biçimbilgisel ve işlev sözcük düzeyinde olduğundan, farkedilmek açısından daha belirgindir. Örneğin,

tümcelerde "ad öbeği" değişimleri:

That many people are starving is true
It is true that many people are starving

tümcelerde "eylemlik" "ulaç" değişimleri:

Swimming in the sea is very nice
To swim in the sea is very nice

tümcelerde "sözcük türü" değişimleri:

He carried the message
He was a messenger

tümcelerde "etken-edilgen yapı" değişimleri:

We know that money brings happiness
It is known that money brings happiness
Happiness is known to be brought by money
Money is known to bring happiness

-örneklere de görüldüğü gibi- açımleme oluşturur. Bu çeşit yapılar bugün çoğu dil okullarında "**Transformations**" (Dönüşüm Alıştırmaları) adı altında öğrencilere çalıştırılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, öğrencilerde aynı anlama gelebilecek değişik yüzey yapılar kavramını uyandırmak, böylece konuşma ve yazı İngilizcesindeki kullanım tutukluğunu gidermektir. Yukarıdaki örneklerin dışında "**eksilteli cümleler**" de İngilizce'de açımleme kullanımları olarak kabul edilir. Örneğin:

Napoleon fought for France and Wellington fought for England.
Napoleon fought for France and Wellington for England.

açıklama örneklerinde görüldüğü gibi, benzer unsurların tümceden eksiltilmesi bütün dünya dillerinde yapılagelmektedir. Bunun nedeni, bu dillerin zaten bilinen ya da kolayca çıkarımda bulunulacak bilgiyi yüzey yapıda tekrarlamıyarak daha ekonomik veya daha etkin olma-ya eğilim göstermelerinden kaynaklanabilir. Anlamı koruyarak yapılan bu eksiltme -sonuç olarak- açıklama tümceleri oluşturur.

İngilizce'de bir başka açıklama türü de **sözcük** düzeyinde olmaktadır. Birbirinin aynı iki tümcede farklı sözcüklerin eş anlamlı kullanımlarından oluşan yüzey yapılar birbirlerine açıklama getirirler.

Örneğin,

Take the lift to the tenth floor
Take the elavator to the tenth floor

tümcelerinde "lift - elavator" eş anlamlı olup yukarıdaki tanıma uymaktadırlar. Yine de Wilkins'in değindiği gibi "sözcüklerin her bağlamda anlam farklılığı olmaksızın birbirlerinin yerine kullanılabilme gibi geçerlilikleri yoktur" (1972: 124). Örneğin,

My idea of university is a community of scholars

tümcesinde **idea** "conception" ile aynı anlamda olup biri diğerinin yerine kullanıldığında anlam farklılığı yaratmaz ve tümceler birbirine sözcük düzeyinde açıklama getirir. Ama,

His new idea is a good one

tümcesinde **idea** "conception" ile eş anlamlı olmadığından birbirlerine açıklama getirmezler. Aynı şey Türkçe için de geçerlidir:

O sert bir babadır.

tümcesinde **sert** "katı" ile eş anlamlı olup açıklama tümcelerinde kullanılabilir, fakat, **sert** ile eş anlamlı olan "kırılmaz" tümcenin anlamını bozacağından bir açıklama oluşturamaz.

TÜRKÇE'DE AÇIMLAMA KULLANIMLARI :

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü gibi, İngilizce'de açıklama ister tümce ister sözcük düzeyinde olsun belli bazı yapısal değişiklikleri içerir. Türkçe örnekler incelendiğinde ise tümceleri yapı açısından İngilizce ile karşılaştırmak her zaman kolay olmayabilir. Türkçe'de açıklama "bir dil birimini açıklayan ve ondan daha uzun olan

sözce" olarak tanımlanır. Sözlüklerdeki tanımların genellikle açıklama niteliği taşıdığı söylenirse de, tümceler kullanım açısından incelendiğinde açıklama bu basit tanımın dışına taşabilmektedir. Bu yazıda, Türkçe'de açıklama kullanımları günlük gazetelerden alınan tümce ve sözcüklerle örneklendirilmiş, ve bir anlam sınıflandırması içinde sunulmuştur.

A) TÜMCE düzeyinde AÇIMLAMA :

Bu tür açıklama, gazetelerde daha çok haber başlıklarını açıklayan alt tümcelerde görülür. Her bir tümce bir üsttekini ayrıntı açısından açarak okuyucunun haberi betimlemesine yardımcı olur.

- a. İstanbul'da 30 Ağustos töreninden önce şeref tribününün tam altında patlamaya hazır bir saatli bomba bulundu.

30 Ağustos Zafer Bayramı ve Silahlı Kuvvetler Günü töreninin yapıldığı Vatan Caddesinde sabah saat 8:00 de denetim yapan güvenlik görevlileri şeref tribününün tam altında kuşku bir paket bulunduğunu tespit ettiler.

Hemen olay yerine gelen bomba uzmanları tahrip gücü çok yüksek bir saatli bomba ile karşılaştılar.

(Sabah, 31 Ağustos 92)

- b. "Zenginler de Ağlar" savaşı durduruyor.

Türkiye'de oynadığı süre içinde yediden yetmişe herkesin ilgisini çeken Meksika dizisi Abhaza-Gürcü savaşını bile durduruyor.

Dizi oynamaya başlayınca Gürcistan'da silahların sustuğu bildiriliyor.

(Hürriyet, 7 Eylül)

Örnekler gösteriyor ki yukarıdaki tümceler içerdikleri önermeler açısından bir anlam farklılığı göstermemekte, yalnız bazı yapı farklılıkları içermektedirler. Yine de, tümce ögeleri: olayı gerçekleştiren (agent), olaydan etkilenen (affected), olayın gerçekleşme yolu (instrument), ya da kısaca "**ne, nasıl, nerede, ne zaman**" sorularının yanıtlarını bildiren unsurlar, her bir tümcede kendi içlerinde açıklama oluşturmakta ve dolayısıyla bu tümceler birbirlerine açıklama getirmektedirler.

B) SÖZCÜK düzeyinde AÇIMLAMA :

Türkçe'de sözcük düzeyinde açıklama İngilizce'deki "Lexical Paraphrase" diye bilinen bire bir eşleme tipinden farklı olup sözcüklere çoğunlukla sözcük boyutunda bir açıklama getirilerek yapılmaktadır. Sözcük düzeyinde açıklamayı aşağıdaki anlam sınıflandırmalarında inceleyelim:

I. EŞ ANLAMLI SÖZCÜKLER:

Dilin anlatım gücünü arttıran eş anlamlı sözcükler Türkçe açıklama tümcelerinde aynı anlama gelen eşi ile kullanılmak yerine kurdukları bağıntılar, bağdaştırdıkları ögeler açısından daha yakın anlamlı ögelerle açıklanırlar:

- a) SHP'den CHP'ye geçmek isteyenler önce hülle partisi kuracak...

Hülle ... Osmanlı usulü hileli izdivaçın kitaba uygun biçimi.. Başkasıyla evlen boşan.. Gönlünde yatan asıl aslanla ondan sonra git tekrar evlen..

Ama kadın **namuslu..** Ara izdivaçta **eline el değmemiş.**

(Rauf Tamer, Hürriyet: 20 Eylül 92)

- b) **Bütün dışa vurumcu, bütün teşhirci, bütün benmerkezci, bütün küstah, bütün züppe, bütün snop ve bütün harikulade insanlar** trompetin etrafına toplandılar.

Yani, istisnasız bütün **New York'lular** toplandılar. İşveye dayanamadılar..

(Hadi Uluengin, Hürriyet: 29 Ağ. 92)

- c) **Haber veren görüntüyüz, sesiz, sözü, kalemiz, inancız, bilinciz.** Biz **basınız**, millet sözü, millet gözüyüz ve de hiç bir gün terör oyununa asla ödün vermemiş millet bedeni...

(Leyla İsmier, Hürriyet: 13 Mart 90)

Örneklere de görüldüğü gibi, sözcük anlamları, bazen sözlüklere bazen de yazarların öznel görüşlerine göre açıklanmıştır. Bunun yanı sıra, açıklanan sözcüğün ilk tümcede olma gerekliliği de yoktur; Hurford ve Heasley'de belirtildiği gibi, açıklama "**Symmetric**" (tümceler arası bakışımı) tir (1983: 109).

Bazen de öyle sözcükler vardır ki bunların açıklamalarına sözlüklerde bile rastlanmaz. Yazarlar okurlarına hatırlatma amacıyla açıklama yoluna giderler:

d) Sizin bu satırları okuduğunuz güne rastlayan **12 Eylül**'ün üzerinden demek tam 12 yıl geçmiş..

Türkiye'yi içine düştüğü anarşi ve terör ateşinden kurtarmak gerekçesiyle askerlerin yönetime el koydukları günden söz ediyoruz.

Hani -bu satırların yazarı dahil- birçoğumuzun "hiç değilse can güvenliğimize tekrar kavuşuruz" diyerek baktığımız o arzu edilmeyen, ama artık kaçınılmazmış gibi görününce gelen 12 Eylül'den..

(Oktay Ekşi, Hürriyet: 12 Eylül)

e) (Metin Oktay'ın Kalamışta anısına dikilen heykeli üzerine yazılmış bir yazıdan..)

-Baba kim bu Galatasaraylı? Fenerbahçe'de işi ne?

Babalar da gururla anlatacak:

- O **Metin Oktay**'dır oğlum.

- **Muhteşem Metin**'dir.

- **Dünyanın en centilmen futbolcusudur.**

- **Yüreği de golleri kadar altındır.**

- **Ahlak sembolüdür.**

- **Örnek insandır....**

II. ESKİ TÜRKÇE SÖZCÜKLER :

Günümüz Türkçesinde zaman zaman eski Türkçe sözcüklere rastlanmaktadır. Tam anlamı ile yerlerini alacak Türkçe sözcükler bulunamadığı için tercih edilen bu sözcükler, genç nesillerin anlama güçlüğü çekeceği düşünülerek, açıklamaları ile birlikte kullanılırlar:

a) ...Dertlere bir çare söyleyen, bir çözüm öneren yok.

Bir dizi **mükerrer** laf

Bildiklerimizin **tekrarı**

Hep **tekrarı**

(Rauf Tamer, Hürriyet: 23 Ağus. 92)

- b) (Türedi zenginlerin oluşturdukları arabesk kültür ile elit tabakayı yavaş yavaş çürütmeye başladıklarını öne süren Zeynep Fadilloğlu ile yapılan bir söyleşiden:)

Bu değişimin önemli nedenlerinden biri de **müesseseleşmenin** yitirilişi.

Yani, **dedelerimiz büyük işler kurmuşlar, çocuklarına kurdukları işi aynı disiplinle yürütmeyi aşılamamışlar.**

(Hürriyet, Kelebek: 28 Ağustos 92)

III. YABANCI KÖKENLİ SÖZCÜKLER (ÖDÜNÇLEMELER) :

Herhangi bir yabancı dilden hemen hemen aynı ses çağrışımları ile Türkçe'ye geçmiş ve özellikle o sözcüğü kullanan bazı mesleki topluluklarda anlamsal karşılığını bulan bu sözcükler -yansıtıkları kavramın kesinleşmesi ve tüm okuyanların anlaması amacıyla- çoğu zaman açılımları ile kullanılırlar:

- a) **Lejyoner hastalığı** Türkiye'de (başlık)

Avrupa'da "**Lejyoner hastalığı**" diye bilinen yaz zatürresi, Türkiye'de iki hastada görüldü.

(Hürriyet: 20 Ağustos 92)

- b) Grekçe **Plastikos**, yani "**biçim vermek**" ten türeyen **plastik**, basit anlamı ile **elle yoğrulabilen, istenilen biçimi alan madde** demek..

(Hürriyet, Kelebek: 9 Eylül 92)

- c) **Damping** (başlık)

Damperli kamyonların kasalarındaki yükü boşaltmalarına "damping" denir. Dampetmek, malı özenle indirmek değil, yükten kurtulmak anlamı da taşır...

İktisat dilinde "**damping**", bir malın iç piyasaya sürüldüğü **fiyattan önemli mertebede düşük fiyatla ihraç edilmesidir...**

(Ege Cansen, Hürriyet: 24 Eylül 92)

- d) Arkadaşımız Mehmet Altan'a göre, Türk siyaseti "**otistik**"miş.. Yani **içe kapalı**. Böylece, gerçekçilikten ve dünyadan koparak ruhsal dengesini yitiren bir hastaya benziyor..

Acaba bu bir “**Enfantil Otizm**” mi? Yani, “**Kanner Sendromu**” diye bilinen **bir çocukluk hastalığı** mı? Yoksa, olayın kökünde “**Otizm**” değil de sadece bir “**Raşitizm**” mi var?

Yani, **eksik vitaminli beslenme ve hep karanlıkta durmaktan doğan bir gelişmemişlik** mi söz konusu?

(Mehmet Barlas, Hürriyet: 7 Eylül 92)

Sadece **Özel Dil** (Register) kullanan bir kesimde karşılığını bulan bu sözcük ya da terimler, o konu ile ilgisi olmayan kişilerin okuduğu bir gazetede yer alınca, hemen hemen aynı tümce içinde ve özellikle konu girişinde açıklanmaktadır. Böylece, belirtilen sözcüğü daha önce hiç duymamış ya da ne anlama geldiğini iyi bilmeyen bir okuyucu bile ilk satırlarda parçayı kavrayabilmektedir.

IV. DEYİMLER :

Deyimler; belli bir kavram, duygu ya da durumu dile getirmek için kullanılan sözcüklerin yan anlamda kullanılmasıyla oluşan sözcük ya da sözcükler topluluğudur. Doğan Aksan'ın deyiimiyle “dilin iç yapısını ve anlam özelliklerini de en iyi yansıtan öğelerdir (1987: 89). “Birden fazla öğeli olma durumunda, deyimlerde her bir sözcüğün tek tek anlamları düşünülmez ama kalıp halinde tek ve yeni bir anlam vermesi beklenir. Eğer kullanılan deyim çok bilinen veya günlük hayatta çok kullanılanlardan biriyse açıklaması da eş anlamlı bir deyim olabilir. Örneğin:

a) Ajda'nın kahkaları sevgilisini **sinir etti**.

Ajda Pekkan (sevgilisi ile birlikte gittiği Gipsy Kings'in konserinde) attığı kahkahalarla sevgilisini **çileden çıkardı**.

(Hürriyet: 15 Ağustos, 92)

Yazar zaman zaman o deyimın basit karşılığını da açıklama olarak vermekte yetinebilir:

b) Stratejik mevkimden yararlanarak, geri kabindeki üç hostesin konuşmalarına **kulak misafiri oldum. Açıkcası, dinledim**.

(Hadi Uluengin, Hürriyet: 19 Eylül)

Bazen de yazar, konunun gelişine göre başdaştırmayı kurmak amacıyla deyimın açıklanmasına kendi yorumunu getirir:

- c) Bu avantajların karşılığında (gazetecinin) yapacağı tek şey, para ve kişisel çıkar karşılığı yazılar yazıp o çevrelere **yağ yakmaktır**. Daha açık bir deyişle, **haysiyetini ve kalemini satmaktır**. (Emin Çölaşan, Hürriyet: 25 Ağus. 92)

V. DEYİM AKTARMALARI :

I) SOMUTLAŞTIRMA: Deyimlerle ilgili başka bir anlatım yolu da "deyim aktarması" diye bilinen bir anlam olayıdır. Somutlaştırma; soyut, anlatımı güç durumların, kavramların somut kavramlar aracıyla örneklendirilerek dile getirilmesidir. Doğan Aksan (1987: 90), "sıkılmak, kızmak, yanmak, bozulmak" gibi eylemlerin aktarmalarla yeni yan anlamlar kazandığını söyler. Eğer bu eylemlere bir açılımı getirilmezse okuyucuyu anlam bulanıklığına götürebilir. Bu eylemlerden ikisini örnekleyelim:

- a) AIDS'li gurbetçi eşini de **yaktı**. (başlık)

Görüldüğü gibi, tümcede anlam bulanıklığı vardır: gurbetçi "kendini ateşe verirken bunalım geçirip karısını da mı yakmıştır?" yoksa "başını derde mi sokmuştur?" Gazete haberinden, eylemin hangi anlamda kullanıldığı açılımı yoluyla öğrenilir. Yalnız, bu açılım türü daha önce örneklendirdiklerimize benzememekte, haberin içinden bir tümce verilen eylemin yan anlamını açıklamaktadır.

... "Gurbetçinin, AIDS virüsünü **eşine de bulaştırdığı**, ancak Kamile Akbulut'da henüz ileri safhaya erişmediği anlaşıldı."

Bazen de yan anlam, verilen eylemin hemen arkasından açıklanır:

- b) (Hosteslerin yanlarındaki yolcuyu yabancı sanarak gizli şeyler konuşmaları üzerine):

Zahir onlar bu yüzden benim söz konusu lisanı anlamadığımı düşündüler. Ben de epey süre **bozmadım. Renk vermedim**.

(Hadi Uluengin, Hürriyet: 19 Eylül 92)

II. MECAZİ ANLAM (EĞRETİLEMELİ ANLAM) : Bir başka deyim aktarması da yine bir yan anlam olan "mecazi anlam" (metaphor) dır. Aralarında uzak yakın ilgi bulunan iki şey arasında bir benzetme yoluyla ilişki kuran, birbirinin adını ötekine aktaran bir

eğilim, bir dil olayıdır (Doğan Aksan, 1978: 124). Değişik bir kavramı yansıtmak amacıyla seçilen bu anlatım yolu “çokanamlılığın” nedenlerinden biri olarak görüldüğünden yazı dilinde açım-lama gerekli olabilir:

a) Diskotekler tuzak dolu (Başlık)

“... Baksana etraf **parlak** dolu.. Ha işte biri orada dikilmiş, kapının kenarında..”

Parlak? Gerçekten parlak bir çocuk.. Büzgülü kadife pantolonu, amele modası kıvrılmış kareli ceketi, boynuna kurdele gibi bağladığı kravatu ve jöleli briyantınlarla taranmış saçları ile adeta Christopher Lambert kerata..

b) ... Ceplerine doldurulan yalnız para değil tabii.. Bir kaç fırt **beyaz ölüm.. Kokain** pahalı vermezler.. Başlangıç için **esrar..** Biraz **ilaç milaç..** Sonra **sentetik uyuşturuculardan** bir miktar.. Daha ötesi için de **eroïnleri var..**

(Hürriyet, Kelebek eki: 1990)

III. DEYİM AKTARMASINDAN BENZETMEYE : “Keçi gibi inatçı” örneğinden hatırlayacağımız benzetmeler nesnelere arasındaki çeşitli benzerliklere dayanır. Bazen bu tür benzetmeler kullanılırken, bazen de deyim aktarmasında benzerlik kurulan şahsı nitelenmek üzere, doğrudan doğruya, ilgi kurulan kavramı yansıtan sözcük (keçi) kullanılır. Bu durumda, her iki kullanım birbirlerine açım-lama getirirler:

a) Kadınlar ağır işçi, erkekler koltuk patatesi (Başlık)

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (İLO) son raporunda, **ev işi, çocuk bakımı ve iş yaşamındaki mücadeleleriyle** kadınlar, “**Ağır işçi**” olarak gösteriliyor. Erkekler ise, “**Koltuk patatesi gibi eve gelir gelmez televizyonun karşısına kuruluyorlar**” deniyor.

(Hürriyet: 8 Eylül 92)

IV. ATASÖZLERİ : İnsanoğlunun deneyimlerinden ve benzetme gücünden kaynaklanan atasözleri çoğunlukla tümce biçiminde oluşarak, söyleyiş açısından etki yaratmaya yönelik sözlerdir. Okuyucunun atasözü kavramını anlamama riskini yok etme çabasıyla yazarlar çoğu zaman atasözlerini kendi yorumlarıyla açım-larlar:

a) (Anlamadığını düşünerek, yanında özel konuları konuştuğu kişilerin Türk olduğunun anlaşılması üzerine..)

... Biraz şaşırdılar. Fakat onlar da renk vermediler. Hatta hışırtılı bir kolejli edasıyla servis yapan hanımkız, şaka yollu, "sükut altındır" lafını söyledi. Duyduğunu unut demeye getirdi.

(Hadi Uluengin, Hürriyet: 19 Eylül 92)

V. YABANCI SÖZCÜKLER : Bugünlerde, gazete dilinde, yazarların halkta ilgi ya da tepki uyandırmak amacıyla yabancı dil sözcükler kullandıkları görülmektedir. Her ne kadar yazı içerisinde bu sözcükler açılırsa bile, bu kullanıma hem okurlar hem de bazı yazarlar tepki göstermektedirler. Örneğin, 19 Eylül 92 tarihli Hürriyet Gazetesinde köşe yazarlarından Oktay Ekşi "**Bunlar IN şunlar OUT**" başlıklı yazısında bu konuya değinmiş, halka hitap eden tüm yazı ve panolardaki yabancı sözcük kullanımlarının Türkçe olmasının doğru olacağını belirtmiştir. Aynı adlı yazısında Oktay Ekşi "**In & Out**" terimlerini kendi yorumuyla şöyle açıklamıştır:

a) ... Uzatmayalım; Bu "in" ile "out" meselesini sonunda çözdük: Meğer "in" moda olan demekmiş, "out" da moda olmayanı, yani bir bakıma bizim gibi çağdaş uygarlığı yakalayıp geçmeyi, ama aynı zamanda bu toplumun kimliğini ve kültürünü korumayı isteyenleri ifade ediyormuş.

b) Little Italy'de artık Mafia yok. (başlık)

... Little Italy denen bu İtalyan mahallesinde uzun adı **Senatus Populis Quirinus Romanos** (Romalıları İtalya'yı senatoyla yönetir) olan lokanta içinde beyaz önlüklü garsonlar yağmurdan kaçanlara buharı üstünde **capuccino, espresso** yetiştirme çabasında...

(Doğan Uluç, Hürriyet: 28 Eylül 92)

c) Reklam Dünyasında "**Zapping**" olarak adlandırılan **TV izlerken uzaktan kumanda aleti ile sık sık kanal değiştirme olayı** reklam verenlerin en büyük endişesi haline geldi.

(Sabah, Ekonomi eki: 6 Ekim 92)

SONUÇ :

Kısaca özetlemek gerekirse, İngilizce'de "yapı dönüşümleri" şeklinde hissedilen açılım tümceleri, Türkçe'de "esas tümcedeki önermelerin alt tümcelerde anlam açısından genişlemeleri" olarak belirlenmiştir.

Sözcük düzeyinde açıklama ise, Türkçe'de zaman zaman eş anlamlı sözcüklerle ya da yazarın sözcüğe kendi yorumunu getirmesiyle oluşmaktadır. Görüş belirteçlerine (viewpoint adverbs) bağlı olarak izlediğimiz bu yorumlar genellikle "yani ..., hani ..., açıkcası ..., daha açık bir deyişle ..., ... diye bilinen, ... anlamı taşıyan" gibi belirtmelerle okuyucuya sözcük ile ilgili bir açıklamanın geldiğini anımsatırlar. Açıklamanın dilbilimdeki yeri yadsınamaz çünkü okuyucuda betimlemeyi, dinleyicide iletişimi kolaylaştırıcı en önemli faktörlerden biridir.

KAYNAKÇA

- AKSAN, D. (1978) **Her Yönüyle Dil, Ana Çizgileriyle Dilbilim 3** TDK, Ankara.
- AKSAN, D. (1987) **Türkçenin Gücü**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- CLARK, H. H. & E. V. Clark (1977) **Psychology and Language, An Introduction to Psycholinguistics**, New York: Harcourt Brace & Javonovich.
- HURFORD, J. R. & B. Heasley (1983) **Semantics: A Coursebook**, Cambridge Univ. Press.
- PENALOSA, F. (1981) **An Introduction to the Sociology of Language**, London: Newburry House Publishers, Inc.
- WHITMAN, R. (1975) **English & English Linguistics**, New York: Holt, Rinehart & Winston Inc.
- WILKINS, D. A. (1972) **Linguistics in Language Teaching**, Edward Arnold.

ENFORMASYON TOPLUMU VE SINIF KAVRAMI

Arş. Gr. Banu DAĞTAŞ*

GİRİŞ

Bugün "enformasyon toplumu" olarak adlandırılan gelişmiş sanayi ötesi toplumlar artık radikal bir değişimle karşı karşıyalar. Enformasyon toplumunda bilginin üretimi, yayılması ve saklanması oldukça önemli bir sektör haline geldi. Bilginin artan önemi; bu bilgi üretiminin hem sektör haline gelmesine, hem de bu sektör tarafından üretilen bilginin klasik ekonomilerde kullanılması, başvurulması olgusunu beraberinde getirdi. Dolayısıyla enformasyonun ekonomik bir sektör olarak ortaya çıkması, onu kullanan profesyonellerin, gücü elinde tutan hakim bir sınıf olup olmadıkları sorusunu da beraberinde getirdi. Bu soruyla beraber sınıf kavramına ilişkin varsayımlar da değişmeye başladı, Varsayımları üç kategoride toplamak mümkün. Bunlar şöyle sıralanıyor:

1. Sınıfın yeniden iddia edilmesi (class-reasserted).
2. Sınıfın yok olması (class-disappearing).
3. Sınıfın yeniden kavramlaştırılması (class-reconceptualized). (Lyon, 1990).

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi Basım ve Yayıncılık Bölümü

Birinci varsayım (class-reasserted), yeni teknolojiler ve bunları kullananlarla beraber varolan sınıf yapısının bozulmadığını; aksine güçlendiğini öne sürüyor.

İkinci varsayım (class-disappearing), enformasyon toplumunda artık sınıfların yavaş yavaş yokolmaya başladığını savunuyor. Bu görüşü savunanlara göre enformasyon teknolojilerinin özgürlükçü ve eşitlikçi etkileri bu değişime yol açmaktadır. Örneğin, artık büyük işletmelerdeki işçilerin daha ademi-merkezi örgütlenerek, kendileri adına karar verebilmeleri gibi.

Üçüncü varsayımı (class-reconceptualized) savunan düşünürlere göre ise, post-endüstriyel toplumlarda "profesyonel yönetici" sınıfın ve yine aynı şekilde nitelikli bir işçi sınıfının oluşması, bizi sınıf kavramını yeniden gözden geçirmeye itiyor.

Görüldüğü gibi enformasyon sektörünün gelişmiş kapitalist toplumlarda ekonomide payını artırması, beraberinde bazı politik sorunsalları getiriyor. Ben de bu çalışmada bu sorunsallardan yola çıkarak, enformasyon toplumunda "sınıf" kavramını tartışmaya çalışacağım. Bunu yaparken de Ortodoks Markist sınıf analizinden başlayarak yeni sınıf analizlerini ve bunların enformasyon toplumu ile olan ilişkilerini inceleyeceğim.

Markist Sınıf Analizi

Markist analizde **sınıf kavramı** modern sosyologların kapitalist toplumdaki toplumsal katmanlaşma kavramına karşılık olarak kullanılır. **Sınıf**; üyelerinin üretim araçlarıyla aynı ilişki şekline sahip olduğu sosyal gruptur. Toplamlar her zaman hükmeden ve hükmedilen olmak üzere iki ana sınıfa ayrılmıştır. Hakim sınıf, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıftır. Ve toplumdaki tüm hukuki-politik kurumlar hakim sınıfın çıkarına hizmet eder. Üretim güçlerine kolektif bir şekilde sahip olduğunda sınıflar yok olacaktır.

Marx'a göre batılı toplumlar 4 ana toplumsal formasyondan geçmiştir; ilkel komünal toplum, köleci toplum, feodal toplum ve kapitalist toplum. İkel komünal toplum tarih öncesinin **sınıfsız** toplumdur. İkel komünal toplumdaki bu yana toplumlar hep iki ana sınıfa ayrılmıştır; köleci toplumda efendiler ve köleler; feodal toplumda Lordlar ve serfler; kapitalist toplumda ise burjuvazi ve ücretli işçiler. Her tarihsel süreçte, üretim için gerekli olan işgücü hükmedilen sınıf tarafından karşılanmıştır. Bunlar köleler, serfler ve işçilerdir.

Hükmedilen sınıf nüfusun çoğunluğunu oluştururken, hükmeden sınıf her zaman azınlıktadır.

İlkel komünal toplumda avcılık ve toplayıcılık ile geçinilir ve toprağın sahibi bütün topluluktur. Erkekler avcılıkla, kadınlar toplayıcılıkla uğraşır. Topluluğun tüm üyeleri aynı tip üretim ilişkisine sahip olduğundan, böyle bir toplumda herhangi bir sınıf da yoktu. Avcılık ve toplayıcılık geçinme ekonomisine dayandığından, insanların sadece hayatlarının devamını sağlayan temel ihtiyaçlarına cevap veriyordu. Marx'a göre sınıflı toplum, bu ihtiyaçlardan fazlası üretildiğinde ortaya çıkmıştır. Bu da tabii tarımın baskın bir üretim biçimi haline geldiği zaman gerçekleşmiştir. Tarımsal toplumda, toplumun sadece belirli bir kesiminin üretim faaliyetine katılması yeterlidir. Diğer bireyler de başka işlerle uğraşırlar. Böylece avcılık ve toplayıcılıkla sınırlı olan işbölümü şimdi daha kompleks bir hale gelmiştir. Tarım geliştikçe ihtiyaç fazlası üretilmiş ve böylece topluluklar ve topluluklararası mal alışverişi başlamıştır. Üretilen ürünler artık topluluğa değil, bireylere aittir. Özel mülkiyet ve fazla malların toplanması sınıflı toplumları ortaya çıkarmıştır. Sonuç olarak üretim faaliyetine katılmayan üretim gücüne sahip olurken, üretime katılan sınıflar sadece iş gücüne sahip olmuştur.

Marx'a göre sınıflar hem birbirine bağımlı hem de çatışma içerisindedir. Örneğin kapitalist toplumda işçi sınıfı yaşayabilmek için işgücünü satmakta ve kapitaliste bu eylemde bağımlı olmaktadır. Kapitalist de, işçinin işgücüne bağımlıdır; çünkü, aksi halde üretim mümkün değildir. İki sınıf arasındaki karşılıklı bağımlılık eşit bir bağımlılık değildir. İlişki sömüren ve sömürülen ilişkisidir.

Kapitalizm maksimum kar elde etmek için yatırımı içerir. Yatırım için gerekli para da kapitalist sınıfın elindedir. Marx, bu paranın işçi sınıfının sömürülmesi sonucu elde edildiğini söyler. Çünkü işçilere ödenen ücret, üretilen ürünlerin değerinden azdır. Malların ve ücretlerin değeri arasındaki fark "artı değeri" oluşturur. **Dolayısıyla politik güç de ekonomik güce bağlıdır.** Hakim sınıfın ekonomik gücü üst yapıya da yansır ve toplumdaki hakim değerler, kanunlar bu sınıf tarafından belirlenir. Örneğin hakim sınıf kanunları kendi çıkarlarına uygun olarak kullanabilir veya kapitalist toplumdaki özgürlükle ilgili değer öncelikle girişim özgürlüğü'nden kaynaklanmaktadır. Böyle bir özgürlük değerine inanmak, bir işçi için yanlış bilinçlenmedir.

Marx, sosyal değişmeyi de sınıfların arasındaki çelişki ile açıklamaktadır. Marx'a göre kapitalizmdeki temel çelişki kapitalist sınıfla

işçi sınıfı arasındadır ve bu çelişki **işçi sınıfının** hakimiyetiyle son bulacaktır. İşçi sınıfının üretim araçlarına hakimiyetiyle kurulacak olan sosyalist toplum **sınıfsız** bir toplumdur.

Marx'ın sınıf tahlilini bitirmeden önce bir de "kendi içinde sınıf" ve "kendi için sınıf" kavramlarına değinmek gerekir. Sosyal grup kendi için sınıf alobildiği zaman ancak sınıf olabilmektedir. Bu noktada zaten grup üyeleri sınıf bilincine sahiptir. Sınıf bilinci ve dayanışması beraberinde **kollektif hareketi** getirir.

Kapitalist toplumda Marx'a göre zamanla bu iki sınıf arasındaki **orta sınıf kaybolacaktır.**

WEBERIAN SINIF ANALIZI

Weber'de de sınıf ekonomik olarak belirlenen bir olgudur. Weber'e göre sınıf piyasada belirlenir. Yani kapitalist toplumda bireyler ekonomik amaçlar için rekabete girerler. **Weber'e göre sınıf**, pazar ekonomisinde aynı pozisyonları paylaşan ve hemen hemen birbirine yakın çıkarları sağlayan gruba denir. Yani Weber'e göre bireyin sınıfı, pazardaki durumuyla özdeş birşeydir. Aynı sınıfta bulunan insanların yaşam seçenekleri de aynı olur; eğitim olanakları ya da oturulan semt gibi.

Weber'de Marx gibi toplumu üretim araçlarına sahip olan ve olmayan olarak 2 ana sınıfa ayırır. Ancak Weber mülkiyetsiz insanların piyasadaki konumlarını Marx'dan farklı görür. Çünkü çeşitli becerilerin piyasada değeri vardır ve kapitalist toplumda işletmeciler yöneticiler ve profesyoneller görece olarak daha yüksek ücretle çalışırlar. Weber kapitalist toplumda şu sınıfların varlığından sözeder:

1. Mülkiyetli üst sınıf.
2. Mülkiyetsiz beyaz yakalı işçiler.
3. Küçük burjuva
4. İşçi sınıfı

Marx'dan farklı olarak Weber'de sınıfların oluşumunda mülkiyetin dışında faktörlerin olduğunu görüyoruz. (beceri gibi). İkinci olarak Weber, sınıfların iki kutuplu olduğuna katılmıyor. Aksine Weber "**beyaz yakalı orta sınıfın kapitalizm geliştikçe genişlediğini savunuyor.** Weber, proleter devrimin kaçınılmazlığını kabul etmiyor.

Yine Weber, Marxist görüşte olduğu gibi aynı sınıftan olan insanların ortak hareket etmesi gerektiğine katılmıyor; aksine daha çok bireylerin değişik yollardan kendi başlarına hareket edebileceğini savunuyor. Son olarak Weber, Marxist düşüncedeki "ekonomik gücün politik gücü etkileyebileceği" argümanın kabul etmiyor. Weber'e göre sınıf kamu gücü elde etme yollarından yalnızca bir tanesi ve toplumda güç dağılımının sınıf eşitsizlikleriyle direkt bağlantılı olması gerekmiyor.

Weber'e göre toplumda politik güç elde etmek için bireyler "statü" grupları da oluşturabilirler. Sınıf ekonomik olarak eşitsizliği getirirken, statü sosyal şeref, prestij, eşitsizliğini getirir. Sınıfın tersine, statü grupları kendi durumlarının, ortaklarının bilincindedir. Weber'e göre birçok toplumda sınıf ve statü konumları birbirleriyle ilişkilidir.

Diğer Yeni Sınıf Analizleri

Marx'ın ve Weber'in kapitalist toplum için yaptıkları sınıf analizini inceledik. Weber'in Marx'dan farklı olarak sınıf konumunu salt üretim araçlarının mülkiyeti ile açıklamadığını gördük. Weber'e göre sınıf bireylerin piyasadaki değerlerine göre belirlenir. Weberian ve Post-Weberian diyebileceğim sınıf analizleri enformasyon toplumundaki sınıf yapısını anlamamızı kolaylaştırıyor. Bu nedenle Post-Weberian bir analiz olan Giddens ve birkaç farklı yaklaşımı irdelemek istedim.

Anthony Giddens: Anthony Giddens'e göre gelişmiş kapitalist toplum 3 sınıftan oluşur. Bunlardan ilki üretim araçlarının mülkiyetini elinde bulunduran **üst sınıf**, ikincisi teknik ve eğitsel nitelikleri kullanabilen **orta sınıf** ve el emeğine dayalı işgücü bulunan **işçi sınıfı** (Haralambos, 1980). Bu sınıfların üretim faaliyetleriyle farklı ilişkileri ve ekonomik kazançları vardır.

Daha yeni çalışmalar ise, "beyaz yakalı fikir işçisini" ve "mavi yakalı kol işçisini"de işin içine katıyorlar. Bu yeni çalışmalar orta sınıfı ve işçi sınıfı şöyle ayırıyor.

- Orta sınıf :
1. Üst derece profesyonel : İşletmeciler ve yöneticiler.
 2. Alt derece profesyonel : İşletmeciler ve yöneticiler.
 3. Rutin işler yapan beyaz yakalı

İşçi sınıfı : 1. Beceri gerektiren kol emeği

2. Orta derecede beceri gerektiren kol emeği

3. Beceri gerektirmeyen kol emeği

(Haralambos, ss: 48).

Frank Parkin'de modern kapitalist toplumda gücün tamamen "piyasadaki talebe göre bir beceri sahibi olunup olunmadığıyla" ilişkili olduğunu öne sürüyor. Daha çok beceri ile donanmış grupların daha güçlü olduğunu savunuyor (Haralambos, 1980).

Sınıfla ilgili olarak Marx'dan sonra geliştirilen tezleri özetleyecek olursak şöyle bir sonuca varıyoruz: sınıf Marx'ın belirttiği gibi sadece üretim amaçlarının mülkiyeti ile belirlenen bir olgu olmayıp, piyasada da belirlenebilen bir olgu olup; bireylerin artan beceri ve eğitimleri sınıf konumlarını belirleyebilmektedir. Artan orta sınıf buna iyi bir örnek teşkil ediyor. Ben de çalışmamda teorik olarak değişen sınıf kavramını, enformasyon toplumunda artan "profesyonellerin" konumuyla ilişkilendirmeye çalışacağım.

ENFORMASYON TOPLUMUNDA SINIF

Enformasyon toplumunda sınıf yapısını değerlendirmek için gerekli olan sınıf analizlerini gördük. Giriş kısmında konulan hipotezlere dönecek olursak, enformasyon toplumunda enformasyonun bir sektör olarak yükselen önemini ve bu öneme paralel olarak yeni bir profesyoneller grubunun bu sektörü yürüttüğünü görüyoruz. Buradan hareketle karşımıza iki soru çıkıyor. Birincisi: **yeni yükselen bu sektörle beraber gelişmiş toplumların sınıf yapısında bir değişiklik olmuş mudur?** İkincisi: **enformasyonu üreten, kullanan, saklayan, dağıtan profesyoneller sınıfı hakim sınıf olarak mı karşımıza çıkmaktadır?**

İlk soruya cevap aramak için Lyon'un belirttiği hipotezleri gözden geçirmek yararlı olacaktır. Sınıfların yok olmaya başladığı hipotezine bakacak olursak, böyle bir şeyin imkansız olduğunu göreceğiz. Çünkü sınıflar ve sınıflararası ilişkiler yokolmamakta; Marksist anlamda tanımlanan ikili yapı bozulmakta ve kapitalist sınıf ile işçi sınıfının arasındaki orta sınıf II. Dünya Savaşı'ndan bu yana büyümektedir. Enformasyon toplumuyla beraber ise bu orta sınıfa yeni profesyoneller ve işçi sınıfının belli bir kısmı katılmaktadır.

İkinci varsayıma bakacak olursak, yeni enformasyon teknolojileri ile beraber varolan sınıf yapısının bozulmayıp; aksine güçlendiği varsayımı da bu koşullar altında çok doğru gözüküyor. Çünkü, enformasyon teknolojilerini kullanabilen ve bilgilerine başvuru alan profesyoneller belli ölçülerde klasik sınıf yapısını zorlamaktadır. Bu grup hem iktisadi olarak hem de statü olarak oldukça güçlenmiş bir gruptur. Belki karşımıza hakim sınıfın çıkarlarına hizmet eden bir görünümde çıkmaktadır. Ancak bu bile varolan sınıf yapısının değişimini beraberinde getirmektedir.

Weber'in analizine başvuracak olursak bireylerin piyasada becerilerini satarak belli bir güç elde ettiklerini görüyoruz. Yine Giddens teknik ve eğitsel niteliklerini kullanabilen orta sınıfın maddi ve manevi olarak güçlendiğini öne sürüyor. Yine Parkin gibi diğer sosyologlar da orta sınıfın yükselen rolüne işaret ediyor. Bence tüm bunların ışığında enformasyon toplumunda "**sınıf kavramının yeniden gözden geçirilmesi, yeniden kavramsallaştırılması**" daha mantıklı. Belki yükselen bu yeni sınıfa hakim sınıfa dahil oluyor ancak sonuç olarak oluyor. Yani, hakim sınıfa dahil olma salt üretim araçlarının mülkiyetiyle açıklanabilen bir olgu olmaktan çıkıyor. **Bilginin** artan rolü ve işlevselliğiyle beraber, iyi eğitim almış-beceri sahibi insanlar hakim sınıf yanında güçlenmektedir. Bu yeni profesyoneller bürokraside karar verici roller alırken, özel sektörde de hem karar verici, hemde şirketlerin kâr paylarına ortak olmaktadırlar.

SONUÇ

Enformasyon toplumunda bilginin ve bu bilgiyi üreten, kullanan insanların, yani, yeni profesyonellerin önemli bir yükseliş içinde olduğu bir gerçektir. Bu durumda, bu grubun gelişmiş kapitalist toplumlarda sınıf yapısını zorlayıp zorlamadığı sorusu gündeme gelmektedir. İncelediğim sınıf analizlerinin klasik sınıf yapısını (sermaye ve işgücüne dayalı) zorladığı bir gerçektir. Ayrıca bu sınıf sahip olduğu eğitsel ve beceriye dayalı nitelikleriyle de hakim sınıfa yakın bir yerlerde. Bu bağlamda da, enformasyon toplumunun sınıf yapısını açıklamada artık Marxist sınıf analizinin yeterli olmadığı noktasına yaklaşıyoruz. Aynı zamanda Weberian ve Post-Weberian yaklaşımların ise enformasyon toplumunun sınıf yapısını açıklamada daha işlevsel olduğunu görebiliyoruz.

Bunlara ek olarak, bence dikkat edilmesi gereken bir noktada, nasıl artık "mülkiyeti" "gücün" tek ve vazgeçilmez koşulu olarak gör-

müyorsak, aynı şekilde, "bilgi" konusunda daha dikkatli olunması gerektiğidir. Tek başına bilgi bir güç müdür? Yoksa başka etmenlere de ihtiyacımız var mı? Bilgilerini kullanarak yükselen yeni orta sınıf profesyoneller hakim sınıfa rağmen mi güçlenmektedir, yoksa onlarla beraber mi yükselmektedir? Bence bu iki durum birbirleriyle karıştırılmazsa, enformasyon toplumu ve bilgi de fetişleştirilme tehlikesinden kurtulmuş olur.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

FORESTER, T., (1988). The Information Technology Revolution, Basil Blackwell, Oxford.

HARALAMBOS, M., (1980). Sociology Themes and Perspectives, University Tutorial Press, Slough.

LYON, L., (1990). The Information Society: Issues and Illusions, Polity Press, Cambridge.

MARTIN, J. M., (1988). The Information Society, Aslib, London.

EVOLUSION OF MASS COMMUNICATION THEORIES

Ar. Gr. Nejdet ATABEK*

There has been a great deal of speculation about the way in which mass communication takes place. Although some conceptual schemas have been introduced and discussed in order to shed light on some phase of mass communication or some aspects of mass communication, there has still not emerged one particular mass communication theory, upon which all the social scientists have been agreed.

Throughout the history of mass media enormous effort has been devoted to finding out what effects media have both on individuals and society. In this paper I will try to explain the evolution of mass communication theories by examining these research efforts. Firstly, I would like to examine the theories, classified by DeFleur, concerning the effects of mass media to persuade at the individual level, by matching them with the early research activities. The theories suggested by DeFleur (1970) are the Mechanistic Stimulus Response Theory, the Individual Differences Theory, The Social Categories Theory, the Social Relationships Theory and the Cultural Norms Theory.

After having done this, I will write about the society level mass communication theories following the classification by Macquail,

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi Basım ve Yayıncılık Bölümü

which are Mass Society Theory, Marxist Media Theory (including Political-Economic Theory, Frankfurt School and Critical Theory, and Hegemonic Theory), the Social-Cultural Approach and Structural Functionalist Approach.

Studies of the Effects of Mass Communication

Denis Macquail (1991) has classified the early theories of the effects of mass communication in three main stages, each of which indicates to some significant stages in the conceptualization or in approach to the understanding and measuring effects of mass-communication media.

The first phase started at the turn of the century and lasted in the late 1930s. The main characteristic of this period was the almost simultaneously emergence of newly arrived mass media (popular press, cinema and radio), which enormously extended the potential reach of media across society. For the first time in human history these came into being as media of mass communications, affecting the lives of people and being the consequence of industrialization.

Considering the collapse of rural society as a consequence of the industrial revolution, sharply increasing populations in big cities and the loneliness of the individual in those cities, because of the loosening of the traditional framework of family and community, the media were thought to be powerful enough to shape opinion and belief, change habits of life, actively mould behaviour and have a major influence on the political system.

Such views were not based on methodical investigations but were based on general observations of the sudden extension of the audience to include the majority and on the evidently great attraction of the mass media.

In this phase, the Mechanistic Stimulus-Response (MSR) Theory was introduced. This theory, borrowing the term Stimulus-Response from psychology, claimed that the media were able to shape public opinion and to sway the masses towards almost any point of view desired by the communicator.

In the second phase, the period between the late 1930s and the early 1960s, many separate studies of the effects of different types of content and media, of particular films or programmes, of entire

campaigns, were carried out. The most significant, perhaps, were the studies of presidential elections in 1940 and 1948 by Lazarsfeld, Berelson and others (1954) and the programme of research into the use of films for training and indoctrination of American servicemen undertaken by Howland (1950). Towards the end of 1940s Lazarsfeld stated that "the effects of mass media are sharply limited by the very nature of the media and their place in society". Advances in psychology, on the one hand, and developments in research methods, particularly in survey methods, on the other, suggested new kinds of variables which should be taken into account. These variables can be roughly classified into two: personal differences and social environment.

The early studies in psychology on "association" and "habit" by William James, contributions of John Watson and newly developed, in the 1920s, classical conditioning experiments resulted in a great deal of emphasis on individual differences. From these studies Individual Differences Theory emerged. "The theory sought to take account of the diversity of the audience, acknowledging that the media contains particular stimulus attributes that have differential interactions with personality characteristics of members of the audience" (DeFleur, 1970). Briefly, this theory claims that different people are likely to respond differently to the same media production because of individual differences.

The Social Categories Theory was extracted from sociology. This theory assumes that there are social categories in urban-industrial societies whose behaviour in the face of a given set of stimuli is more or less uniform (DeFleur, 1970). These categories can be identified by dividing people into groups according to their income level, sex, age, education attainment, or religious affiliation.

Towards the end of this period Katz and Lazarsfeld (1956) shaped the Social Relationship Theory which stresses the significance of informal social relations in mediating the effects of media message on individuals. These scientists stated that "the most likely effects of the mass media was to reinforce pre-existing views and secondarily to mobilize the undecided to move toward their demographic 'predispositions'; that media persuasive campaigns are ineffective and reach mainly those already reached; and that personal influence predominates over media influence via a two-step flow where opinion

leaders use media information to influence other people" (Curran, Gurevitch 1991).

It was the idea that individual behaviour is usually guided by cultural norms, from which the Cultural Norms Theory emerged. This theory asserts that the mass media by selecting and emphasising certain themes create, to some extent, a certain way of thinking within a given socio-cultural structure. But it was also clear that the mass media were unlikely to be major contributors to direct change of individual opinions, attitudes or behaviour or to be a direct cause of crime, aggression or other disapproved social phenomena. Therefore, the Cultural Norms Theory claims that the contribution to any given culture by media may effect some individuals, whether it happens to audiences directly or indirectly, but within the cultural norms, and in turn these effects make a contribution.

The comment by Klapper in 1960 set the seal on this research phase by concluding that "mass communication does not ordinarily serve as a necessary or sufficient cause of audience effects, but rather functions through a nexus of mediating factors" (Curran, 1979). The conventional belief in the power of the media seemed to be demolished.

The third phase, which is still persist, is one in which effects and potential effects are still being sought. Unlike in the earlier phases, researchers in this period have been dealing with more specific aspects of mass communication processes by using more complex models of media effects and more sophisticated statistical methods. Mcleod, Kosicki and Pan (1991) have examined the latest effects researches in five categories which are: expansion of effects, elaboration of media content, formulation of media production, process models and levels of analysis. Taken together, these categories "reveal an understanding of media effects as a multi-level process connecting media production with outcomes of active reception by audiences" (Curran, Gurevitch 1991).

Social Scientific Mass Communication Theories

As Macquail (1991) stated that "the development of mass communication has implications for several highly important areas of social life - those concerned with freedom and control, with consensus, with the power structure of society, and with social

change". Social scientific media theories have been developed in order to identify and to formulate provisional answers to the questions raised by these implications. Each of the principle social scientific theories has different views about the place and role of the media work in society. This is not only because of differences in the interpretation of evidence, but because there are fundamental conflicts amongst the request of these theories concerning what should be the value and interests of society which the media ought to serve.

Mass Society Theory

The development of the Mass Society Theory went hand in hand with the emergence of the industrial society and the rise of the mass media. During this period of transition philosophers such as Jhon Stuart Mill, and sociologists Emile Durkheim, Ferdinand Tonnies, Wilhelm Reich and others, sought to evolve hypotheses in order to explain the emerging changes and trends in society. Mill had argued that "the differences between classes, regions and professions have been so blurred by the development of the market, by popular education and by new means and forms of communication as to result in a tendency toward conditions of moral and intellectual uniformity" (Gurevitch, Bennet and Curran, 1982). Considering the transitional period from rural community to urban one and the organization of newly industrialized society, the theory should be rather viewed as the first attempt to define the place or functions of the mass media in the emerging society.

"The Mass Society Theory gives a primacy to the mass media as both cause and maintainer of mass society and rests very much on the idea that the media offer a view of the world" (Macquail, 1991). The theory claims that although the media manipulate people, this should be seen as an aid to their physical survival. The potential created by the media, according to Mill, is "for a form of non-democratic control from above" (Gurevitch, Bennet and Curran 1986). Media are considered as an indispensable instrument for 'functional integration', but their contribution to normative integration is low (according to the theory) in quality and reflects the self interests of rulers.

The Mass Society Theory can be seen a pessimistic reaction to the related processes of industrialization, urbanization, the deve-

lopment or political democracy, the beginning of popular education and the emergence of contemporary forms of mass communication.

Marxist Media Theory

Although Marx left very limited notes about the relationships between the mass media and society, because there was only the press as a mass medium in the second half of the 19th century, it is possible to make some inferences from his idea about the mass media. For him, it was possible to understand the structure of society by analysing economic relationships and through the concept of class struggle especially between the rich and the poor. However, he also saw the importance of the mass media as a means of mental production, which supports the survival of the society, since they disseminate the idea of ruling class. Max and Engels stated that "the class which has the means of material production at its disposal has control at the same time over the means of mental production, so that thereby, generally speaking, the ideas of those who lack the means of mental production are subject to it" (quoted by Gurevitch, 1986).

Although his ideas have constituted the core of the Marxist approach to the mass media, the developed Marxist theories about the mass media have followed quite diverse ways. I will examine the Marxist inspired media theories under three headlines: 1- Political-Economic Theory, 2- Critical Theory, 3- Media Hegemony Theory.

Political-Economic Theory : According to the classical Marxist view, media work ideologically by disseminating the ideas and world views of the ruling class. And under the influence of ruling class media deny the dissemination of alternative ideas which serves to the bourgeoisie or more generally the wealthy at the expense of the poor, especially the working class.

"The Political-Economic Media Theory asserts the dependence of ideology on the economic base and directs research attention to the empirical analysis of the structure of ownership and to the way media market forces operate" (Macquail, 1991). This theory claims that the media institution has to be considered primarily as part of the economic system though with close links to the political system.

Frankfurt School and Critical Theory: The label of "the Frankfurt School" is usually applied to the collective thought of those theorists

-most notably, Theodor Adorno, Herbert Marcuse and Max Horkheimer associated with the Institute for Social Research founded in Frankfurt in 1923. The Critical Media Theory concentrates more on ideas than on material structures and emphasizes the ideological role played by media in the interests of a ruling class. It asserts that the media reproduce the essential exploitative relationships and manipulation and legitimate the dominance of capitalism and the subordination of the working class. Marcuse stated that "the media define for us the very terms in which we are to 'think' (or not think) about the world. Their influence has to be assessed not in terms of what we think about this or that particular issue, but in terms of the way in which they condition our entire intellectual gestalt" (Gurevitch, Bennet and Curran 1986).

As an characteristic of industrialized society, people work together in factories or offices, vote for political parties and set up local or national associations to realize their aims. They are represented by "mass organizations" like trade unions and political parties. Briefly, almost every aspects of their lives are organized by "mass organizations" at the expense of their under-representation as separate individuals. According to the Frankfurt School, the mass organizations has spoilt the ideals of liberalism, such as creativity, freedom of speech and expression and so on. They blamed the mass media for playing a major role in this process because mass media were believed to have the ability to manipulate (and that did manipulate) the people. Adorno and Marcuse stated that totalitarianism emerged as a result of corruption of social institutions and the decline of liberal principles brought about by the effects of mass media. They also argued that the media had invaded and subverted the world of traditional high or bourgeois culture by making it more widely available to the masses.

Hegemonic Theory: Hegemonic Media Theory has derived from the work of Gramsci and Althusser and is the culmination of the essentially Marxist approach. It postulates a crucial role for ideology in social development in addition to the economic and class factors as defined by Marx. According to Macquail (1991) "Gramsci's concept of hegemony refers to a ubiquitous and internally consistent culture and ideology which is openly or implicitly favourable to a dominant class or elite. The theory has concentrated on ideology itself, the mechanisms by which it survives and flourishes with the

apparent compliance of its victims (mainly the working class) and succeeds in invading and shaping their consciousness”.

According to Althusser, ideology as “the imaginary relationships of individuals to their real conditions of existence, is not dominant in the sense of being imposed by force by ruling classes, but is a pervasive and deliberate cultural influence which serves to interpret experience of reality in a covert but consistent manner” (Gurevitch 1986). The Hegemonic theory gives a crucial role to the mass media which disseminates ideologies, or ideas, to legitimate the social system. Macquail (1991) interprets that “Althusser conceived this process to work by way of what he called ideological State Apparatus, by comparison with Repressive State Apparatuses (e.g., army, police, etc.), enabled the capitalist state to survive without recourse to direct violence”.

The Social-Cultural Approach

Originally this theory was developed at the Centre of Contemporary Studies in Birmingham during the 1970s, and influenced by the work of Stuart Hall. The definition of “culture” for the theory is important. Hall defines it “as both the means and values which arise amongst distinctive social groups and classes, on the basis of their given historical conditions and relationships, through which they ‘handle’ and respond to the conditions of existence: and as the lived traditions and practices through which those ‘understanding’ are expressed and in which they are embodied” (Gurevitch, Bennet and Curran, 1986).

The Social Cultural Approach was emerged from critiques of the Frankfurt School. Unlike the Frankfurt School, the Social Cultural Theory takes a positive approach to the products of mass media and tries to understand “the meaning and place assigned to popular culture in the experience of particular groups in society” (Macquail, 1991). This theory wishes to perceive how the mass media product plays a role in integrating or subordinating the various segments of society, usually deviant (i.e., marginal groups), or oppositional elements such as the working class, the young, ethnic minorities and so on. The theory also seeks to understand the mutual relationships between the media messages and particular social groups in order to find out the patterns of choice and response.

Structural Functionalist Approach

The theory was developed by the contributions of R. K. Merton in the early 1950s. According to this theory society is viewed as a system of linked working parts, of which media comprise one, each of which is making an essential and characteristic contribution. In this context, media constitutes an important part of the society and fulfil significant functions, which are to keep or improve continuity, order, motivation, adaptation and integration between the different parts of the society. According to the Structural Functionalist Theory, media supplies these needs of society because these are also the needs of individuals in order to function harmoniously in society. The theory claims that the media through a variety of products and programmes responds to each separate demand in consistent ways, and by so doing the media achieve unintended benefits for the society as a whole. Briefly, the Structural Functionalist Theory considers the mass media as an important element which contributes to the survival and cohesiveness of society, irrespective of the particular aims or structures of different societies, though in general its assumptions relate to individualist, market oriented systems.

Although the Structural Functionalist Approach does not therefore claim that the media have or follow particular ideological directions, it does claim that the media function within certain politically negotiated institutional rules.

Conclusion

Since the early days of mass media social scientists have been trying to define and conceptualise likely effects of the media on both individuals and society. As can be seen in this paper, in the different phases of the media researches, as they find some ways of answering the issues, concerning with the media effects, new problems always come up, which are more ambiguous and difficult to answer than those of previous ones. In the first phase of the media researches people were regarded to be simple and defenceless in front of the mass media. This allowed easy and direct ways for answering questions of cause and effect. By today, we know that the relationships between mass media and audience are far more complex and require highly complex methods of analysis and the accomodation of a far larger range of variables.

REFERENCES

- Curran James. **Mass Communication and Society**, The Open University Press, London, 1991.
- Curran James and Michael Gurevitch. **Mass Media and Society**, Edward Arnold, London, 1991.
- DeFleur Melvin L. **Theories of Mass Communication**, David McKay Company Inc., New York, 1970.
- Fiske John. **Introduction to Communication Studies**, Methuen Co. Ltd., London, 1982.
- Gurevitch Michael, Bennet Tony and Curran James. **Culture, Society and the Media**, Methuen and Co. Ltd., London 1986.
- Macquail Denis. **Mass Communication Theory**, Sage Publication, London, 1991.
- Macquail Denis. **Sociology of Mass Communications**, Penguin Books Ltd., Middlesex, 1972.
- Schramm Wilbur. **Men, Women, Messages and Media**, Harper Row Publishers, New York, 1982.

SİNEMA-TOPLUM İLİŞKİLERİ

Doç. Dr. Gülseren GÜÇHAN*

Sinemaya Toplumbilimsel Yaklaşım

Bu yazı, sinemaya toplumbilimsel yaklaşımın neyi ifade ettiğini, böyle bir yaklaşımın olası sınırlarının ve kapsamının "ne" (ler) olabileceğini, çözümlenelerde karşılaşılan yöntem sorunlarını, hangi işlevsel kavramların kullanılabilceğini tartışma amacını taşıyor. Başka bir deyişle, sinema hakkındaki toplumbilimsel düşünceleri değerlendirerek, sinema toplumbiliminin çerçevesini oluşturacak soruların yanıtlarını aramayı deniyor.

Sinema toplumbilimi, ülkemizde, sinema alanındaki bilimsel araştırmalar içinde henüz yeni sayılabilecek bir alan. Sinemaya bilimsel yaklaşımların, sinema olgusunun gelişme ve zenginleşmesindeki katkıları yadsınamaz bir gerçektir. Üniversitelerdeki sinema bölümleri için olduğu kadar, genel toplumbilim araştırmaları için de sinema, çok zengin veriler içeren, hiç tükenmeyen bir kaynak olarak karşımızdadır.

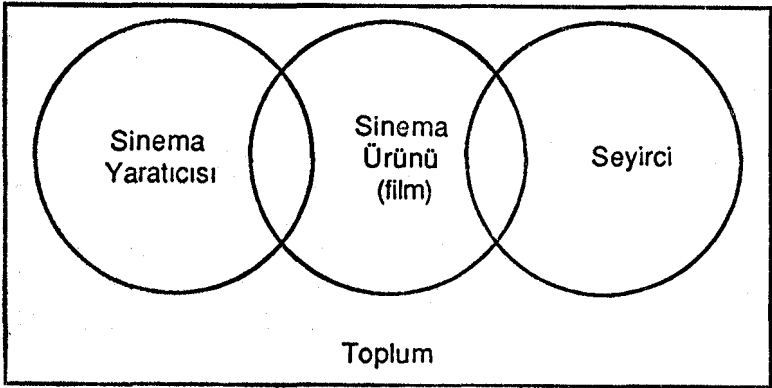
İnsanın, çevresinde gördüklerinin, algıladıklarının, tüm yaşam deneyiminin, kısaca toplumsal gerçekliğin ve bilincin bir anlatım şekli olan sinema ile, insanın, çevresine hakim olmak, kurallar ve düzenlemelerle toplumsal değişmelere yön verme gereksiniminden

(*) Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Sinema ve Televizyon Bölümü

doğan toplumbilimin birlikteliği, bize araştırma için çok elverişli ve sonuçları bakımından ilginç bir alan oluşturuyor.

Sinema diğer sanatlar ve kitle iletişim araçları gibi, toplumsal yapının bir ürünüdür; toplumsal yapıya bağlı olarak gelişir ve değişir. Genel olarak tüm sanat yaratıları ile toplumsal yapı arasındaki işlevsel ilişkiler şöyle tanımlanmaktadır: "Bir üst yapı ürünü olarak sanatsal yaratılar, hem toplumun ekonomik alt yapısından hem de üst yapıyı oluşturan bilişsel dizgenin farklı öğelerinden etkilenir. Ancak sanat yaratıları da toplumsal işlevleri nedeniyle hem üst yapıyı hem de bir oranda alt yapıyı etkiler" (1).

Sinema toplumbiliminin temel amacı, en kısa ifadeyle, sinema ve toplumsal yapı arasındaki bağımlı ilişkiler sürecini incelemektir. Sinema-toplum ilişkisini, bu ilişkide yer alan dört temel öge ile açıklamak istersek, bunu basit bir şekilde şöyle gösterebiliriz:



Şekil-1. Sinema-toplum ilişkisinin temel öğeleri

Sinema yaratıcısı, sinema ürünü (film), seyirci ve hepsinin içinde yaşadığı toplumsal yapı arasında dinamik bir ilişki vardır. Sinema toplumbilimi, kapsamı ve konuları açısından bu dört temel öge arasındaki ilişkilerin, birini ya da birkaçını bazen de hepsini çözmeye yönelik çalışmaların bütünüdür.

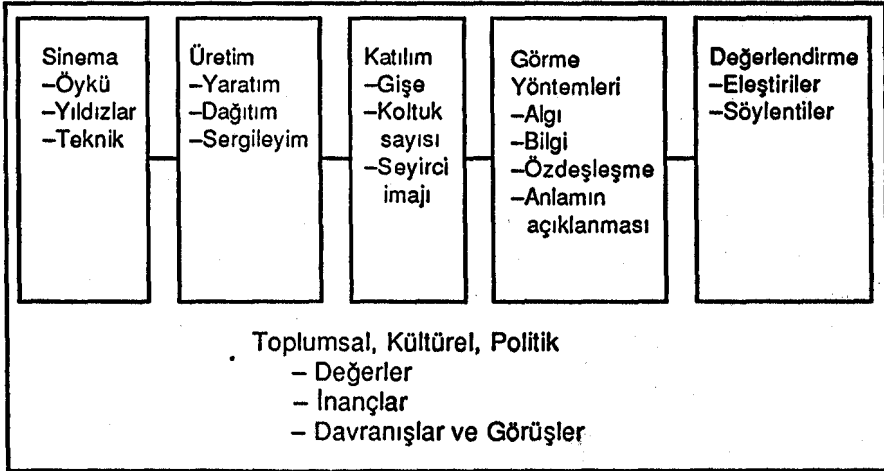
Herhangi bir kültürel yapıt (eser) kendisini çevreleyen ekonomik, toplumsal, siyasal ve tarihsel koşullardan bağımsız olarak bir

(1) İbrahim Armağan, **Sanat Toplumbilimi-Demokratik Kültürüne Giriş**, İleri Kitabevi, İzmir, 1992, s. 9

anlam taşımaz (2). Bu ifadeyle sinemayı da kendisini oluşturan toplumun bütünsel gerçeği içinde açıklayabiliriz.

Sinema-toplum ilişkisinde yer alan dört temel öge arasındaki ilişkilerin "ne"ler olduğunun açıklanabilmesi, sinemayı bir iletişim süreci olarak gören yaklaşımı gerekli kılmaktadır. Böyle bir yaklaşım, sinema olgusunu en geniş şekli ve içinde yer alan tüm öğeleri ile bir bütün olarak kavramımızı kolaylaştıracaktır.

Sinema olgusu, ekonomik, toplumsal, ideolojik, psikolojik öğeleri ile çok boyutlu bir olgudur. Sinemanın ürünü olan film(ler) bu olgunun yalnızca bir parçasıdır. Yapımla ilgili sorunlar (dağıtım, mali kaynaklar vb.) gösterimle ilgili sorunlar (pazarlama, reklam), film şirketlerinin birbirleri ile sorunları, teknik elemanları ve tüm sinema çalışanlarını ilgilendiren sorunlar, senaryo yazımı, film oyuncularları, stüdyolar, sansür, sinemanın gereksinimi olan teknik malzemeler, film üzerine eleştiri ve söylentiler ve daha pek çok konu, bu geniş olgunun içinde yer almaktadır.



Şekil-2. Sinemanın Bir İletişim Süreci Olarak Modeli*

(2) Barlas Tolun, **Toplum Bilimlerine Giriş**, Kalite Matbaası, Ankara, 1978, s. 182.

(*) Sinemayı bir iletişim süreci olarak gören bu modelin ayrıntılı şekli için bakınız: Gülseren Güçhan, **Toplumsal Değişme ve Türk Sineması**, İmge Kitabevi, Ankara, 1992, s. 59.

Bu model esas olarak, bir kaynağın, alıcısına, herhangi bir iletişim aracıyla, belli bir mesajı göndermesi ve alıcının da aynı şekilde cevap vermesi şeklindeki klasik iletişim modelinin öğelerinin daha detaylı bir biçimde incelenmesidir.

Bu model, sinema yapımının/seyrinin ve filmsel iletişim sürecinin bir çok standart bölümünü veya basamağını kullandığı gibi, bu bölümler veya basamaklar arasında çoğu zaman gözardı edilen bağlantıları da meydana çıkarmaya çalışmaktadır. Bu basamakların dinamiğini, üretilen sinema türüyle nasıl bağlantı içinde olduklarını tam olarak anlamak için önce bu basamakların yerlerini, bir toplumsal/kültürel/politik çerçevede belirlemek gerekmektedir. Aynı şekilde seyirci tercihlerindeki belirsizliğin (seyirci tercihlerini gişe hasılatı belirler) "seyirci imajı"nın çok belirsiz olmasına yol açtığını da unutmamak gerekir. Benzer bir şekilde, sinemanın "etkileri" hakkında yazılan bir çok yazı, seyretme yöntemlerinin özelliklerini ve sinemanın nasıl bir simgesel iletişim sistemi olduğu sorusunu cevapsız bırakmaktadır. Sinema, bütün bir iletişim sürecinin farklı, fakat birbirleriyle bağlantılı basamaklarının, hem ürünü hem de hammaddesi olarak görülürse ona daha geniş bir bakış açısı ile yaklaşmak mümkün olacaktır.

Sinema Yaratıcısı-Toplum İlişkileri

Sinema yaratıcısı gördüklerini, yaşadıklarını bir değerlendirme süzgecinden geçirir, onlara kendi dünya görüşünü, kimi zamanda öncülük edebilen düşünce, duyuş ve yorumlarını ekleyerek sanatsal bir eylemle tüketici (seyirci)sine aktarır. Sinema yaratıcısı (*), ait olduğu toplum ve seslendiği kitle arasında karşılıklı bir etkileşim vardır. Gans (1957), sinema yaratıcısının da toplumun bir bireyi olduğunu, gazete ve kitap okuduğunu, değer yargıları ve eğitimi olduğunu söyler. İletişim kurmaya çalışırken bilinçli ya da bilinçsiz olarak kime ulaşmak istediği hakkında bir düşüncesi vardır (3).

(*) **Sinema yaratıcısı** sözcüğü yerine **yönetmen** sözcüğü kullanılabilir. Ancak çoğu durumlarda bu ifade eksik kalır. **Senaryo yazarının** filmin yaratım sürecindeki vazgeçilmez yerini göz önüne alarak her ikisini de ifade edebilecek **sinema yaratıcısı** sözcüğünü yeğledik.

(3) H. Gans (1957)'den aktaran, I.C. Jarvie, **Towards a Sociology of the Cinema**, London, Routledge and Keganpaul, 1970.

Sinema yaratıcısını, film düşüncesinden filme götüren süreç içinde, üç sansür kendiliğinden sıralanmıştır. Sinema yaratıcısının içinden sıyrılamayacağı bir tür çember olan bu sansürleri, C. Metz, politik sansür, ekonomik sansür ve ideolojik (ahlâksal) sansür olarak adlandırır (4). Politik sansür film dağıtımını, ekonomik sansür prodüksiyonu, ideolojik (ahlâksal) sansür de yaratımı sakatlamaktadır.

Metz'in düşüncelerinden yararlanarak, sinema yaratıcısının karşısına çıkan bu sansürlerin nasıl işlediğini kısaca şöyle açıklayabiliriz: Sinemada çoğu kez "söylemek", "söylenen"i ezici bir şekilde belirlemektedir. Bu belirleme çok kötü bir şekilde sanayi ve seyirci arzusu denilen sağlıksız verilere bağlıdır. Sanki herkes hemfikir olmuştusuna filmde söylenebileceklerin alanını kısıtlayarak, kimi konulara öncelik tanımaktadır. Örneğin, kitap konuları diye bir kavram yokken, film konuları gibi bir kavram ortada dolaşmaktadır. Kimi "içerik"ler diğerlerine oranla daha bir sinematografik özelliğe sahip lermiş gibi düşünülmemekte, sonuçta sinemanın sanki herşeyi söyleyemeyeceği ima edilmektedir (5).

Sinema yaratıcısının yaratımı -tüm sanatsal uğraşılarda olduğu gibi- aslında bir özgürleşme sorunudur. Sanatçı ne kadar özgür olabilir? "Söylenebilir"ın zorunluluklarından kaçıp, söylemek istediği şeyleri film aracılığı ile nasıl dile getirebilir? Bir başka deyişle "sinematografik kültür" diye adlandırılan şeyin zorunluluklarından kaçmanın yolu var mıdır?

Anlatım açısından çok zengin olanaklara sahip olan sinema, sansür mekanizmasının getirdiği engellerden, diğer sanat dallarına göre daha fazla etkilenmektedir. Şiir, müzik, resim vb. sanatlarda, sanatçı, duygu ve düşüncelerini daha özgürce dışavurma olanağına sahipken, edebiyat, tiyatro daha çok içerik düzeyinde engellerle karşılaşır. Sinema ise belki tüm sanatların bileşkesi olma sorumluluğu ile- hem biçim hem de içerik açısından, politik, ekonomik, ahlâksal mekanizmalarla denetlenir. Film, içinde yaşanan dönem ve uygarlığın ahlâkını, toplumsal yaşam kategorilerini (anlaşma-uzlaşma kategorileri: Kutsal ve kutsal olmayan tabular, değerler, bireylerarası otorite ilişkileri, roller vb.) seyirciye zorunlu olarak yansıtacaktır. Bu yansıtma,

(4) Christian Metz, *Sinemada Anlam Üstüne Denemeler*, Çeviren: Oğuz Adanır, İzmir, 1988, s. 215

(5) A.k., s. 214.

öykü düzeyinde, oyuncu yorumlarında, mekân kullanımında, kurguda bunların hepsinde ya da birinde, mutlaka ortaya çıkacaktır.

Metz, politik ve ekonomik sansürü "kurumsal sansürler" olarak nitelendirir. Aşırı politik, cesur ve genelde varolan politik sisteme karşıt filmler daha çok denetlenirler; bunların yapımcı-yaratıcıları ticari engellerle karşılaşır, filmin getireceği kâr tehlikeye düşer - bir başka film yapmanın tehlikeye düşmesi gibi-. İdeolojik (ahlâksal) sansür ise sinemacıların bilinçaltına yerleşmiş olan kurumların sansürüdür, kendi ideolojilerinin, kendi yapıtları üstünde uyguladığı kısıtlamaları içeren bir oto-sansürdür.

Ahlâksal sansür tek başına kurumsal sansürlerin hiçbir şekilde denetleyemeyecekleri kimi konuları ve konuların işleniş biçimlerini ortadan kaldırmıştır. Eğer sinema tarihi **Clint Eastwood**'un "**Affedilmeyenler**"indeki kovboyun kişiliğine benzer bir kişilik görmediyse bunun nedeni kurumsal sansür olamaz, olsa olsa filmsel olasılıkların kısıtlanmasını doğuran ahlâksal sansürdür. Bu ise yakından incelenmesi gereken bir konudur.

Sinema yaratıcısı içinde yaşadığı toplumun, grubun, kümenin bir üyesi olarak gerek içgüdüleri, gerekse bilinci ile "toplumsal yaşamın içselleştirilmiş bir yoğunlaşmasının" denetimi altındadır. Tüm bilinçaltı ve ona bağlı ahlâk ve oto-sansür kavramları filmin bir yerinde kendini belli edecektir. Sinema yaratıcısının, belki de ekonomik ve politik sansürden önce ve daha kuvvetli bir şekilde, kendisinde varolan ahlâksal sansürle savaşması gerekecektir. Bunu başaran sinemacılar vardır ki, onlar ve yapıtları sinema tarihinde her zaman öncü olarak adlandırılmışlardır. **L. Bunuel** bunun en yetkin örneklerinden biridir. **Bunuel**, pek çok filminde bilinçaltımızla toplumsal yaşama koyduğumuz sınırlamaları, yasakları dile getirip, onlardaki çarpıklığı sergileyebilmiştir.

Sinema-Seyirci İlişkileri

Sinema-seyirci ilişkileri oldukça zengin bir konudur. Kitle iletişim alanındaki araştırmaların içinde, "sinemanın, seyirci üzerindeki etkisi" üzerinde en çok durulanlardan olmuştur. Etki sorunu aslında karışık bir konudur ve bu konu hakkında bugün bile bir görüş birliğinden söz etmek olanaklı değildir. "Bazı insanlar, bazı zamanlarda, bazı iletişim araçlarından etkilenirler" cümlesi, toplum-bilimcilerin genel inancıdır, fakat bu etkinin nasıl olduğu konusunda halâ bir düşünce birliği yoktur.

İnsanların bazı filmleri neden diğerlerinden daha fazla sevdikleri, ya da neden sinemayı diğer iletişim araçlarına tercih ettikleri, neden sinemanın "star"lar yarattığı, sinemaya gitmenin bize kazandırdığı ana deneyimin ne olduğu sorularına cevap veren en yaygın teori, kişinin gördüğü kişiler ve durumlarla kendini özdeşleştirdiğidir (6). Filme gösterilen tepgi, özdeşleşmekten duyulan doyum hissi ile açıklanmaktadır.

Bu açıklamaların geçerli olabileceğini, çoğu sanat filmlerinin ya da çağdaş sinema filmlerinin (seyircinin katılımını bekleyen yapıda filmler) ticari başarısızlığa uğramaları gösterir.

Seyircinin kolaylıkla özdeşleşme hissini duyamadığı filmlerin ticari başarısızlığı, "özdeşleşme teorisi"ne bir de "kaçış teorisi"nin eklenmesine neden olmuştur.

I.C. Jarvie kaçış teorisini şöyle açıklar: "Bu teoriye göre insanlar sinemaya günlük hayatlarının korkunçluğundan kaçmak için giderler. Gerçekten hayatlarının korkunç olup olmadığı ya da savaşmak yerine kaçmayı tercih edip etmeyecekleri hiç tartışılmamış, karar tepeden inmiştir (7).

İnsanların hayatlarını ve sorunlarını dayanılmaz ve çözülmez buldukları ve bu nedenle kaçmak zorunda oldukları peşinen doğru kabul edilmektedir. Bu, belki bazı buhran dönemleri için doğru olabilir, ama ya genelde?

Bir an için sinema ve televizyonun kaçış yolları olduğunu düşünelim; o zaman zengin toplumların bireyleri neden kaçıyorlar acaba? Hayatları genel olarak "çok rahat ve zevkli" olduğu halde -ve kendileri de bunun farkında oldukları halde- halâ iletişim araçlarını çok büyük ölçüde kullanıyorlar. Yanıt, amaçsızlıktan ve sıkıntıdan kaçtıkları mıdır?

Jarvie, kaçış teorisi yerine "düşünceyi başka tarafa çekme (distraction)" teorisini koymanın daha yerinde olacağını söyler: "İnsanlar sorunlarını, cansıkıntılarını ve yapacak hiçbirşeyleri olmadığını, başka işlerle meşgul olarak kafalarından atmak istemektedirler (8).

(6) J. C. Jarvie, A.k., s. 96-97.

(7) A.k., s. 101.

(8) A.k.

Bu teoriler birtakım psikolojik düşüncelere dayanmaktadır. Ama sinemayı toplumbilimsel açıdan incelemek isteyenler için böyle düşünceler gereklidir, hatta bir başlama noktası olarak da düşünülebilir.

Dünyanın hemen her yerinde, milyonlarca insan, sinema salonlarını doldurmaktadır. Bu insanların toplumsal yapısı ve koşullarının ne olduğu oldukça karmaşık bir konudur. "Seyircinin Kimliği"ni öğrenmek Hollywood gibi büyük sinema endüstrilerinin olduğu toplumlarda, daha çok da ticari kaygılarla önemsenmiş ve araştırılmıştır. Türkiye'de ise sinema seyircisinin kimliği ile ilgili kapsamlı bir araştırma henüz yoktur (9). Sinemanın seyircisine olan gereksinimi, onu tanımaya, eğilim ve isteklerini öğrenmeye yöneltmiştir. Filmler birer "ürün" olduklarına göre, onları tüketenler için araştırma yapmanın önemli olduğu açıktır.

Hauser, sinema salonlarındaki insanları birleştiren şeyin ne olduğu konusunda şunları söyler: "Bu insanlar arasındaki tek bağ sinema salonlarına dolmaları ve yeniden kişisel biçim kazanamamış birer birey olarak, toplumun içine tekrar katılmalarıdır. Sinema seyircisinin karışık, mafsallanması eksik, şekilsiz bir kitle meydana getirmesine karşın tek ortak yanı, herhangi bir sınıf veya kültür çevresine ait olmamasıdır (10).

Bu düşünceye göre, sinema salonlarında oturan insanlar, önceden herhangi bir zihinsel ortak gelişim yapısı olmayan bir kitledir, aralarında bir görüş birliği nadiren vardır.

Sinema seyircisini aralarında bağ olmayan bir kitle olarak kabul etmek, bu konuda daha anlamlı ve açıklanması gereken soruların yanıtlarını aramayı gereksiz gösterecek bir tehlikeyi içermektedir. Bu bakış açısı, sinemanın toplumsallaştırıcı unsurunu gözardı etmektedir. Sinemaya gitmek hem bireysel hem de toplumsal bir harekettir. Çünkü her seferinde değişik seyirciler biraraya gelir, film "toplu seyir"le izlenir; ancak her birey filmi kendi deneyimlerine göre yaşar. Sinemaya gitmek bireysel bir faaliyet gibi görünse de, film izleme

(9) Fida Film Şirketi'nin, İstanbuldaki sinema salonlarında, benzer bir araştırmayı çok sınırlı ölçüde yaptığı bilinmektedir. Ancak, amaçları farklı olan (daha çok sinema seyircisinin tüketim eğilimlerini ölçmek amaçlanmaktadır) bu araştırmalardan genellemeler yapma olanağı yoktur.

(10) Arnold Hauser, **Sanatın Toplumbilimsel Tarihi**, Çev. Y. Gölönü, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1984, s. 420.

sırasında görünmez bir grup meydana gelir: **Aynı içeriği seyreden ya da izleyen insanlar (11)**. Film gösteriminden sonra, seyredilenleri, yıldızları vb. konuşmak, tartışmak, filmi görmemiş olanların katılmayacağı toplumsal bir faaliyettir ve bu da sinemaya gitmenin toplumsallaştırıcı unsurunu açıklar.

Sinema seyircisinin daha bütünleşmiş (beğeni düzeyi, eğitim, ait olunan toplumsal grup vb.) gruplar olması, daha özel koşulları zorunlu kılar. Çeşitli sinema iklimlerinin, sinematek gösterimlerinin, sinema günleri ve festivallerinin seyircileri için bazı ortak yönlerden söz etmek olanaklıdır, ki bu etkinliklerin çoğu özel bir katılım ister. Belki de Durkheim'ın teorisindeki ilkel toplumların kitle halinde yapılan kollektif faaliyetlerindeki benzer bir törensel hava, sinema tutkunu bu insanları biraraya getirmektedir ve onların amacı vakit geçirmek ya da eğlencenin dışında, sinemanın entellektüel hazzına katılma arzusudur.

Sinema-seyirci ilişkilerinde seyircinin psikolojik ihtiyaçlarının dışında belirleyici olan başka etkenler de vardır.

Örneğin, büyük yıldızlar ya da gerçeklerden kaçmayı sağlayan türde malzeme bile filmin kötü olduğu söylentisi karşısında birşey yapamaz. Bunun tersine, film gösterime girmeden basın, radyo ya da televizyondaki tanıtımlarla, film hakkında ortalığa yayılan söylentiler (yıldızlar, öykü, erotik sahneler vb.) filmi görmek isteyen geniş bir kitle yaratacaktır. **Temel İçgüdü** (The Basic Instinct) (Paul Verhoeven 1992)'de olduğu gibi. Böyle filmlerin -Amerikan sinemasının profesyonel cilası olan çoğu filmleri gibi- çok seyirci çekmesine şaşır-mamak gerekir. Kusursuz teknik, yıldızlar, kolaylıkla özdeşlik kurulan öykülerle bu filmlerin aklımızı başka tarafa çektikleri bellidir. Bu yaratılan büyüleyici dramatik dünyadan keyif alan insanların sayısı çok da olabilir. Daha derin, daha süssüz, incelik, deneyim ve zekâ ile örülmüş ve belki de yarattıkları dünyada daha kişisel nitelikte filmlerin, belli düzeydeki insanlara aynı doyumunu yaşatmadığı söylenebilir. Türk sinemasının son dönem ürünlerinden olan **Gölge Oyunu** (Yavuz Turgul 1993) benzer nitelikte bir filmidir ve seyirciden gerektiği ilgiyi görememiştir. Çok film seyretmeyen, seyrettiği üzerinde düşünmeyen, filmin ardındaki yaratıcı zekânın farkında olmayan, ince noktaları yakalayamayan insanların "daha doyurucu dünyalar" aramalarını belki de anlayışla karşılamak gerekir.

(11) J. C. Jarvie, A.k., s. 96.

Sinema-Toplum İlişkilerini Çözümlemde Kavramlar ve Yöntem Sorunu

Sinema-toplum ilişkileri nasıl çözümlenir ya da sinemaya toplumbilimsel bakış açısıyla yaklaşan çalışmaların izleyeceği yol ne olmalıdır? Sinema toplumbiliminin, gerek toplumbilimciler gerekse sinema ile uğraşanlar tarafından üzerinde yeterince durulmayan bir alan olması, böylesine kapsamlı bir konuda bilgi birikiminin oluşmasını engellemektedir. Araştırmacı için önceden denenmiş ve formüle edilmiş çözümleme yöntemlerinin eksikliği aşılması gereken bir güçlük olarak ortadadır. Bu nedenle, sinema-toplum ilişkisi üzerine çözümlenmelerin, kendilerine yöntemlerarası bir yol bulmağa çalışması bir zorunluluk olarak belirmektedir. Sinema ve toplumu buluşturan çalışmaların daha geniş bir bakış açısına; tarih, psikoloji, antropoloji vb. disiplinlerin ilke ve yöntemlerinden yararlanmaya gereksinimi vardır.

Sinema ile toplumsal yaşam arasındaki ilişkilerin çözümlenmesinde, çözümlemenin geçerli ve güvenilir olması, kullanılacak kavramların gerçeği yansıtmaya derecesine bağlıdır. Sinema toplumbiliminin karşılaştığı sorunlardan biri, işlevsel kavramların kullanılması sorunudur. Bu, bir bakıma, toplumbilim dili ile sinema hakkında konuşmak demektir. Sinema ile uğraşanların ve sinema kitapları okuyucularının pek alışık olmadığı bu dil, belki de onlara sıkıcı gelecektir. Ancak, bu konuda araştırma yapacak olanların, toplumbilimin bazı temel kavramlarını bilerek yola çıkmaları gerekmektedir. Bunun yanı sıra, araştırmacı, eğer kendi toplumunun yapısı, değişme yönelimleri, örgütlenme biçimi, kurumları, nüfus, aile, çevre-insan ilişkileri, toplumsal tabakalaşma, sınıfsal yapı, değerler, normlar vb. konularda yeterince bilgi edinmemişse çözümlemesini neye göre yapacaktır? Bu, belki, sinema toplumbilimcisinin ilgi alanı ve ufku geniş, kendi çevresinde ve dünyadaki gelişme ve değişmelerden haberdar, tarihi bilgileri yerinde kullanabilen, düşünsel önyargılardan, katı kuramlardan uzak bir araştırmacı kimliği edinmesini de zorunlu kılmaktadır.

Sinema toplumbiliminin kavramlarının araştırmacıyı sinemanın kendi gerçeğinden uzaklaştırmaması da gerekmektedir. J. Duvignoud, dram, anlamlı simge ve anomi kavramlarını işlevsel kavramlar olarak önermektedir (12). Duvignoud'ya göre dram, yaratıcı birey düzeyinde, toplumsal yaşamı oluşturan çelişkili biçimler çarkı içinde ya-

(12) Jean Duvignoud. **Sociologic de L'art**, P.U.F., Paris, 1967, s. 51'den aktaran, İ. Armağan, A.k., s. 12-13-14.

pıtın kaynağını arayan ve tüm toplumu kristalleştiren heyecanlar, tutumlar, ideolojiler, yaratılar, davranış ve eylemler bütünüdür. Bu kavramın yararlarından biri, yapıtın yaşayan bir bütün içinde ele alınabilmesidir. Burada sanatçı ise yaşamı ifade eden aktör olmaktadır.

Anomi kavramı Durkheim tarafından ortaya atılmıştır, toplumbilimin temel kavramlarından biridir. Bu kavrama göre, her toplum kimi gereksinimlerini karşılamak için kümeler, eğilimler, görüşler ve farklı istemler arasında geçici bir denge sağlar. İnsanoğlu kendini bu yapı içinde bulur, yerleşmiş değerler dizgesi doğrultusunda hareket eder, bunun dışına çıktığında toplumun baskısı ile karşılaşır. Toplumsal yapı değişmeleriyle birlikte bu kararsız denge bozulur. Yeni bir denge durumu ortaya çıkıncaya kadar toplumsal düzen yeni arayışlar içersine girer. Anomi kavramı burada anlam kazanır. Anomi, belli bir zamanda görülen ve toplumsal yapı dönüşümleri sonucunda ortaya çıkan olayların kuralsızlaşması durumudur (13). Toplumların geçiş dönemlerinde sanatsal yaratı ve etkinliklerin yaygınlaşmasını, Durkheim anomiy durumuyla açıklamıştır.

Sinemadaki gelişmelerin tek nedeni olarak toplumsal yapı değişmelerini öne sürmek olanağı yoktur. Ancak çoğu durumlarda böyle açıklamalardan anlamlı sonuçlar çıktığı görülür. Toplumsal yapıyı anlamada, toplumsal arayışların ve sinemadaki oluşumların anlamını belirlemede, anomiy kavramı işlevsel bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türk sinemasının gelişme evreleri ile ilgili tarihi bilgiler bu görüşü doğrular niteliktedir. Örneğin 1960 yılı Türk toplumsal-siyasal yaşamının olduğu kadar Türk sinemasının da önemli bir dönüm noktası olmuştur. 27 Mayıs 1960 askeri darbesi ile değişen toplumsal ve siyasal yaşam, 1961 anayasasının getirdiği özgürlük ortamı, daha önceki politik yaşamda görülmeyen sosyalist partilere, sendikalara verilen izin, ülke sorunlarına değişik görüş açılarından bakmaya uygun bir ortam sağlamıştı. 27 Mayıs'ın getirdiği bu siyasal canlılığın sinemaya etkisi "Toplumsal Gerçekçilik" diye adlandırılan bir akımın doğması oldu. Aynı ilişkiyi, 12 Eylül 1980 askeri darbesi ile başlayan dönem için de kurmak olanaklı. Bu dönemde başta yeni ekonomik

(13) Barlas Tolun, **Çağdaş Toulumun Bunalımı: Anatomi ve Yabancılaşma**, A.I.T.I.A. Yayınları, Ankara, 1980.

arayışlar olmak üzere, toplumsal yapıdaki hızlı değişmeler, toplumun her katmanında çarpıcı bir şekilde etkisini duyurdu. Değer yargılarımızdan, yaşama biçimimize, insan ilişkilerine, alışkanlıklarımıza, geleneklerimize dek uzanan bu hızlı değişme sürecinde, kültürel-sanatsal etkinlikler de bir artış sürecine girdi. Türk sineması, bir önceki dönem saplandığı seks-pornografi batağından çıkıp, toplumdaki yeni oluşumlara kulak verebildi; o güne kadar tabu sayılan konulara -kadın feminizm, cinsellik- değinen, kentsoylu insanın bunalımı, göç edenlerin kentteki kimlikleri gibi güncel sorunlara yer veren filmler ortaya çıktı.

Toplumsal yapıdaki değişmelerle, sanat anlayış ve yaratılardaki değişme arasındaki karşılıklı ilişki, her zaman aynı paralellikte gitmeyebilir. Gelişkin nitelikteki sanat ve kitle iletişim araçlarının toplumsal yapı değişmelerine öncülük ettiği durumlar olabileceği gibi, bazen de bu araçlar toplumdaki değişmelerin gerisinde kalır.

Duvignoud'nun işlevsel kavramlarından biri olan anlamlı simge kavramı, sinemanın toplumbilimsel çözümlemelerinde en sık başvuru kavramlardandır. İnsanı, diğer canlılardan ayıreden en belirgin özelliği "simge" üretebilme yeteneğidir. Toplumsal yaşam bir anlamda "simge"lerle örülmüştür. Sinemanın, toplumsal dönüşümleri, iç çelişkileri, özlemleri ya da yergileri, sınıfsal farklılıkları vb. anlatmak için "ne"leri simge olarak kullandığı önemli bir noktadır. Bazı toplumsal kurallar ve anlayışlar, toplumsal yaşamda somut biçimler içerisinde belirebilmek için simgesel bir görünüm alırlar. Simge bir işaret, bir jest bir tören vb. biçimlerde bazı kuralların anlam ve değerlerini temsil etme ve vurgulama görevini görür. Her toplumsal-kültürel sistem ortak bir simgesel sistem yaratarak, bireysel ilişkilerin, duygu, düşünce ve davranışların belirginleşmesini sağlar (14).

Sinemada seyirci, simgesel davranış ve kalıplardan oluşmuş bir tören ya da ayine katılmış gibidir. Kendisine iletilenleri algılamak, zihinsel olarak bir kanıtlamaya başvurmadan bu bütünün (simgesel iletilerin) ardındaki anlamın etkisi altına girer, bu anlamın çevresinde inançlar oluşturur. Sinema, nesnelere düşüncelerin yerine kullanabilir, hatta bu nesnelere, düşüncelerin ideolojik yanlarını da simgelerler, Sinemasal anlatım yolları, kurgu, ışık, kamera hareketleri, çekim ölçekleri vb. seyirciyi etkilemek, belirli düşünce kalıplarına çekmek için, başka sanat dallarında görülmeyecek yetkinliğe sahiptirler.

(14) Barlas Tolun. **Toplum Bilimlerine Giriş**, ... s. 242.

Sinema ile toplumun karşılıklı ilişkisini araştırmanın kolay olduğunu ve sonuçlarının da hemen alınabileceğini sanmamamız gerekir. Çözümünecek sorunların belki de en başında filmlerdeki iletişimlerin doğasını inceleyebilecek en iyi araştırma yöntemini bulmak gelmektedir.

Daha sonra bu, bizi başka soruların, örneğin neden bu konuda film yapıldığı, toplumun neresine dokunmayı amaçladığı, filmi yaratanın dünya görüşü, sinemanın kültürel hayatımıza katkıları vb. hakkında açıklamalara götürebilir.

Böyle çalışmalar, filmlerin yapıldığı dönemin tarihsel-kültürel koşullarının çerçevesi içine oturtulmalı ve değerlendirilmelidir. Sinema ve filmlerin bu şekilde incelenmesi, sinema konusunda olduğu kadar diğer sanat ve kitle iletişim araçlarının rolleri ve işlevleri ile ilgilenenler için de çok zengin bir alan oluşturacaktır. Popüler kültürün (sadece sinemanın değil) toplumun davranışlarının oluşmasına nasıl katkıda bulunduğu anlaşılmasına ve bütün popüler kültür çalışmalarına yardımcı olacaktır.

Sinemanın değişen içeriği ile paralel giden tarihi değişimler hakkında bazı objektif bilgilerimizin olması, bize kolaylık sağlar. Ancak, bu kolayca yapılabilecek bir gözlemdir ve işe başlamak için sadece bir başlangıç noktasıdır. Sinemadaki akımlarla, insanların beğenilerinin, değerlerinin, inançlarının değişmesi arasındaki benzerlik ve farklılıkları ele almanın, sinema ve toplumun birbirlerine göre nasıl hareket ettiklerini tam olarak öğrenmenin zamanının geldiğini söyleyen, Jowett ve Linton'a göre, sinemayı, toplumsal-kültürel açıdan incelemek isteyenler, önce diğer iletişim konularındaki düşünceleri çok iyi sindirmeli ve sonra bunları sinemaya uygulamalıdır. Böyle sistemli bir çözümleme, sinema tarihçilerinin, sürekli olarak aynı öyküleri tekrar etmek ve genellenemeyecek örnekleri vermek gibi talihsiz hatalarına düşülmesini önler (15).

Sinemanın toplumbilimsel çözümlemelerinin temelinde, sanat toplumbilimi geleneği vardır. Ancak sinema, sadece sanat olmanın ötesinde, farklı boyutları olan (endüstri, kitle iletişim aracı, bir işkolu vb.) karmaşık bir olgu. Sanata toplumbilimsel yaklaşım sinemanın toplumbilimsel çözümlemelerinde sadece bir çerçeve oluşturabilir.

(15) G. Jowett, J. M. Linton, **Movies as Mass Communication**, Sage Publications, London, 1980, s. 103.

Çünkü çözümlenecek olan sanat eseri (film), resim, heykel, şiir ya da romandan farklı sorunlar içermektedir.

Sanat toplumbilimi sanatı, "bireysel duygululuk içinde tarihsel ve toplumsal gerçeğin anlatıldığı yol" olarak ele alır; sanat toplumsal bir olgudur (16). Sanat toplumbilimi, sanatla, onu yaratan toplumlar arasındaki ilişkileri inceler, toplumsal yapıların değişmesinin ve gelişmesinin sanatta da biçim ve tür olarak nasıl benzer değişme ve gelişmeler yarattığını inceler. Sanat toplumbilimi, sanatla, onu yaratan toplumlar arasındaki ilişkileri inceler, toplumsal yapıların değişmesinin ve gelişmesinin sanatta da biçim ve tür olarak nasıl benzer değişme ve gelişmeler yarattığını inceler. Sanat olgusunu, bir toplumun bilinçlenme tarzı, toplumun kendi bilincine varma tarzı olarak düşünür. Sanat, toplumun bir ifadesi ise, sanatçıyı, eseri ya da izleyiciyi (okuyucu-seyirci) veya türü, ait oldukları dönemin toplumsal koşulları ile açıklamak olanaklıdır. Sanat toplumbiliminin, dış dünyaya ve topluma yönelik eleştiri yöntemleri, sanata bu bakış açısı ile yaklaşır.

Sanat eseri ile eserin meydana geldiği ortam veya yansıttığı gerçeklik arasındaki ilişkiler üzerinde oturtulan "maksist" kuram, sanat eserinin, akım ve olaylarının, ekonomik altyapı ve sınıf çatışmalarıyla ilişkilerini belirterek, bunların nedenlerini ortaya koyar; aynı zamanda bu toplumsal nedenleri yargılar. Sanat eserini içindeki toplumsal ve politik düşüncelere göre değerlendirir. Toplumbilime dayanan sanat incelemelerinin büyük kısmında amaç, sanat eserini anlamak ve değerlendirmek değil, onları kullanarak başka alanlarda bilgi edinmektir; sanatın toplumu yansıttığı ilkesinden hareket edilerek, sanat eserinden toplumun hayatına, adetlerine, kurumlarına, değer yargılarına ışık tutan bir belge gibi yararlanılır (17).

Sinema çok geniş bir olgudur ve bu olgu çok değişik açılardan ele alınabilir. Ruhbilimsel, göstergibilimsel vb. yaklaşımlar sinemaya değişik açılardan, farklı amaçlar ve yöntemlerle yaklaşmaktadırlar. Yapısalcı yöntem, filmin dilsel işleyişinin sökülmesiyle barındırdığı anlama varılabileceğini, Ruhbilim ise, sinemayı çözümlemenin biricik yolunun, gizli anlamdan, açık anlama doğru ilerlemekle müm-

(16) Berna Moran, **Edebiyat Kuramları ve Eleştiri**, Cem Yayınevi, 2. Basım, İstanbul, 1974, s. 96.

(17) Berna Moran, A.k., s. 78-79.

kün olacağını öne sürmektedir. Göstergibilimciler, filmdeki iletileri ortaya çıkaran yapıyı belirme amacını taşımakta, filmsel metnin ne dediğini değil, nasıl dediğini araştırmaktadır. Filmin niteliği üzerinde durmayan göstergibilimciler daha çok biçimle ilgileniyor görünmektedirler. Göstergibilimsel psikanalitik yaklaşım ise, seyircinin kendisine gönderilen iletiyi nasıl algıladığı sorununun yanısıra, bu iletinin nasıl üretildiğine önem vererek, "yaratım sürecini" ele almaktadır.

Sinemaya yapısalcı, göstergibilimsel, psikanalitik yaklaşımların bakış açılarının, toplumbilimsel yaklaşımdan farklı bir öz taşıdığı açıktır. Bu yaklaşımlarda sinema ürünü (film) tek başına ele alınarak incelemekte, onu yaratan koşulların niteliği üzerinde durulmamaktadır.

Sinema toplumbiliminin amacı, sinema ile toplum arasındaki etkileşimleri, yansımaları çözümlemek, "neden"lere varmak, bağları kavramaktır. Bu nedenle, sinemaya bu bakış açısıyla yaklaşan çalışmaların, film içeriklerinden elde edilen verileri, toplumsal yaşamın reel verileri ile buluşturma zorunluluğu vardır.

Filmlerin Toplumsal İçeriği ve Toplumla İlişkileri

Filmlerin içinden çıktıkları toplumu "iyi" ya da "kötü", nasıl yansıttıkları, neleri ilettikleri, toplumbilimde "içerik analizi" olarak bilinen geniş bir konudur. Bu konudaki ilk çalışmalardan biri **S. Kracauer'in** (1947) **From Caligari to Hitler** adlı çalışmasıdır. Kracauerin tezi, Hitler iktidara gelmeden önce Almanya'da var olan faşist eğilimlerin, o devrin bir çok filmlerinde simgelendiği üzerinedir.

Film içerikleri çok çeşitli olduğundan, filmlerdeki iletileri inceleyen araştırmalardan genelleme yapmak zor görünse de, iletilen bazı ortak tavrılardan, değerlerden söz edilebilir. Örneğin, A.Bergman, Amerikan sinemasının, Amerikalıların eğitimine yaptığı en belirgin katkının, onlara yanlışları doğru hale getirmenin, kendi mevcut kurumlarının gücü dahilinde olduğunu öğretmek olduğunu, bunu, ümidi ve başarıyı perdeye yansıtarak yaptıklarını söylemektedir (18).

Sinema, diğer kitle iletişim araçları gibi resmi olmayan güçlü bir eğitim kaynağıdır ve bu nedenle içeriği ne olursa olsun, hiç bir

(18) Andrew Bergman, **We're In The Money**, New York, Harper and Row, 1971, s. 167-168.

zaman değer yargularından ve hatta ideolojik ve politik eğilimlerden uzak değildir (19). Sinemanın içeriği, toplumun o andaki inançları, tavırları ve değerlerini yansıtır. Başka bir deyişle toplumdaki baskın ideoloji filmlerde sunulan ideolojiyle daha da güçlenir.

Film içeriklerinin değişmesi, toplumun geniş bir kesiminin değer yargıları inançları ve bakış açılarının da değişmesini gösterir. Bu ise sinema-toplum ilişkilerindeki yakın birlikteliğin kanıtıdır.

Kültürel yaşamın biçimlendirilmesinde önemli işlevleri olan sinemanın bu işlevini anlayabilmemiz için "ne" söylediğini araştırmamız gerekir. Bu sorun sinemada "içerik" konusunu çözümlemenin önemini artırmaktadır.

İçerik çözümü toplumbilimin araştırma yöntemlerinden biridir, kullanım alanı oldukça geniştir. Örneğin, kitaplar, gazeteler, afişler, sloganlar, TV programları, filmler, resimli romanlar vb.

Genel anlamı ile içerik çözümü bir "bildirişim" inceleme-sidir. G. Gerbner içerik çözümlemesini "iletişim bilimi" konusunda sistematik ve objektif belirleyicileri ortaya çıkarmak için başvurulan bir yöntem olarak tanımlar (20).

İletişimin içeriği, iletişim olayı sırasında ortaya çıkan ilişkilerden elde edilebilecek sonuçlar olarak düşünülebilir. Öyleyse, iletişimlenleri anlamak ve yorumlamak söz konusudur.

İletişimin içeriğini çözümü, iletişim aracının özelliklerine, yere, zamana, hedef kitleye bağlı olarak değişmek zorundadır. Bu, bir anlamda, her iletişim aracının kendine özgü bir çözümleme dili olması zorunluluğu demektir. Sözlü ve yazılı anlatımın içeriğini çözmek başka, karmaşık kendine özgü bir dili olan, görsel ve işitsel araç sinemanın içeriğini çözmek ise daha başkadır.

Çözümünecek materyal farklı olsa da, içerik çözümlemesinin bazı temel özellikleri, hepsi için geçerlidir; anlamlı bir çözümleme için örneklem seçimi, birimlerin (kategoriler) ön seçimi, formüle edilmesi ve sonuçların değerlendirilmesi gibi.

(19) G. Jowett, J. M. Linton, A.k., s. 109.

(20) George Gerbner ve diğerleri, *The Analysis of Communication Content*, London, 1969.

Geleneksel içerik çözümlemesi aslında niceldir. Amacı ne olursa olsun, yöntemi her zaman adlandırmak ve sayılandırmaktır. Örneğin, "Stalin" adının "Lenin" adından on kez fazla geçmesi ya da kahramanlarda "sarı saç" nitelemesinin haydutlarda olduğundan on kez daha fazla geçtiğini, bu yöntemle mutlak bir şekilde çıkarabiliriz (21). Bu az ya da sık geçme olgusundan anlamlı sonuçlar çıkarmak yadsınamaz. Ancak her seferinde "Stalin" üzerine "ne" söylendiğini dikkate almazsak, açıklama yeterince anlaşılır olmayacaktır. Bu ise niteliksel içerik çözümlemesinin niceliksel (sayısal) içerik çözümlemesine göre daha fazla çıkarımlarda bulunma olanağı sağlayacağını gösterir. Yinelenme sayısı kadar yinelenen şeyin ne olduğu, çözümlenecek materyalin bütünü içinde kapladığı yer, sık olanın anlamının, seyrek olana zıtlığı ve ikisinin birlikteliğinin ne anlama geldiği de önemlidir.

Örneğin, "Kente Göç Eden İnsanın Türk Sinemasında Değişen Profili" (22) adlı araştırmanın çözümlenen filmlerinden biri olan Dügün (1973) L. Akad) de, kentsel mekânların sayısal olarak az görülmesi ile, göç edenlerin kentle olan kültürel ilişkilerinin çok sınırlı olması arasında kurulan bağ, sadece sayısal verilerden değil, bunun yanı sıra, görülen kentsel mekânların (seyyar satıcıların dolaştığı yer, alışveriş yerleri vb.) neler olduğu da dikkate alınarak oluşturulmuştur.

Çözümlemenin anlamlı olabilmesi için, eğer bir tek film değil, bir çok film çözümlenmek isteniyorsa, hepsinin mi yoksa içlerinden seçilen örneklemin mi çözümleneceği önemli bir konudur. Eğer elde çok sayıda malzeme varsa, örnekleme çıkarmak bir zorunluluktur. Nasıl bir örneklemin çıkarılacağı ise çözümlemenin amacına, çözümlenecek malzeme (film) nin özelliklerine bağlıdır (23).

İçerik çözümlemesinde dayanak alınan esas düşünce, incelenecek materyalin kısımlarının (sinemada sekans ya da bölüm, yazılı metinde sözcükler, cümlecikler paragraf vb.) önceden saptanan kategorilere (birimler) yerleştirilmesidir.

Bu kategoriler araştırmanın temel amacı ile ilişkili, "tanımlanabilir" ve daha sonra "genelleştirilebilir" nitelikte olmalıdır. Çözüm-

(21) Oliver Burgelin, **Structural Analysis and Mass Communication**, Sociology of Mass Communication, Ed. D. Mc Quall, Penguin, 1976, s. 318.

(22) Gülseren Güçhan, a.k.

(23) M. Duverger, **Sosyal Bilimlere Giriş**, Bilgi Yayınevi, 2. Basım, Çev. Ünsal Oskay, 1980, s. 141.

leme ancak bu ölçüde değer taşıyacaktır. Araştırmanın varsayım(lar)ı bu tanımların yapılmasında esas alınmaktadır (24).

İçerik çözümlemesinin başarılı olması ya da olmaması tamamen kategorilere bağlıdır. Bunlar her çözümlmeye göre farklılık gösterir. İletişim araştırmalarında kullanılan birçok kategoriye Lasswell geliştirmiştir. Örneğin sosyo-ekonomik düzey, cinsiyet, yaş, meslek vb. gibi kategoriler genel kategorilerdir ve çok sayıda belirli durumlara uygulanabilirler. Bunun dışında daha belirli ve dar kapsamlı olanları da vardır (25).

Kategoriler saptandıktan sonra çözümlenecek olanların sınıflandırılması işlemi gelir, çoğu zaman bu oldukça zor olur. Örneğin, sinemada belli bir sekansın hangi kategoriye konulacağına karar vermek zaman alır. Burada önemli olan araştırmacının kişisel tercihlerini bir kenara bırakması, objektif olmasıdır.

Niteliksel içerik çözümlemesinin sinemadaki uygulayıcılarından biri olan Kracauer, bu yöntemi şöyle tanımlıyor: Sinemasal bir takım kategorilerin rasyonel bir biçimde seçilip, organize edilmesi ve ortaya atılan varsayımların bu yolla/sınanması (26).

İçerik çözümlemesi eğer açık ve metodolojik bir biçimde yapılmazsa ondan anlamlı sonuçlar almayı beklemememiz gerekir.

Kracauer "disiplinli nesnellik" diye adlandırdığı yönteminden şöyle söz eder: Bu yöntemin esası film çözümlmeleri için nereye ve nasıl bakacağımızı gösteren kategorik bir liste hazırlamaktır. Böyle bir listeye uygun yapılacak araştırmalarda bireysel yorumlar en aza indirgenmiş olacaktır (27).

Buraya kadar sıralanan özellikler içerik çözümlemesinin uygulandığı bütün materyaller için aynıdır. Ancak sinema gibi kendine özgü dili olan bir aracın çözümlenmesi, herşeyden önce sinemanın nasıl bir anlatım aracı olduğunu ve dilinin özelliklerini bilerek yola çıkmayı gerektirmektedir. Çünkü, sinema, durgun fotoğraftan, gazete, dergi yazılarından, reklâm metinlerinden, kısaca diğer iletişim araç-

(24) Klaus Krippendorf, **Content Analysis: An Introduction to its Methodology**, Sage Publications, London, 1984, s. 21-25.

(25) M. Duverger, A.k.

(26) Siegfried Kracauer. **Theory of Film**, Oxford University Press, New York, 1971.

(27) A.k.

larından farklı sorunlar içerir. İncelenecek olan materyal, sadece "görüntü" ya da "yazılı metin" değildir; film yalnızca devingen im-
gelerden değil, ayrıca söz ve müzikten de oluşur. Bu nedenle çözümlenecek "sinemasal metin" aşırı biçimde karmaşık ve çok boyutludur (28).

C. Metz, sinemanın anlatım materyalinin filmin beş kanalı olduğunu söyler: 1-Devinimli görüntü, 2- Konuşma (diyalog), 3- Müzik, 4- Ses, 5- Yazı. Bu beş kanalın oluşturduğu bir anlatım aracı olan sinemada ortaya çıkan düzgü (kod-şifre)ler üç türdür; sinemaya özgü düzgüler, sinemaya özgü olmayan düzgüler, sinemanın öbür sanatlarla paylaştığı düzgüler (29).

Sinemaya toplumbilimsel yaklaşım, Metz'in tanımındaki sinemasal olmayan düzgüleri çözümlenmeyi amaçlar; filmlerdeki iletilerin doğasını çözümlenmek, iletileri oluşturan düzgüleri ortaya çıkarmak, açmaktır.

Sinemaya özgü olmayan düzgüler, toplumsal/kültürel düzgülerdir, bizim algı alışkanlıklarımıza dayanırlar. "İçinde işaretlerin örgütlendiği sistemler" olarak tanımlanan düzgü (kod-şifre)ler, onları kullananlar -kişiler, gruplar, toplum- tarafından kabul edilen kurallarla yönetilir. Toplumsal "düzgü"ler, gelenek ve görenekler herhangi bir kültürün ortak merkezini oluştururlar. Bir başka anlatımla da "düzgü"ler, çeşitli durumlarda ne yapmamız gerektiğini belirten kurallar bütünüdür; belli şeylerin ne anlama geldiğini belirtir, toplumsallaşmada ya da belli dünya görüşlerini kazanmamızda ve korumamızda önemli rol oynarlar (30).

Sinemada düzgüler bir ileti oluşturup onu açımlayan gösterge ya da kuralların bütünüdür; filmin anlaşılmasını sağlayan mantıksal ilişkilerdir (31). Sinema bu düzgüler aracılığı ile, onları daha önce öğrenmiş olan kişiler (seyirci) le iletişim kurar. Bu düzgüler ideolojik olabileceği gibi, toplumsal değer, roller vb. ile ilgili olabilir. Kısaca sinemasal iletişimde içeriğin bütünü, nasıl olacağını "düzgü"ler belirler.

(28) Oliver Burgelin, A.k., s. 325.

(29) Seçil Bükér, "Göstergebilimsel Yaklaşım". **Sinema Kuramları**, S. Bükér Oğuz Onaran, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 1985, s. 189-199.

(30) İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdâr, **İletişim ve Toplum**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990, s. 173.

(31) Seçil Bükér, A.k.

Metz, sinemada toplumsal/kültürel düzgülerin doğal gibi algılandığını, çünkü kişinin toplumda bu düzgüleri çok iyi içselleştirdiğini söylemektedir (32). Zenginlik ve rahatlığın simgeleri olarak kullanılan kürk, püro, ipek fular vb. gibi nesnelere yaratılan düzgüler, çoğu kez belirli bir yer ve zamana özgüdür. Toplumdan topluma ya da aynı toplumun değişik kesiminden insanlara göre, farklı şekillerde algılanabilirler.

Filmlerin toplumsal/kültürel içeriği, iletileri oluşturan "düzgü"ler açılarak çözümlenir. Böylece o film ya da filmlerin neyi yansıttığı, nelere yer verdiği ya da hiç yer vermediği ortaya çıkarılır, kısaca toplumsal/kültürel içeriğin çözümlenmesi bizi tematik yapıya ulaştıracaktır. Sonuçta ortaya çıkan toplumsal sistemin baskın değerleri ya da bazen, bu baskın değerlere karşıt olan değerlerdir.

İnsanı ve yarattığı tüm etkinlikleri, onun kendisini ifade etme biçimlerini, kısaca bütün yaşam deneyimlerini açıklamaya, anlamaya çalışan bilimlerin, günümüzde bir senteze doğru gitme eğilimi vardır. Sinemaya bilimsel yaklaşımların da kendilerine böyle bir yol çizmeleri, belki de sinema ve film çözümlemesinde henüz açıklanmamış kimi noktaları aydınlayabilir. Sinemaya toplumbilimsel yaklaşım, sinema bilimindeki diğer yaklaşımların yerini tutma ya da öne geçme iddiasını taşıyor; sinema-toplum ilişkilerini çözümlemenin, "sinemasal çalışmalar" diye de adlandırılabilir bütün evren içinde önemli bir yer kapladığına işaret etmek istiyor. İnsanın kaynağını araştıran bütün bilimsel disiplinlerin, sinemayı çözümlemede katkıları olacağı açıktır. Sinemaya toplumbilimsel yaklaşım sadece bunlardan biridir.

KAYNAKÇA

ARMAĞAN, İbrahim. **Sanat Toplumbilimi-Demokrasi Kültürüne Giriş**, İleri Kitabevi, İzmir, 1992.

BERGMAN, Andrew. **We're In The Money**, New York, Harper and Row, 1971.

BURGELİN, Oliver. "Structural Analysis and mass Communication". **Sociology of Mass Communication**, Editör D.Mc Quail, Penguin, 1976.

(32) A.k.

- BÜKER, Seçil. "Göstergebilimsel Yaklaşım", **Sinema Kuramları**, S. Bükler, Oğuz Onaran, Dost Kitabevi yayınları, Ankara, 1985.
- DUVERGER, M. **Sosyal Bilimlere Giriş**, Bilgi Yayınevi, 2. Basım, Çev: Ünsal Oskay, 1980.
- ERDOĞAN, İrfan. ALEMDAR, Korkmaz. **İletişim ve Toplum**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990.
- GERBNER, George, **The Analysis of Communication Content**, London, 1969.
- GÜÇHAN, Gülseren. **Toplumsal Değişme ve Türk Sineması**, İmge Kitabevi, Ankara, 1992.
- HAUSER, Arnold. **Sanatın Toplumbilimsel Tarihi**, Çeviren: Yıldız Gölönü, RemziKitabevi, İstanbul, 1984.
- JARVIE, I. C. **Towards a Sociology of the Cinema**. London, Routledge and Keganpaul, 1970.
- KRACAUER, Siegfried. **Theory of Film**, Oxford University Press, New York, 1971.
- KRIPPENDORF, Klaus. **Content Analysis : An Introduction to Its Methodolgy**, Sage Publications, London, 1984.
- LINTON, J.M., JOWETT, G. **Movies as Mass Communication**, Sage Publications, London, 1980.
- METZ, Christian. **Sinemada Anlam Üstüne Denemeler**, Çeviren: Oğuz Adanır, İzmir, 1986.
- MORAN, Berna. **Edebiyat Kuramları ve Eleştiri**, Cem Yayınevi, 2. Basım, İstanbul, 1974.

FILMDE MÜZİĞİN İŞLEVİ VE KULLANIMI¹

Çev: Yrd. Doç. Dr. Ali CEMALCILAR*

Film için bestelenen ve kullanılan müzik türlerini iki biçimde guruplandırabiliriz. Bunlardan birincisi "gerçek" ikincisi ise "işlevsel" müziktir. Gerçek müzik; opera, müzikaller ya da dans filmlerinde filmin genel atmosferini denetleyen müziktir. Örneğin; oyuncu görüntüde şarkı söylüyordur, fakat ona görüntüde olmayan bir orkestra eşlik etmektedir. Filmde aynı anda gerçek bir müzikle karşı karşıya kalınmıştır. Gerçek müzik, filmdeki hareketleri de denetleyen bir öge olduğundan, filmin stüdyo çekim aşamasına gelmeden önce beselenir. İşlevsel müzik ise, görüntü öğelerinin ve diyalogların yanında, onları tamamlayıcı bir öge olarak yer alır. İşlevsel müzik filmde yedi ana başlık altında ele alınır ve kullanılır. Bunlar;

- hareket müziği,
- mekan müziği,
- dönem müziği,
- dramatik gerilim yaratan müzik,
- komedi müziği,
- duygusal müzik,
- çizgi film (animasyon) müziği.

(1) Roger Manwell-John Huntley, The Technique of Music, "The Function of the Sound Film" s. 54-108 özetlenerek çevrilmiştir.

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Sanatları Bölümü

İşlevsel müzik, dramatik dürtüyü oluşturmak amacıyla, filmin çekiminden sonra, hatta kaba kurgusunun yapımından sonra bestelenir. İtalyan film müziği bestecilerinden biri olan Roman Vlad, beste konusunda şunları söylemiştir. "Bence bir filmin gerçek yaratıcısı, o filmin yönetmenidir. Ben daima, yönetmen eğer besteci olsaydı neler bestelemek istediğini düşünerek bestelerimi oluştururum."

Ses kanalı; efektler ve konuşmalar

Ses olgusunun ve ses kanalının sinemaya girmesinden hemen sonra çoğu film yapımcıları ve besteciler sesin önemini ve gerekliliğini kavrayarak filmlerde sesi ve müziği yoğun bir biçimde kullanmaya başlamışlardır. Kimi film yapımcıları filmdeki konuşmaları ses efektleri ile dengelerken, kimileri de konuşma ve sesleri film için özel olarak bestelenen özgün müziklerle dengeleme yoluna gitmişlerdir.

Filmdeki ses kanalı üç ana öğeden oluşmuştur. Bunlar,

- ses efektleri,
- konuşmalar,
- müzik.

Bu öğelerden ses efektlerini, hareketler ve bu hareketlerin neden olduğu olaylar sonucu oluşan diğer **doğal sesler** oluşturmuştur.

Sözü edilen ses efektlerini kaydetmek kolaydır. Yanısıra ses stüdyolarında doğal sesler stok olarak da bulunmaktadır. Ses etkileri dediğimiz bu doğal efektlere, yapay ya da mekanik olarak üretilmiş sesleri de katabiliriz. Örneğin ekolar (ses tekrarı-sesin yankısı), derinlik verilen sesler ve elektronik sesler. (Norman Mc Laren'in çizgi filmlerinde ses kanalının boyanması ile elde edilen sesler vb.) Ancak kimi besteciler, sözü edilen bu doğal ses efektlerinin film için yaptıkları müziklerin bütünlüğünü bozduğunu savunmakta dırlar (Bu nedenle bu konuda da besteci ve yönetmenin birlikte çalışıp bu kimi efektleri kullanıp kullanmamaları konusunda bir karar almaları gerekmektedir).

Filmlerdeki çoğu konuşmalar (diyaloglar) doğal bir anlatıyla yazılır. Bu da o filme gerçeklilik katabilmektedir. Bu konuşmalara müzik eşlik ederek verilme istenilen mesajlar desteklenir. Ancak kimi konuşmalara müziğin etkide bulunmadığı filmlerde vardır. Buna örnek olarak "Kamerad Schaft" ve "A Walk in the Sun" 'ı gösterebiliriz. Bu filmlerde diyalogların kurulması ve etkili olması için kimi

sözcükler özenle seçilerek istenilen etkiler yaratılmıştır. Örneğin; konuşmalar; "A Walk in the Sun" filminde olduğu gibi **doğal**, "Kind Hearts and Coronets" filminde ise **yumuşak**, ve **akıcı**, "Citizen Kane" ve "Miss Julie" filmlerinde **anlamlı** ve **dokunaklı**, "Orphee" filminde de **şiiinsel** nitelikte olabilir.

Filmlerde duygusal ortamın yaratılmasında diyaloglar kadar müzikten de önemli ölçüde yararlanır. Şöyleki;

Diyaloglar bilinen, alışlagelmiş sözcüklerden oluşabilir. Filme eşlik eden müzik bu sözcüklerin olabilecek yetersizliği önleyecektir. (Çevrenin notu: Manvell ve Huntley'in belirlemesine ek olarak A. Copland'da aşağıdaki belirlemeleri yapmaktadır):

- . daha etkileyici zaman ve mekan atmosferi yaratacak,
- . psikolojik olarak olayları incelikleriyle belirtecek, vurgulayacak,
- . arkafonu tarafsız olarak dolduracak,
- . süreklilik duygusu uyandıracak,
- . temsili görüntüyü gerçekleştirecek ve onu sonuç duygusuyla çerçeveleyecektir.

Aaron COPLAND, **What to listen for in Music** A Mentor Book, The New American Library, New York 1957 (Film Music sh: 152-158).

Uygulanan Müzik I. Filme çekilen opera ve baleler

İtalya ve Rusya gibi ülkelerde birçok opera filme çekilmiştir. Bu filmlere başarılı bir örnek olarak GianCarlo Menotti'nin "The Medium" adlı filmini gösterebiliriz. Yine bu tür yapıtların görkemli ve hareket dolu olanlarına Boris Gudunov'un "Carmen" 'i örnek olarak verilebilir. Yukarıda sözünü ettiğimiz "The Medium" adlı filmin başarısı; oyuncuların izleyicilere sergiledikleri kişilik ve karakterlerin kusursuz olması ile sağlanmıştır. Filmin başarılı olmasının bir nedeni de Menatti'nin kendi operasını, film için yine kendinin yönetmesidir. "Carmen" operasının bir zenci ekip tarafından çağdaş bir yorumla uyarlanması sonucu "Carmen Jones" adı altında gerçekleştirilmesi de iyi yönetilmiş bir Amerikan müzikaline örnektir. Bu filmde Bizet'in operası olan "Carmen" in, öyküsü ve müziği kullanılmıştır.

Dans edenlerin hareketleri ve davranışları, sessiz sinema döneminden beri, filmcilerin ilgisini çekmiştir. Amerikan müzikalleri söz

ve müziğin yanısıra dans ve hareketlere, kamera için düzenlenmiş özel koreografilere dayanır. Yine Amerikan müzikali, bize sinema için düzenlenen dansların çeşitliliğini gösterir. Sahne balesinin koreografisi; kamera açıları, zamanlama ve ritmik kurgu gibi sinematografik olanakların tüm sınırlarını zorlar. Sonuçta balerinlerin yanısıra kamera hareketleriyle görüntüler, ritmik kurgu ile de çekimler, birbirlerinin ardısına dans eder gibi görülmektedir.

Filme çekilen önemli opera ve belgeler;

Aida (Verdi) İtalya

Madame Butterfly (Puccini) İtalya

La Boheme (Puccini) İtalya

La Traviata (Verdi) Almanya

Fidelio (Beethoven) Almanya

Swan Lake (Tchaikovsky) Almanya

Carmen (Bizet) Münih stüdyolarında filme alınmıştır. Von Karajan tarafından yönetilmiştir.

Cavalleria Rusticana (Mascagni) Almanya'da Ake Falk tarafından yönetilmiştir.

The Mikado (Gilbert ve Sullivan) İngiltere'de Stuart Burge tarafından yönetilmiştir.

Romeo ve Juliet (Prokofiev) İngiltere'de Czinner tarafından yönetilmiştir.

Uygulanan Müzik II; Konser filmleri

Kimi zaman bestecilerden herhangi bir filmde geçecek bir konser sahnesi için özgün bir beste yazmaları istenir. Örneğin; Richard Addinsell'in "Dangerous Moonlight" filmi için bestelediği Varşova konçertosu. Film, savaş sırasında hava kuvvetlerinde görev yapmakta olan Polonyalı bir piyanistin yaşamını anlatmaktadır. Bu film Addinsell'in özelliklerini taşımaktan çok, Rachmaninof müziğinin etkilerini ve izlerini taşımaktadır.

Bu tür filmler için özel olarak bestelenen müziğe, Thorold Dickinson tarafından yönetilen "Man of Two Worlds" adlı İngiliz yapımında raslıyoruz. Sir Arthur Bliss filmin kahramanı olan Afrikalı Kisenga için bir konçerto bestelemiştir. Müzikal bütünlük açısından oldukça başarılı olan bu minyatür konçertonun adı "Baraza" dır. Fil-

me çekilen konserlerin bir diğer türü de, filmdeki konser için özgün bestenin hazırlanmadığı, bunun yerine gerçek bir konserin filme alındığı yapıtlardır. Bu tür filmlerde filmin yönetmeni, görüntüleyeceği müzik parçasını ve bölümlerini önceden dinleyerek, gerekli hazırlıklarını yapar. Örneğin; orkestranın genel ve yakın çekimlerinin ve orkestra şefinin yakın ve ayrıntı çekimlerinin nasıl olacağını önceden saptar ("The Seventh Seal" ve "The Magic Bow" filmlerinde olduğu gibi). Film yapımcıları, filmlerinde kullanılmak üzere bestecilerden özgün yapıtlar istemek yerine, güncel ve popüler olan müzik parçalarını (gerekli izni alarak) kullanabilirler. Ancak böylesine bir uygulamanın kimi sakıncaları vardır. Bunları şöyle açıklayabiliriz; Filme konulmak istenilen müzik parçası gerçekte bağımsız bir sanat yapıtıdır. Başka bir deyişle filmin yapımı düşünülmmeden bestelenmiştir. Bu ikincisi, filmde kullanılacak olan popüler müzik parçalarının önceden bilinmesi ve duyulmuş olması halk kitlesinde daha önceden duygusal bir ortam oluşturmasıyla, filmin seyirciler üzerinde yaratmak istediği etkiyi engelleyebilecek ya da düşünüldüğünden daha çok hızlandırabilecektir. Buna örnek olarak "Brief Encounters" filminde, Rachmanniof'un iki numaralı piyano konçertosunun kullanılmasını verebiliriz. Filmlerde hazır olarak kullanılan bu müzik parçalarının yaratabileceği diğer bir sorun ise, müzik parçalarının sürelerinin, yönetmenin tasarladığı sekans sürelerine uymaması gibi teknik bir sorun ile karşı karşıya kalınmasıdır.

Ünlü Bestecilerin Yaşamlarını Konu Alan Filmler

Ünlü bestecilerin yaşamları, film yapımcıları için eskiden beri ilginç bir ilham kaynağı olmuştur. Bu tür yapıtlar arasında bir Polonya filmi olan "The Young Chopin" (1951), bir İngiliz filmi olan "The Story of Gilbert and Sullivan" (1953) ve Hollywood'da yapımı gerçekleştirilen ve Rimsky Korsakov'un yaşamı olduğu ileri sürülen "The Song of Scherazade", Chopin'in yaşamını konu alan "A Song to Remember" filmleri sayılabilir. W. Disney'in çizgi film olmayan ve başrolünü Carl Boehm'in oynadığı "The Magnificent Rebel" adlı yapıt, genç Beethoven'in başından geçen romantik bir olayı konu almaktadır.

Bu yapıtlar çoğunlukla, bestecilerin müzik türlerini ve yaşamlarının duygusal bir kesitini anlatırlar. Bu türde yapılmış olan filmlere Hollywood'da Andrew L. Stones'in "The Great Waltz" (Straus) ve "Song of Norway (Grieg) gibi örnekleri verebiliriz

1955 yılında Aram Avakian, Igor Stravinsky'nin filme alınmış konserinin bir bölümünü kendi yaptıran "Story of A Soldier" filminin içinde kurgulamıştır. 1968 yılında bir İtalyan-Alman ortak yapımı olan "Chronicle of Anna Magdalena Bach" filminde yönetmen Jean-Marie Straub ve görüntü yönetmeni Ugo Piccone, Bach'ın müziğini ve yarattığı duygusal havayı görüntülemek için durağan kamera çekimleri, asimetrik ve Barok stili görüntü düzenlemelerinden yararlanmışlardır. Filmin senaryosu, Straub'un kendisi ve karısı Daniel Huillet tarafından yazılmış ve sinemaya uyarlanmış. Filmin konusu, Anna Magdalena Bach'ın gerçek yaşam öyküsü olmayıp, Bach'ın mektuplarından ve tarihi belgelerden yararlanılarak kimi gerçekler yansıtılmıştır. Film, Bach'ın 1721 yılındaki evliliğinden, 1748 yılındaki ölümüne kadar geçen süreyi konu almıştır. Film, Bach'ın ziyaret ettiği yerlerde ve tümüyle ses senkronları ile çekilmiştir. Straub'un ses kayıtçısı olan Paul Schöler, tek bir mikrafonla kamera yanından müziği kaydetmiştir. Filmde baş rolü bir müzisyen olan Gustav Leonhart üstlenmiştir. Bu film ilk bakışta bir müzik filmi, Bach'ın müziğini anlatan bir film ya da Anna Magdalena ve Bach'ın arasındaki aşkı anlatan bir aşk filmi bir başka yönüyle de, Bach'ın duygusal yaşamını sergileyen bir dökümanter film görünümündedir.

Ken Russell ve Igor Talankin, Tchaikovsky'nin yaşamını konu alan değişik yapıtlar yönetmişlerdir. Russell'in ve Talankin'in filmindeki konular, Tchaikovsky'nin yaşamındaki ilginç olayları içermektedir. phomanyak olan Nina ile evlilikleri üzerinde durmuştur. 1970 yılında Igor Talankin, "Tchaikovsky" adı altında bir film yapmıştır. Bu filmde Tchakovsky'nun mutsuz evliliğinden hiç söz edilmemiştir.

Müzikal Filmler

Müzikal filme ve Amerikan müzikallerinin 1930'lardaki gelişimine daha önce değinmiştik. Bu türe özgü romantik müzikal komediye de Fred Astaire ve Ginger Rogers'in operetlerini örnek verebiliriz. Bu filmlerin konuları genellikle gençlerle ilgili konulardır. Bu tür yapıtlara örnek olarak; "An American in Paris", 1960'larda büyük ilgi gören "West Side Story" (bu yapıt Leonard Bernstein'in müziği ve Jerrone Robbins'in koreografisi için oskar ödülleri almıştır), Robert Wise'nin "The Sound of Music" (bu filmde William Reynolds'un kurgusu, Ted Mc Cord'un çekimleri, Irwin Kostal'ın bestesi, Jane Corcoran'ın ses kayıtları ve Robert Wise'nin yönetmenliği için oskar

ödülleri verilmiştir). 1967'de Hollywood ünlü yönetmen George Sidney, İngiltere'de "Half A Sixpence" müzikalini yönetmiştir.

1969 da bir Brodway gösterisi ve yapımı olan "Hello Dolly" filme çekilmiştir. Bu film o zaman için bir hayli kabarık bir bütçe olan 22 milyon dolara çıkmıştır. 1971 de ise Bob Fosse, müziğini John Kander' in yaptığı "Cabaret" adlı müzikali gerçekleştirmiştir. Bu filmde, kamera çoğunlukla kabare içindeki oyunculara ve izleyicilere yakın çekim olarak çalışmıştır. Kabare filminin kurgusu, değişik kamera açılarını içeren karmaşık bir yapıda olmuştur.

DİKKATİN OLUŞUMU VE GÖRME DUYUMUNUN ÖRGÜTLENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Nadi KAFALI*

Gözlerimiz hareketli nesnelere algılayabildiği gibi hareketsiz nesnelere de algılayabilme yeteneğine sahip çok yetkin bir organizmadır. Oysa yapılan araştırmaların verdikleri sonuçlara göre birçok hayvan yalnızca hareketi algılayabilmektedir. Gözlerimizin yine yetkin özelliklerinden birisi de dış dünyayı renkli olarak algılayabilmesidir; kediler ve köpeklerin görme sistemlerinde ise renk yoktur.

Gözlerimiz dış dünyaya insandan insana farklılıklar göstermekle birlikte yaklaşık olarak 120° lik bir açıyla bakarlar. Bir köpeğin görüş açısı ise yaklaşık olarak 80° dolaylarındadır, balıkların ve kuşların bakış açıları 360° ye yaklaşır. Bir kameraya balık gözü takıldığında bu merceğin ürettiği görüntüler bize biçim bozumuna uğramış, gerçek dışı görüntüler biçiminde görünür. Oysa bir balık için bu türde bir görüntü olağan bir görüntü niteliğindedir. Buradan sonuç olarak şöyle bir gerçeğe varabiliriz; **Tüm canlıların gerçeklik deneyimleri kendi görüş sistemleri tarafından belirlenir.**

İnsan gözünün odaklama açısı 120° den daha dardır. Derinlik odaklaması, gözün yerleştirim (accodomation) mekanizması yoluyla yapılır. Genişlik odaklaması ise, saniye bölümlü tarama (scanning) işlemi yoluyla olur.

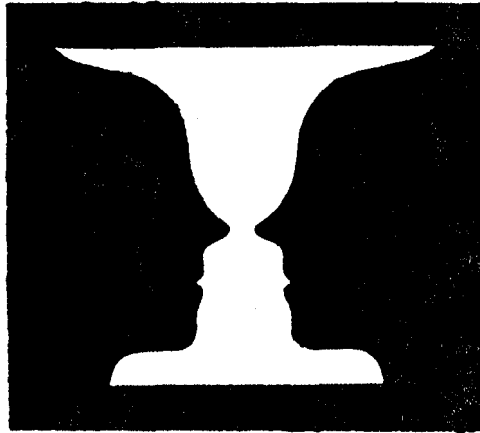
(*) Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Sinema ve Televizyon Bölümü

Binokullar görüşümüz bize üç boyutlu bir dünya yaratır. İnsanın mekanik beyin çalışmalarına başlamış olmasına karşın, üç boyutlu sinemanın gereksinim duyduğu pratik bir çözüme henüz ulaşılabilmemiş değildir. Üç boyutlu sinema konusunda yapılan deneylerin arasında henüz deneme döneminde olan halografi'yi ekleyebiliriz.

Sinemanın bu iki boyutluluğu, yani bir eninin ve boyunun olması sinemaya seçici bir üstünlük getirmesine karşın, üçüncü boyutun zahihi olması kameranın insan gözünün gördüğüne benzer perspektif ve aydınlatma ile yaratılan derinlik etkisinin sağlanması yolu ile seyirciyi yaşamda imişçesine bir katılmaya ya da bu katılma sırasında başka birtakım psikolojik olguların oluşmasına neden olur. "Alıcı yardımcı donatımdan başka birşey değildir ve herşeyden önce çerçevelemeye, çerçeve içine almaya ya da dışında bırakmaya yarar. Sanatçı çerçevenin içinde bize göstermek istediğini düzenler, çerçevenin dışında ise bizim için önemli saymadığını yerleştirir. Alıcıyı kullanmasını bilmek önemlidir, ama gözü kullanmasını bilmek daha önemlidir (1).

Görme merkezinin gözümüzün görme işlevini yerine getirmede çok önemli bir rol oynadığına ilişkin olarak önemli bir kanıtlama yolu

ŞEKİL : 1



KAYNAK : Werner Van Appeldorn, Der Dokumantarische Film, Ferd. Dümmlers Verlag, Bonn, 1970, s. 48.

(1) JOSEPH VON STERNBERG, "Cahiers du Cinema", Çev. Nijat Özön, Türk Dili Sinema Özel Sayısı, Ankara, 1968, Cilt. XVII, s. 196, s. 413-414.

bulunmaktadır. "Psikolog Erisman bir gözlük üretiyor. Bu gözlüğün özelliği başka değiştirici bir faktör olmaksızın dış dünya ve çevreyi başın üzerinde gösteren bir yapıya sahip olmasıdır. Psikoloğun denegi, bu gözlüğü 9 gün boyunca kullanıyor. Bu 9 günün sonunda denek, dış dünyayı yeniden normal olarak, algılamaya başlıyor, bu değiştirmeyi yapan beyindir" (2). Bu deneyin ortaya çıkardığı sonuç; görme merkezinin işlevini yerine getirmesi sırasında bilinçaltının da önemli bir rol oynadığıdır.

İçinde yaşadığımız milyonlarca etkinin arasında nasıl olmaktadır da gözümüz, görme merkezimizin görmemiz için seçtiği şeyi görmektedir? Bu sorunun yanıtlanabilmesi için kolay bir deneyin yapılabilmesi mümkündür. Denek Şekil 1'e aniden ve daha önce herhangi bir hazırlığı olmadan baktırılacak ve bu şeklin neye benzediği sorulacaktır. Denek, bu şeklin bir vazo iki kadın profilini betimlediği arasında bir seçim yapılacaktır. Bunlardan herhangi birisinin üzerinde karar kılınması tümüyle rastlantısaldır ve her iki sonuçta psikolojik değerlendirme sırasında eşit ağırlığa sahip bulunmaktadır. Görme merkezi eğer bu seçeneklerden birisi üzerinde kesin olarak hüküm veriyse, diğer seçeneğin algılanabilmesi için artık bir süre irade gücü gerekmektedir. Yine benzer bir deney, Şekil 2'de de

ŞEKİL : 2



(2) WERNER VAN APPELDORN, **Der Dokumentarische Film**, Dümmlers Verlag, Bonn, 1970, s. 47.

gözlenebilir. Bu şekilde ilk algılanan yaşlı bir kadın ya da genç bir kadın olabilecek ve bu görme merkezinin anlık olarak saptayabildiği ve beyin tamamlama özelliğini ortaya çıkaran yönde bizleri bir sonuca götürecektir.

Bu durum özellikle sinema ve televizyon izleyicilerinde önem kazanan bir konudur. Bizler tümü algılanamayacak kadar büyük çokluklara varan ve göz tarafından algılanan görsel malzemeye sahip olmamıza karşın, beynimizin görme merkezinde tüm bu materyaller bir seçim ve düzenlemeye uğramaktadır.

Taslak (Prototip) görüntüler algılamadan sonra yapılan düzenleme işlemi sırasında bu seçim belirlenmektedir. Bu seçim, insan gibi karmaşık bir beyin yapısına sahip olan canlılarda karmaşık bir beyin yapısına sahip olan canlılarda karmaşık bir seçimle yapılırken, ilkel canlılarda ise daha basit olarak yapılmaktadır. "Von Uexküll'ün yaptığı araştırmada bir sineğin gözü çok geniş açılı bir görme biçimine sahiptir. Ancak, bu çok geniş açılı görüntüde yalnızca aydınlık noktalar rehber olarak kullanılmaktadır. Sinekler uçarken ışığın yansıtılması yoluyla beyne sinyaller gönderirler sineğin gözü uçuşu sırasında yaşamını sürdürmesi için gerekli olan nemlilik oranının korunabilmesi için kapalı tutulur. Hayvan, kendisinin uçuş yönünü ve bu yönün denetlenmesini aydınlık ışık noktaları aracılığı ile başarır" (3).

"İnsanlar gri renkteki görüntülere tepki göstermektedirler. Bu harekete sahip nesnelere eğer gri renkteyseler bu tür durumlarda gri renge karşı insanın gözünün tepki göstermesinden ötürü siyah-beyaz bir televizyon görüntüsünün kesintisiz olarak seyredilebilmesinin yanında nesnelere gerçek renklerinin yerine siyah-beyaz ya da gri renklere sahip olsa da, gerçekleşmiş gibi bir algılamaya doğmasına neden olmaktadır. Bir film görüntüsünün bilinçaltında hazır bulunan taslak (prototip) görüntülerle uygunluğu sağlandıktan sonra sorun ortadan kalkmaktadır" (4).

Bireyin içinde yaşadığı kültürel ortam, algıların belirlenmesinde önemli roller yüklenmektedir. Bu anlamda Deregowski'nin yaptığı araştırmaların verdiği sonuçlar bizler için önemlidir. Örneğin Afrika yerlilerinin önemli bir bölümü kendilerine gösterilen siyah-beyaz fotoğrafları anlamlandıramamaktadırlar:

(3) A.g.k., s. 50.

(4) A.g.k., s. 50-51.

“Perde üzerindeki ilk görüntü bir filin fotoğrafıydı. Görüntüyü izleyen yerliler, perdedeki yaratığın canlı olabileceği varsayımıyla, heyecan içinde bağırıp zıplamaya başladılar. Yerlilerin reisi hemen yerinden kalkarak, üzerinde görüntünün olduğu projeksiyon perdesinin arkasına geçti ve hayvanın bir vücuda sahip olup olmadığına baktı. Görüntünün derinliğinin ancak perde kadar olduğunu anlayan yerliler, yeni bir şaşkınlıkla homurdanmaya başladılar” (5).

“Gerçekçiliğin bir ölçüde yeniden sunumunu oluşturan bu algılar, algının fiziksel, kültürel, algılayanın psikik, fizyolojik, kültürel, bireysel ve bu algıların içinde gerçekleştiği ortamın toplumsal, fiziksel, kültürel özelliklerine göre biçimlenmektedir. Bu da, nesnelerin algılanabilir özelliklerinin farklı bireylerce farklı olarak değerlendirilmesine yol açmaktadır.

Sonuç olarak, gerçeklik hakkında edinilen bilgilerin, nesnelerin algılanabilir özelliklerinin varlığına ve bu özelliklerin algısal yorumlarına dayandığı söylenebilir (6).

A. Perspektif

Monocular perspektif adından da anlaşılacağı gibi gözlemcinin gözünün merkezine bağlı bulunmaktadır ve Leonardo da Vinci tarafından şöyle tanımlanmıştır: “Perspektif, bir camın arkasından (veya önünden) bir yeri ya da nesnelere görmekten başka bir şey değildir. Camın ön yüzüne -objeler- çizilmiştir. Görüntüler gözümüzdeki bir noktaya piramitlerle bağlanmıştır ve bu piramitler camın yüzünde kesişirler”.

Monocular perspektif orantısız ve kübik bir uzay yaratırken, diğer tüm estetik ve görsel sistemlerden önemli ayrılıklara sahiptir. Perspektif, nesnenin oluşan görüntü üzerinde bir nokta biçiminde merkezleşmesini sağlar. İkel, klasik Perspektifte uzay, süresiz ve heterojendir. Kabartma ve derinlik etkisinin yaratılabilmesi için ilkel perspektif büyütme yoluna gitmiş ve bunu mekânsal bir çerçeve içinde özelleştirmeyi reddetmiştir. Japon sanatında uzay, merkezci olmaktan çok merkezkaçı dayalıdır. Bu durumun perspektifte etki iş-

(5) JAN B. DEREGOWSKI, “Illusion and Culture”, *Illusion in Nature and Art*, (Der. E. H. Gombrich, R.L. Gregory), Union Bros., London, 1973, s. 163.

(6) İHSAN DERMAN, *Fotoğraf ve Gerçeklik*, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fak. Yay., Eskişehir, 1989, s. 31-32.

levi uzaysal bir derinlik yaratmaktan çok, yüzey üzerinde çizimler yapmaya dayanmaktadır. Ortaçağ sanatında figür ve nesnelerin boyutları ve durumları, kübik uzay için debi yerlerinden çok, ideolojik işlevlerine bağlı bulunmaktadır. İnsanın bakış açısı bu dönemde, yaratılan uzaya bir nokta ile bağlanmasından çok dağınklaşır” (7).

Monocular perspektif uzay, ışığın tek bir noktadan sürekli ve sonsuz olarak çıkan bir doğru üzerinde gittiği varsayımı ile yaratılır. İnsan gözüne (insandaki çift gözün varlığından doğan etki ile) türdeş bir sistemdir. Bu sistemin tutarlılık noktası insan gözüdür.

“Tüm görsel sunumlarda olduğu gibi perspektif, görme, bakma, izleme isteğini doyurmak ve “görsel gezinti” (scopic drive) zevki yaratmak için oluştururlar. Bunu yapmak için görsel sunumlar konu olarak işledikleri öğeleri düzenlerler ve durağanlaştırırlar... Bakış göz ve uzay birbirlerine o denli kusursuz bir biçimde bağlanmıştır ve o denli uyum içinde çalışmaktadır ki, nesnenin kendisini aynı, konuyu aynı olarak algırlar” (8).

15. yüzyıldan önce çerçevenin varlığı, özel durumların dışında büyük bir önem taşımıyordu. Bu yüzden sonra çerçeveleme bağımsız bir gerçekliği oluşturmaya başlamış ve koşullar da resim sanatının gelişmesi ile birlikte olmuştur. Çerçeve, resmin taşıdığı uzayı ve görüntüyü hem göze hem de bakışa hazırlar.

Göz ile fotoğrafik mercek arasındaki benzerlik sık sık vurgulanır, ancak bu benzerlik belli birtakım optik özelliklerle sınırlanmış durumdadır. Gözlerimizin ardında optik sınırlarla uyarılan, gözlerimizin gördüğünü yorumlayan, fiziksel ve fizyolojik öğelere psikolojik öğeyi de katıp görme sistemimizi tamamlayarak durmaksızın çalışan bir beynimiz vardır. Dış dünyayı üç boyutlu olarak algılamamızda zaten bu yüzdendir.

Bir kameranın gözü yalnızca optik yasalara uyar. Bu asli öğeye bizler mercek (objektif) adını veriyoruz. Objektifin ardında, mercek tarafından gönderilen bilgiyi kaydeden bir duyarkat ya da film bulunmaktadır. Kaydedilen görüntülerin yorumlanabilmesi için bu kaydedilen bilgilerin önce günümüze sonradan beynimize geriye gelmesi

(7) STEAVE NEALE, **Cinema and Technology**, Macmillian Education Ltd., Hong-hong, 1985, s. 13-14.

(8) B.g.k., s. 16.

gereklidir. Bu geri-gelme sürecine bir yere kadar, beynimizi kameranın arkasına koyarak merceğe nasıl görmesi gerektiğini öğretmek denilebilir. Özellikle de bir sinemanın görüntü düzenlemesi işi ile uğraş verirken seyirci için yapması gereken şey budur.

Kamerayla gözümüz arasında başka birtakım ayrımlar da bulunmaktadır. Örneğin, gözlerimizin herbirinde, belli bir anda tek bir görüş alanına sahip bir mercek bulunmaktadır. Böylelikle de gözlerimiz hiç bir kamera merceğinin yapamayacağını çok kısa bir zaman süresi içinde yapabilir (seçici algı) saniye bölümlü bir hızla, bir noktadan başka bir noktaya, yakına ya da uzağa gezinebilir. Ancak, kamera merceğinin yapabildiği, görüş alanı içindeki her ayrıntıyı kaydedebilme özelliğine sahip değildir.

Gözlerimiz esnek ancak demirbaşlıdır. Kameranın farklı odak uzunluklarına çözümlenme (resolving) gücüne ve başka özelliklere sahip düzinelere varabilen sayılarda değişebilir gözü-gözleri vardır. Bu açıdan bakıldığında kameralar için de bir esneklikten söz edebilmek olasıdır. Gözlerimiz bize yalnızca bir çeşit görüntü verirken, kameralar sayısız görüntü verebilme özelliklerinin yanında, alanları ya da nesnelere çevrelerinden yalıtabilirler (Deep of focus).

“Binocular görüşümüzle birleşik deneysel (ampirical) ve psikolojik etkenlerle desteklenen görüş açımız, perspektif duyumumuzu belirler. Kameramanlar, mercek tarafından görülen retinal perspektiften farklı olduğu gerçeğinin bilincindedirler. Uzaktaki bir dağ görünümünün görkemi normal odak uzaklığına sahip bir merceklerle çekilmiş bir görüntüde tümüyle silikleşir. Uzun odak uzunluklu ya da bir teleskobik mercek kullanmak durumundayızdır, ancak böyle bir yönelim görüş alanını daraltacaktır” (9).

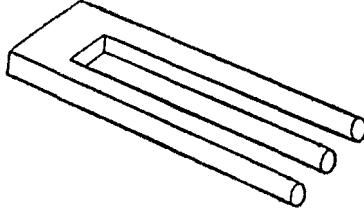
Çevresel deneyim, “görme”nin en belirleyici öğelerinden biridir. Bir dağcı grubunun en son ve en alttaki üyesiyle ve dik bir yamacı tırmanıyorlarsa, bu dağcı grubu dik bir yamacı tırmanıyorlarsa, en alttaki dağcının deneyimleri tırmandıkları dağın duvar gibi dik olduğunu söyleyecektir. Ancak, yamacın dibinde bulunduğu konumdan bir fotoğraf çekecek olursa, diğer dağcılar bir kaya parçasının yatay yüzünden yürüyen hamam böcekleri gibi görünürler. Bu durum perspektif yönünden fotoğrafta, psikolojik bir referans noktasının bulunmasından kaynaklanmaktadır.

(9) A.g.k., s. 30.

i. Görsel gerçek ve yanılgı

İnsan gözünün yanılabileceği olgusu sayısız optik yalın-samalarla kanıtlanmıştır. Aşağıdaki şekil bizlere kesinlikle olası olmayan, ama inandırıcı bir çizimi göstermektedir.

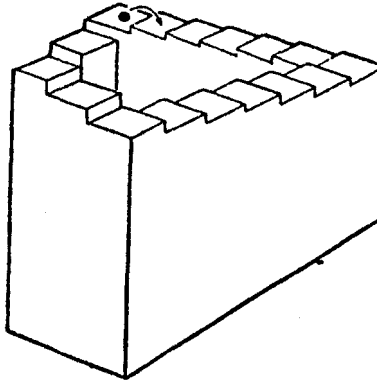
ŞEKİL : 3



KAYNAK: Alex Strasser, The work of the Science Film Maker, Focal Press, Newyork-London, 1972, s. 29.

Yine aşağıdaki şekil insanın sonsuza dek tırmanıp durabileceği dönemeçli bir merdiveni göstermektedir. Şekildeki top hiçbir yere ulaşmadan sürekli olarak yükselmektedir.

ŞEKİL : 4

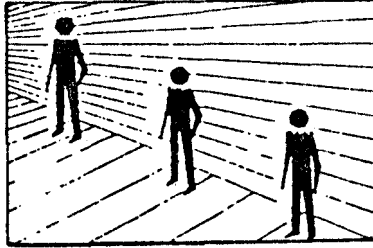


KAYNAK: Alex Strasser, The work of the Science Film Maker, Focal Press, Newyork-London, 1972, s. 29.

Şekil 3'de ise film yapımcıları için özellikle ilginçlikler taşımaktadır. Bu şeklin bize gösterdiği, sonsuzda kesişen çizgiler, büyüklük-

leri doğru orantılarda algılamamızı engellemektedir. Ya gerçekçi ya da abartılı ve tuhaf etkiler yaratmak için film setlerinin yanlış perspektiflerle bu yanlışmalardan film çekimlerinde yararlanılabilir. Alman dışavurumcu sineması döneminde yapılan ünlü J' Cabinet of Dr. Caligari" bu tekniği kullanan ve güçlü etkisini özel sahne tasarımlarına borçlu olan ilk uzun metrajlı filmidir.

ŞEKİL : 5



KAYNAK : Alex Strasser, The work of the Science Film Maker, Focal Press, Newyork-London, 1972, s. 29.

"Resamalar kendi gerçeklik duygularını anlatmak için çoğu kez abartılı perspektifler kullanırlar. Sinema ve fotoğrafçılıkta yanlış perspektif, belli odak uzunluklarında ya da eğimlerinde merceklerle oluşturulabilir. Uzun odak uzaklıklı mercekler geniş açılı merceklerle oranla çok farklı görüntüler üretirler. İnsan gözünün çözümleme gücü göreceli olarak zayıftır. Bu durum bizlerin avantajlı imiş gibi görülmektedir. Eğer gözümüzün çözümleme gücü çok daha güçlü olsaydı, bütün doku ve yüzeyler çok tuhaf görünürlerdi. Basılı metinleri okuyamazdık. Çünkü, kağıt üzerindeki mürekkep dağılımı harfler gibi değil, ton farklılıklarından oluşmuş şekiller gibi gözümüze görünürdü. Bir resimdeki pigmentleri gördüğümüz halde resmin kendisini seçemez, ağaçlardan ormanı göremeyen insanlar durumuna düşerdik" (10).

Fotoğraf ve sinema, şu andaki biçimlerini görme eksikliklerimize ve gözümüzün çok kolay aldanabilmesine borçludur. Bir filmde görüntüyü oluşturan duyarkat kristalciklerinin neden olduğu abartılmış noktacıklar Dup- negatiflerde büyütme (Blow-up) durumlarında sık sık önemli ve aşılması sorun yaratan zorluklar oluştururlar. Gö-

(10) A.g.k., s. 31.

zümüzün görme eksikliğinden yola çıkan sinema, ağ tabaka izlenimi adına "ağ tabaka izlenimi" adını verdiğimiz ve gözümüzün tembelliğine dayanan hatanın değerlendirilmesinden oluşmuştur.

ii. Ağ tabaka izlenimi

Sinemada devinen hareketli görüntünün oluşabilmesi gözümüzün tembelliğine dayanan bir hatadan kaynaklanmaktadır. Eğer, "Ağ tabaka izlenimi" adını verdiğimiz bu hataya sahip olmasaydık, bugün bizler bu tür bir çalışma prensibine dayalı bir sinemadan söz etme olanağına sahip olmayacaktık.

Ağ tabaka izleniminin temeli, gözümüzün ağ tabakası üzerine düşen herhangi bir görüntünün hemen yitmeyip, bir süre daha ağ tabaka üzerinde kalması temeline dayanmaktadır. İşte bizler bu gecikmeye "göz tembelliği" adını vermekteyiz. Örneğin; bir süre kırmızı bir lekeye baktıktan sonra gözümüzü beyaz bir duvara çevirirsek, kırmızı leke görüntüsünün gözümüzden hemen yitmediğini ve bir süre daha beyaz duvar görüntüsünün üzerine binmiş olarak kaldığını görürüz ki, bu süre yaklaşık olarak bir saniyenin 1/10'u kadardır.

Kameranın kesik kesik parçalara ayırarak duruk olarak saptadığı fotoğraflar kısa aralıklarla perde üzerine yansıtıldığında gözümüzün daha önce belirttiğimiz tembelliği nedeniyle, bir fotoğrafın görüntüsü daha ağ tabaka üzerinden yitmeden bir yenisinin -ki bu görüntü bir önceki görüntüden yapısal olarak önemli farklılıklar içermektedir- onun üzerine gelmesi ve gözümüzün, birbirinden küçük farklılıklarla ayrılmış olan ve hızla birbiri ardına gelen görüntüleri kesiksiz, hareketli bir görüntü gibi algılamasına neden olacaktır. Bir başka deyişle; ard arda gelen duruk görüntüler gözü yanıltır ve gözümüzde oluşan bu yanıltma beyin tarafından hareketli bir görüntü gördüğümüz kanısını uyandırır.

Bir görüntüden diğer bir görüntüye geçiş sırasında gösterim cihazının örtücüsü ışığın önüne gelerek, ışığın perdeye ulaşmasına engel olmaktadır. Bu iki görüntünün değişimi arasında perde karanlıktır. Bu nedenle, iki saatlik bir film gösterimi sırasında ortalama olarak perde bir saat süresince karanlık kalmaktadır. Ancak, yine ağ tabaka izleniminin neden olduğu yanılsama nedeniyle göz, bu karanlık araları seçemez.

Sinemanın içerdığı yanılısamalar, bize hiç yabancı değildir: Film projektörünün içindeki aktarım mekanizması film kamerasında olduğu gibi her kareyi film penceresi önünde 1/50 sn. (24 kare hızda) ya da 1/53 sn. (25 kare film hızında) kadar süreyle tuttuktan sonra, dönen örtücü film penceresinin önünü kapatırken, bir sonraki film görüntüsünü film penceresi önüne getirmek için aşağıya çeker. Böylece, herbirisi bir önceki görüntüden biraz daha farklı olan 24 görüntü penceresinin önünden bir saniyede geçmiş olur.

Beynimiz, örtücü tarafından film gösterim penceresinde ışığa tutulan bu 24 kareyi nesnelere devinimlerinin oldukça doğal ve "sıçramasız" olduğu bir tek görüntüde birleştirir. Bu sürecin içerdığı görüntüler (Phenomena), görüntünün kalıcılığı olarak bilinir. Bu türde bir olayı günlük yaşamımızda da gözleme olanağımız vardır.

Bir bisikleti ters çevirip tekerleklerinden birisini döndürürsek, tekerleğin çubukları tekerlek belli bir hıza ulaştıktan sonra gözden yiter ve dönen tekerleğin arkasını bir tülde bakıyormuş gibi görmeye başlarız. Çember çizerek sallanan bir fener, dönen ışıklı bir nokta gibi değil, parlak bir halka gibi görünür. Birçok harekete dayalı etki bu yanılısamaya dayanır.

Dönen örtücünün Stroboscobik - bir hareketli nesnenin hareketlerini inceleyebilmek için aralıklı olarak ışık veren bir gereç - doğası sık sık istenmeyen etkilere yol açar. Hareket, yönünü değiştirebilir; bu hareket, hareket halindeki taşıtların tekerleklerinin geriye doğru dönmesi gibi görünüşlerin doğmasına yol açar.

Görme merkezi, gözümüzün gönderdiği fiziksel veriler, sayılamayacak kadar çok ilksel (prototip) görüntü ve ön yargılarla görme işlevini yürütmektedir. "Dünyaya gözümüzü açtıktan sonra, yarım saniye sonra "yeni doğan çocuğun gözleri dünyayı geniş açı olarak görmektedir". Bu durumda kendi göz çukuru içinde sağa - sola ya da yukarı aşağıya hareket etmeksizin durur ve baktığı uzayı ilk önce "genel" olarak kaydeder. Bu görüntü şimşek hızıyla bilincimize nüfuz eder. Burada temel olarak göz yuvarlağının kenar bölgelerinden alınan görüntülerin yalnızca bilinçaltı tarafından alınıp değerlendirilmesidir. - Bir görüntü ne denli gözün kenar bölgelerinden alınmış bir görüntü niteliğini taşıyorsa, bu görüntüler o kadar bilinçaltının değerlendirdiği görüntüler niteliğini taşıyacaktır. - Herhangi bir nesne eğer gözümüzün kenar noktalarından görülebilecek şekilde hareket etmekteyse, bu nesnenin görüntüsü bilinç tarafından algılanamaz.

Görme merkezinde algılanmış olan "Genel" görüntü depolanıp düzenlenir ve herhangi bir zamanda karşılaştırılabilecek benzer bir olay için uyumlama yardımcısı olacak biçimde hizmet görür. Bu, bir haritanın bir uzayı tam olarak yansıtmasına benzeyen bir değerlendirme biçimidir" (11).

Alışılmış olarak bir birey ayrıntıların algılanabilmesi için soldan başlayarak sağa doğru yavaş yavaş ve aşamalar halinde baktığı uzay ya da nesneyi taramaya başlar. Bu uzun odaklı bakış biçimine bizler "yakın çekim" adını vermekteyiz. Bu bakış biçimi tamamlandıktan sonra göz yeniden kısa odak uzaklığı biçiminde olan ilk bakış biçimine döner. Amaç, diğer dikkati çekebilecek değerlerde olan ayrıntıların ortaya çıkarılabilmesidir. Sözünü ettiğimiz bu olaylar son derece hızlı ve birbirinin peşisıra otomatik olarak oluşmaktadır. Ayrıca insan bakışının niçin soldan başladığı hakkındaki araştırmalar olumlu sonuçlara henüz ulaşmış değildir. Bazı araştırmacıların bakma işleminin soldan başlamasının okuma sistemimizin soldan başladığı yolundaki savunuları, başka ırk ve toplumlardaki insanlarla karşılaştırıldığı zaman okuma sistemleri farklı olan toplumlar açısından geçerli olmamaktadır.

iii. Dikkatin Oluşumu

Bir görüntünün sürekliliğinde oluşabilecek herhangi bir değişiklik dikkatin o noktaya doğru toplanmasına neden olacaktır. Koyu renklerle yazılmış olan **sözcük** yazısı bu sayfa okunurken gözümüze ilk olarak çarpan sözcüktür. Bu küçük temel bu sözcüğün diğer sözcüklerden önce okunmasına neden olacaktır. Bu sözcüğün hemen okunmasına rağmen göz yine de sol üst köşeden okumaya başlamaktadır. Bazı nesnelere, herhangi ortamda bir yapı ya da renk olarak çevreleri ile kontrastlık oluşturuyorlarsa, bu çevrenin içinde ilk önce bu nesnelere algılanmakta ve araştırılmaktadır.

Bazı koşullarda ilksel (Prototip) -görüntüler değişimlere karşı bir direnç oluşturacak ve bu direnci algılamayacak kadar derin etkiler bırakmaktadırlar.

"Bakılan nesnenin nasıl algılandığı ya da algılanmadığı rastlantıya bırakılamayacak kadar önemli ve bir sinemacı için kesin olarak belirlenmesi gerekli bir koşuldur. Bir film yapımcısı için izleyiciye

(11) APPELDORN, Dokumantarische, s. 57.

iletilmesinde zorunluluk olarak gördüğü şeyler izleyicinin algılayabilmesini sağlamak yönünden önlemler alınabilmelidir” (12).

Görme merkezinin bir diğer başarısı da, her iki gözden gelen ve birbirlerinden küçükte olsa değişiklik gösteren görüntü iletilerinin tek bir plastik görüntü biçiminde beyin görme merkezinde birleştirilmesidir. Bu durumda, sol göz, sağ gözden ortalama olarak 6,5 cm. kadar bir uzaklıkta bulunmakta ve sağ göze oranla, sol gözümüzün gördüğü başka bir görüntü niteliğini taşımaktadır. Normal olarak biz bu farklılığı hiçbir şekilde farkedemeyiz. Oysa, sağ ve sol göz arasında parallax adını verdiğimiz bir kayma bulunmaktadır. Algıladığımız görüntü ise birbiri üzerine çakışmış durumda bulunan iki görüntü biçimindedir. Tek bir görüntünün sağlanabilmesi için görme merkezi bir hesaplama yapmakta, nesnelere nasıl arka arkaya ve kademelenmiş bir biçimde diziliyorsa ve nasıl bir form oluşturuyorsa, görme merkezinde böyle bir düzeltme yapılmakta ve parallax kayması olarak adlandırdığımız ve iki gözümüzün birbirinden farklı konumlarda bulunmasından doğan iki ayrı görüntü birbirinin üzerine çakışık ve tek bir plastik görüntü biçiminde oluşmaktadır.

İnsan gözünün yapısının nasıl olduğu ve bir film kamerasının yapısal niteliklerindeki benzerlik ve ayrımlar maddeler halinde biraraya getirildiğinde;

1. Görme merkezi, iki gözümüzden birden gelen ve birbirleri arasında küçük görüntü farklılıkları içeren görüntülerin ikisini birden algılayarak üç boyutlu bir etkinin elde edilebilmesini sağlar. Bu durum (deneysel filimler dışta tutulması koşuluyla) fotoğrafçılıkta ve görüntüleme yöntemlerinde karşılayan bir durum değildir. Üç boyutluluk ayrımı fotoğraf ile film/video kamerası yanında insan gözü arasında oluşan ayrımın en önemli ayrımlarından birisidir.

2. İnsan gözünün odak uzaklığından ya da görüş açısının duyarlılığından söz edilebilmesi olası değildir. Odak uzaklığı ve bakış açısının ne olacağını koşullar yönlendirmektedir. Aynı şekilde insan gözünün duyarlılığı yine koşullara göre değişiklik göstermekte, bu yönü ile tek bir duyarlığa sahip olan duyarlı film ve fotoğraf malzemeleri ile bir kıyaslanmanın yapılabilmesi olası değildir.

3. Büyüklük konumunun algılanması psikolojik verilere uymaktadır. Tam tersine, bu algıyı yöneten ve yönlendiren başka şey-

lerdir. Algılanan nesnenin yatay ya da dikey durumda olup olmadığı birey için önem taşımaktadır. Bunun ile insanın görme biçimi, temel fotoğraflık kurallarla bir uygunluk göstermemektedir.

4. Görme merkezimiz, bizlerce daha önceden bilinen "ön yargı"nın oryante edilmesi sonucunda bir renk düzeltme işlemi yapmaktadır. Üç ayrı duyarkata sahip bir renkli film ise, bu yapıya uzaktan ya da yakından hiç benzememektedir. Bunun sonucunda da renkli fotoğrafçılıkla insan gözünün görme yapısı arasında hiçbir benzerlik bulunmamaktadır. İnsan gözünün görme yapısı ile bir renkli film arasında aranılan benzerlik "renk saptama işlemi" adı verilen aşamada, yine insan gözünün beğeni ve "ön yargı"ları dikkate alınarak değerlendirilmelidir.

5. İnsan gözünün baktığı çok karmaşık çevre içinden nasıl olupta ilgisini çeken şeyi temel olarak gördüğü, yine duyu organlarımızın algı temelini oluşturan "seçici algı" adını verdiğimiz işlem en önemli etkenlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı şekilde etkili olan diğer bir etken görme olayında seçim yapan kişinin bilinçaltında depolanmış olan ilksel (protatip) görüntülere bağlı bulunmaktadır.

iv. Perdedeki Görüntü

Bu konuya gerçek yaşamda da olduğu gibi sık sık filmlerde de oluşan bir olayı ele alarak yaklaşabiliriz. Bir mağaza vitrininin önünde durduğumuzda, eğer mağaza içindeki ve mağaza dışındaki ışık, camın ön yüzü ile arka yüzündeki ışık yaklaşık bir eşitlik göstermekteyse, camın arkasında bulunan nesnelere kimliklerinin saptanması zor olmayacaktır. Bizler eğer bu nesnelere ilgiliyse yalnızca vitrin içinde teşhir edilen bu nesnelere bakarız. Buna karşın cam yüzeyine baktığımız zaman camın üzerinde bizim tarafımızda olan nesnelere yansımaları görülecektir. Camın üzerine camın arkasında olan nesnelere yanı sıra, çevredeki -şey- lerin de yansımaları birbirine karışmış durumdadır ve her iki görüntüde aşağı yukarı aynı yansıtma gücüne sahiptirler. Eğer çevredeki nesnelere yansıyan görüntüleri çok karmaşıksa cam yüzeyi ardında kalan şeyler çok zor algılanacaktır. Bilinçli yapılmayan zihinsel seçme ile fizyolojik göz odaklaması, zihinsel ve fizyolojik işlem üst üste binmiş iki görüntüyü birbirinden ayırır ve ilgilenilmeyen nesnelere dışarıda bırakır.

Bu olay, bir film çevriminde kullanılacak olursa, film görüntüsünde üst üste binmiş olarak görülecektir. Üst üste binmiş olan gö-

rüntü perdeye yansıtıldığında, artık ilgilenilen görüntüyü seçme olanağı bulunmamaktadır. Çünkü, "film perdesine yansıyan her şey eşit derecede gerçektir ve eşit derecede vardır. Üst üste binmiş olan iki görüntü, bir perde üzerine aktarıldığında, perdenin iki boyutluluğu nedeniyle tek bir görüntüye dönüşür ve birbirinden soyutlanamaz. Bu nedenle perdeye yansıtılan şey "eşit" derecede vardır" (13).

"Film yönetmeni gerçeği aktarmaz, bu gerçeği yeni bir gerçeği yaratmakta kullanır ve bu işlemin en büyük niteliği, en önemli yanı, gerçek durumlarla çalışırken değişmez ve kaçınılmaz olan uzay ve zaman kanunlarının kolaylıkla işlenebilir ve zaman kanunlarına, uzay kanunlarına boyun eğdirebilir kılığa girmesidir. Film, gerçeğin öğelerini, bunlardan yalnız kendine özgü yeni bir gerçek kurmak için biraraya getirilir; canlı insanlarla, sahnenin dekor ve alanıyla çalışırken katı ve değişmez olan uzay ve kanunları filmde baştan sona değiştirmiştir" (14).

Bir nesneye ne denli yaklaşırsa görüş alanımıza o denli az malzeme girer. Araştırmacı bakışımız, bir nesneyi yine ne denli yakından incelerse, o denli çok ayrıntı görürüz, böylelikle de bakışımız o denli sıralanmış ve belirli bir kesime yönelmiş olur. Bu bakış biçimini yeğledikten sonra artık bir bütün olarak algılayabilme olasılığımız bulunmamaktadır. Buna karşın, ayrıntıları bakışımızla öylesine bir biçimde sıraya dizeriz ki, bunları birleştiren, nesneye uzaktan bakıp bütünü genel bir görüş içinde izlediğimiz ve doğal olarak bu koşullarda ister istemez ayrıntılarını gözümüzden kaçırdığımız zamankinden çok daha canlı, derinlemesine ve kesin bir bütünlük izlenimine varırız. Herhangi bir şeyi kavramaya çalıştığımızda her zaman genel çizgilerden işe başlanmaktadır, daha sonra incelememizi daha ileriye götürmek istediğimizde bu kavrayış çabasını giderek artan sayılarda zenginleştiririz. Tikel bir ayrıntı her zaman yoğunlaşmaya eş düşen bir kavramdır; yani sinemanın gücü ayrıntının/ayrıntılarının açık, çok canlı olarak sunulması olanağını taşımasıdır. Sinemasal anlatımın gücü, bu anlatımın kamera aracılığıyla her zaman görüntünün içine, can alacak noktalarına gelinceye değin girmeye çalışmasındadır. Böylelikle kamera kendisini her zamankinden çok yaşamın en derin köşelerine girmeye zorlar; ortalama izleyicinin bakışı çevresinde ras-

(13) ROBERT EDMONS, *Sights and Sounds of Cinema and Television*, Teachers College Press, Columbia University, Newyork and London, 1982, s. 33.

(14) PUDOVKİN, *Sinemanın Temel İlkeleri*, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1966, s. 92-93.

gele dolaştığı için nereye asla erişemiyorsa, kamera oraya girmeye çalışır. Kamera olabildiğince ayrıntıya girme eğilimindedir: yaklaştığı her şeyi görebilir ve gördüğü şeyi de duyarkat üzerinde sonsuzlaştırır. Belirli, gerçek bir görüntüye kamera yaklaştığı zaman, genelden tikel gitmek, ayrıntıları seçip kavramaya başladığımız noktaya dikkatimizi yoğunlaştırabilmek için belirli bir çaba ve zaman harcamamız gereklidir. İşte, sinema kurgu işlemi aracılığıyla bu çabayı yönetmenin üzerine göçerir. Bir filmin izleyicisi ülküsel anlayışlı bir gözlemcidir ve onu tutumuyla yönlendiren kişi bu aşamada yönetmendir. Ortaya çıkarılan, derinlemesine kök salmış ayrıntıda/ayrıntılarda önemli birer algılama ögesi bulunmaktadır, insanın çalışmasını da sanat haline getirilen ve gösterilen olaya kesin değerini veren tek öge budur.

Bir kamera aracılığı ile donatılmış olan bir kameraman, bir tiyatro yönetmeni kendi malzemesiyle çalışırken izleyicinin gözünden sahenin dibini genel ve kaçınılmaz olan ana çizgiler kütlesini, dikkati çekici, özel ayrıntıları kaçırmayacak durumda değildir. Bir tiyatro yönetmeni ancak en önemli olanın altını çizebilir, bu altını çizdiği şeye dikkatini yönlendirmekte izleyiciyi yalnız başına bırakır. Oysa bir kameraman, yukarıda saydığımız koşullarla sınırlandırılmayacak kadar güçlüdür. İzleyicinin dikkatinin ayakta tutulabilmesi tümüyle bir sinema yönetmeninin elinde bulunmaktadır. Her durumda kameranın merceği seyircinin gözü durumundadır. İzleyici ancak yönetmen kendisine neyi göstermek istiyorsa onu görür ve farkeder, ya da daha doğru bir deyişle, yönetmen ilgili olguda kendisi neyi görüyorsa, izleyici de onu görmek zorunda bırakır.

Gerçekte yer alan herhangi bir hareketi yalnızca duyarkat üzerine aktarmak yerine, filimsel bir biçim içinde vermeyi yeğlersek - yani, bu hareketin gerçekteki kesiksiz akışını yaratıcı bir güçle seçilmiş öğelerle kaynaştırmayı yeğ tutarsak - o zaman ister istemez izleyiciyi, çekimlerin kurgusunu yapan yönetmene bağlayan kuralları aklımızdan çıkarmamız gerekecektir. Çekimlerin gelişigüzel, karma karışık sıralanışını gözden geçirdiğimiz zaman, bunun perdede izleyiciye saçmasapan bir düzensizlikte görüneceği açıktır. İzleyiciyi etkilemek, bu birleştirmenin düzen ve tartımını doğru olarak bulmaktır. Çevrim sırasında kameranın konumunu belirlediği ve her çekimin uzunluğunu önceden saptadığı için yönetmen, bakışlarını hareketin bir ögesinden diğerine doğru durmaksızın çeviren bir gözlemciyle karşılaştırılabilir. Elbette ki bu gözlemcinin, duygusal yönden uyuşuk

olması gerektirmektedir. Gözlemci, "önündeki sahneyle ne kadar derinden heyecanlanırsa, dikkati bir noktadan ötekine o kadar hızlı ve ani atlayacaktır. (Otomobil kazası örneği). Hareketi ne kadar ilgisiz ve uyuşuk olarak gözetirse, dikkat noktalarının değişmesi dolayısıyla kameranın yerleştirilmesi o kadar sakin ve yavaş olacaktır. Heyecanın, kurgunun özel ritmiyle verilebileceği su götürmez" (15).

Hareket Algısı ve Filmik Hareket

Gözlerimiz aracılığıyla görünen tüm evren sinema sanatıyla uğraşan ve özellikle de bu sanat dalının görsel kolu ile uğraşan (Yönetmen, kameraman - görüntü yönetmeni) kişilerin egemenliği altındadır. Küçük ya da büyük olsun kameramanın kamerası ile kavrayamayacağı hiçbir nesne yoktur. Çok büyük nesnelere, görüntü alanının içinde tam olarak yer alana dek kamera geriye çekilebilir ya da, çok küçük nesnelere yeterli derecede büyüene dek belki de bir mikroskopun yardımıyla kameranın görüntü alanının içine yerleştirilebilir. Bu işlemi yapmanın amacı yeryüzündeki herşeyi kendi doğal yerlerinde sınırlamak değil, duyarlılık üzerinde birer görüntülerini saptamak ya da gerçekte birbirlerinden çok uzakta ve birbirlerinden bağımsız olmalarına karşın, onları yan yana getirmektir. Kaydettiği şeyleri olduğu gibi ya da çok yönlü hareketler ve karmaşık çekimler aracılığıyla perdeye yansıtabilir veya en önemli bölümü, perde alanının binde birini hesaplayacak biçimde küçültebilir.

"Bir yönetmen, doğal nesnelere arasında bir seçme yapabilir, onları sonsuz sayılara varabilecek kamera pozisyonlarından ve kamera açılarından görüntüleyebilir. Onları perdede saniyenin yirmidört ya da yirmibeşte biri kadarlık bir sürede tutabildiği gibi, istediği kadar da uzun bir süre tutabilir. Eğer nesnelere hareketli ise, onların hareketlerini hızlandırabilir ya da yavaşlatabilir. Düşünceler, duygular, gerçek varlığı yansıyan ruhbilim, kamera alanı dışındadır. Onlar yalnızca dış aksiyonlarla ifade edilebildiklerinde görüntülenebilirler. Bu nedenle de oyuncular, tıpkı doğal nesnelere gibi fiziksel bir evren içinde yerlerini almalıdırlar" (16).

Derinlik algısının oluşabilmesinin koşulu, bu algının üç boyutlu bir nesne karşısında oluşmasını gerektirmektedir. Gerçekten de, iki

(15) A.g.k., s. 118-119.

(16) RAYMOND SPOTTISWOODE, *A. Grammar of the Film*, University of California Press, Los Angeles, 1973, s. 115.

boyutlu bir resim ya da fotoğrafa baktığımızda derinlik algısının oluşması doğaldır. Zaten, gerçekte iki boyutlu olan bu nesnelerin varlığını iki boyutlu olarak algılamış olsaydık, böyle bir durumda sinemayı da iki boyutlu olarak algılayacak ve gerçeklik etkisinden hemen soyutlanmış olacaktık. Çoğu kez iki boyutlu olan nesnelere üç boyutlu imiş gibi algılamamızın nedeni birden çok etmene dayanmaktadır. Ancak, yine de en önemli etken, daha önce edinilmiş olan görsel etmenlere bağlı birtakım kuralların varlığıdır.

Günlük yaşantımızda çevremizdeki nesnelerin önünü kapatan başka nesnelerin bize daha yakın olduklarını öğrenmişizdir. Bize yakın olan nesne, aynı bakış doğrultusunda başka nesnelerin önünü kapatmaktadır.

Genel olarak bize yakın olan nesnelere, bizden uzakta olan nesnelere oranla daha parlak görür, o nesnede varolan ayrıntıları uzakta olan nesnelere oranla daha iyi ayırırız. Yani bir nesnenin üzerindeki ışık ve gölgelerin dağılımı derinlik algısına yol açmaktadır.

Birbirine koşut çizgiler bizden uzaklaştıkça birleşiyormuş gibi görünürler. Aynı şekilde nesnelere de bizden uzaklaştıkça görme alanında, dolayısıyla ağ tabaka üzerinde kapladıkları yer küçülmektedir. Bir uzay içinde devinen nesnelere de derinliğin algılanmasında bizlere yardımcı olan etmen niteliğindedir. Kendisi hareketsiz olarak hareket eden nesnelere ise daha uzakta imiş gibi algılama eğilimindedir.

Gözlerimiz fizik yapısı ve çalışma yöntemi de derinlik, uzaklık ve üç boyutlu görmeye yardımcıdır. Her iki gözümüzün merceği de yakında bulunan bir nesneye bakarken nesneyi en iyi görme noktası olan sarı nokta üzerine düşürmeye çabalar. Göz merceğinin kenarlarında bulunan kaslar aracılığı ile bu işlem gerçekleştirilir. Göz uyumu yoluyla, insanın ancak gözümüzden 1,5 metre uzaklıkta bulunan nesnelerin uzaklık ya da duyularını alabilmekte olduğu sanılmaktadır. 15 metreden giderek bakan kişiye doğru yaklaşan nesnelere bakarken, iki gözün bakış doğrultusunda birbirine doğru bir yaklaşma başlar. Gerek göz uyumu, gerekse de gözlerimizin bakış durumunda birbirine yaklaşması, yani, göz merceğinin ayarlanması yoluyla seçiklik düzeltmesinin yapılmasının uzaklık ve derinliğin algı sistemimizde önemli rol oynadığı bilinmektedir.

a. Hareket Algısı

Hareket algısı, gözlediğimiz nesnenin konumunda bir süre içinde olan değişikliklerin kavranmasıdır. Gerçek hareket algısının biyolojik temeli şöyle açıklanmaktadır. "Görme anında hareket eden bir nesneden gelen uyarıcılar gözün duyarlı ağ tabakasında birbiri ardısıra, bir dizi halinde uyarmakta, bu uyarıların beynimize ulaşması ile hareket algısı meydana gelmektedir. Sinema perdesi üzerinde gerçek bir hareket yoktur, perdeye birbiri ardına duruk görüntüler yansıtılmaktadır ve böylelikle bir hareket algısı meydana gelmektedir. Buna "stroboskopik" hareket adı verilmektedir" (17).

Görme eyleminin, gözlerimizin fizyolojik özelliklerine bağlı olarak gelişen zihinsel bir süreç olması, doğal olarak bizleri bu zihinsel süreci etkileyen ve yönlendiren algı ve dikkatin dış etmenler olarak belirleneceği; a) Uyarıların yoğunluk ve büyüklüğü, b) Yineleme, c) Ani değişiklikler ve d) Hareketler ile; iç etmenler diyebileceğimiz kişisel özellikler ile belirlendiği gerçeğine götürmektedir.

İzleyici, günlük yaşamı sırasında devinen çevre içindeki dikkatini, yukarıda saydığımız özelliklere bağlı olarak nesne ve nesne toplulukları üzerinde gezindirir. Ancak, sinemada artık "aktif" bir izleyici olarak gözlerini yalnızca perde üzerine odaklar. Bu bir sinema yönetmenine verilecek en büyük şanstır.

İzleyici, yalnızca kameranın bir nesneyi nasıl çektiğine bakmaz, bundan fazla olarak; seyirci olaya kameranın gözü olarak bakar. O, içinde bulunulan ortamın yapısını, özelliklerini yakalamak ve olduğundan başka türlü bir yapıya koyarak gerekli duygusal ortamın sağlanması amacını güder (18).

Yaratılan bu ortam herhangi bir şeyi karakterize etmekle kalmaz ve bir tanımlama ile son bulmaz. Bunlardan başka, izleyicinin olay ve olayın akışı ile iç içe yaşıyor muşcasına bütünleşebilmesini sağlar, hatta bu yolla film kahramanlarının kimlik ve kişilik çözümlerini de ortaya koyar. Yaratılan bu ortam izleyiciyi, kahramanın gözü ile içinde bulunulan mekana derinlemesine bakmasını sağlayarak, kendisini kahramanla özleştirir.

(17) FERİHA BAYMUR, **Genel Psikoloji**, İnkılap ve Aka Yay., İstanbul, 1978, s. 45.

(18) HILMAR MEHNERT, A.g.k., s. 50.

b. Filmik Hareket

Hareketin sözcük anlamı; yer ya da pozisyon değiştirmedir. Bununla üç temel nokta anlatılmak istenir. İlk nokta yer ya da pozisyon değiştirme işlemidir. Yer ya da pozisyonda ortaya çıkan küçük bir değişim, mekansal ilişkilerde de bir değişimi ifade etmektedir.

İkinci nokta; hareketin algılanması anımsamayı gerektirir. şu andaki pozisyonu anlayabilmek için pozisyonun daha önceki yerinin hatırlanması zorunludur. Bir ağacın gölgesi, toprağa saplanmış bir çubun yere düşen gölgesi, güneşin gökyüzündeki yavaş hareketini göstermekte yardımcı bir yöntem olarak kullanılabilir.

Hareketin ifade ifade ettiği üçüncü nokta ise zamandır. Bazı hareketler hızlı, bazı hareketler ise yavaştır. Eğer hareketli nesnelere yakınsa hareketin hızı abartılı ve vurguludur. Hareketin izlediği yol bakış alanı içinde enine doğru oluşuyorsa hareketin algılanması daha da kolaylaşacaktır.

Hareketin hızını, çevresinin alanının boyutu belirler. Bir kişinin elinin, bir bardağı kaldırarak ağzına götürmesi, çok yakın bir çekim ölçeğinde görüntülenmek istendiğinde yalnızca normal bir hız etkisi elde edebilmek için, elin normal hıza oranla çok daha yavaş hareket etmesi gerekecektir.

Enine hareket, kameraya doğru ya da kameradan ileriye doğru yapılan harekete göre daha açık ve çabuk algılanır. Nesne bakış alanı içinde enine doğru hareket ettirildiğinde diğer nesnelere geçerken görülmesi daha kolaydır. Böyle bir yönde yapılan bu hareketin hızının belirlenmesi iyi bir göstergedir.

"Hareket, bakış açısı içinde dikey olduğunda, kameraya doğru ya da kameradan uzaklara doğru olduğunda bir değişme görülür. Yaklaşan nesnelere giderek büyür, uzaklaşan nesnelere giderek küçülür. Mercek ya da göz bakış alanının zirvesi gibidir. Dışa doğru bakıldığında gözün ya da merceğin bakış açısı büyür. Uzaktaki nesne alanı içinde küçük bir bölümü kapsar. Böylece nesne yaklaştıkça boyutunda büyüme görülecektir. Uzaklaşırken ise nesne boyut olarak küçülme saptanacaktır. Bu olaya "çizgisel perspektif" adı verilmektedir" (19).

(19) EDMONS, A.g.k., s. 68.

“Yıllar önce Leonardo da Vinci not defterine, dışarıdaki nesnelere çok uzakta olduklarında mavilik arasında kaybolurlar diye yazmıştır. Bugün bu olay “hava perspektifi” olarak kavramlaştırılmıştır” (20).

Slavko Vorkapich'e göre sinemada hareketin sembolik olarak kullanımı sinemaya önemli anlamlar yüklemektedir. Vorkapich “Hareket izleyicide istemsiz olarak yapılan organsal tepkileri canlandırır ve hareketler farklı tepki çeşitlerini uyandırabilir. Örneğin; yukarıya doğru yapılan hareketler genel olarak güçlü istekleri betimlerler. Aşağıya doğru yapılan hareketler ise, bir tehlikenin varlığını betimlemektedirler. Aynı hareket ağırlığında da sembolüdür. Dairesel olarak yinelenen hareket, neşeli dudakların simgesel ifadesidir. Saat sarkacının oluşturduğu biçimlerdeki gibi hareket, insafsızlık ve monotonluğu simgeler. Diyagonal dinamik hareketler, engelleri aşabilme gücünü sembolize ederler (21).

Vorkapich, her hareketin bir nedeni olması gerektiğini savunur. 1934 yılında Vorkapich “İhtirassız Suç” filminde Cloud Pains'in Margo'yu çekmesiyle başlar. İlk çekim, silahın içine bakan Margo'nun yakın çekimi duruk (still shot) olarak çekmiştir ve böylelikle de ters hareketi elde edebilmiştir. Vorkapich şunu işaret etmektedir; hareketin eksikliği, bir oyuncu için hareketin kendisi kadar önem taşıyabilir, tüm yaşam ise kontrastlıklardan oluşmuştur. Vorkapich bu statik yakın çekimden tabancanın namlusunun yakın çekimine kayar. Böylelikle de göz yakın çekimi perdedeyken tabancanın namlusunu aynı yere yerleştirerek üst üste bindirme olayını başarır. Bir kesme yaparak tekrar göze döner ve bu kez Margo'nun gözünün seğirmesini perdeye yansıtır. Bir sonraki çekim yeniden tabancanın namlusudur, tabancanın ateş alması görsel olarak birkaç hızlı flaşla ifade edilir. Bu çekimlerin uzunluğu yalnızca ikişer karedir, böylelikle de sağlanmak istenen etki görsel olarak sağlanmış olmaktadır.

“Alfred Hitchcock'un “Yalnız Kadını Hatırladım” (1937) filminin bir sahnesinde Sylvia Sidney elinde bir mutfak bıçağıyla kocası Oskar Homolke'yi öldürmek üzereyken görünür. Bayan Sidney bıçağı yerinden alırken sahnede tam bir sessizlik vardır. O anda Bayan Sidney

(20) A.g.k.

(21) EZRA GOODMAN, “Movement in Movies”, *American Cinematographer*, New York, 1945, s. 86.

bıçağın elinde olduğunun farkında değildir. Sonradan bıçağın elinde olduğunu farkederek bıçağı elinden bırakır ve bıçak büyük bir gü-rültüyle tabağın üzerine düşer. Burada Hitchcock kamera yönetiminin yanında görkemli bir sonuçla sesi de ustalıkla yönetebilmiştir" (22).

Vorkapich'e göre, "Sanatsal bir çerçeve olarak sinema bazı do-ğal karakteristiklere sahiptir ve sinema diğer sanatsal araçların ya-pamıyacakları bazı şeyleri kolaylıkla gerçekleştirebilir ve sinemanın bugün bile henüz dokunulmamış çok geniş bir alanı bulunmaktadır. Rengin evreni resim dünyası, ses tonunun dünyası müzikte uzman-laşma ve hareketin evreni filmin karakteristiğidir. Tüm filmsel hare-ketler, -kesme, bindirme, harekete yönelik kamera hareketi, yavaş çekim, geriye alma ve daha kameranın yapabileceği birçok şeyler -en karmaşık ve anlaşılması zor olan ruhi durumların derinlemesine araştırılmasında sinema en büyük yardımcısıdır. Ayrıca sinema, yal-nızca fiziksel hareketle de ilgili olmak zorunda da değildir. İnsan ve insana ilişkin oluşumlarda ilgilidir" (23).

Görüntünün yanısıra, hareket hareketli görüntü yapısının en önemli unsurudur. Zaten "perde" aracı da isim olarak bunu vurgula-maktadır. Gerçek yaşamda hareket fiziksel becerilerin yardımıyla ifade edilen eylemler (konuşma, jest, hareket, zaman ve uzayda yer ve durum değiştirme) olarak nitelendirilebilir. Ancak perdede gerçek bir hareket yerine, yalnızca onun görüntüsü yer alır. Bir takım seri ve durağan görüntüler içeren ve bu görüntülerin sürekli olarak yer ve konum değiştirdiği bir film şeridi film gösterim gereci önünden hızla geçerken, perdede sürekli, kesiksiz bir görsel etki bırakır. Bu da, insan gözünün aldığı görsel etkiyi, başka bir görsel etki gelince-ye değin koruyabilme yeteneğinden ileriye gelir.

Hareketli olsun durağan olsun bir nesne hareket halindeki ka-meraya görüntülendiğinde, izleyici halihazırda kandisini kameranın temsil ettiği bir bakaç (vizör) olarak görecektir. Görüntülenen eylem ile hareket ederek, onu izleyerek, yanına gelecek ya da ondan uzak-laşacak, izleyiciyi başarılı hareket basamakları aracılığıyla perde ol-gusunun tam merkezine yönlendirilir.

Hareket eden bir kamera tarafsız bir görüş açısını betimlediğin-de ve tümüyle olan olayları görüntülediğinde, izleyici **ilişkisiz** bir

(22) A.g.k., s. 86-87.

(23) A.g.k., s. 88.

gözlemci olarak kalır. Ancak, hareketli bir kamera objektifini, perde-deki karakterin görüş açısını tahmin ederek konumlanır ve izleyici de onunla doğrudan **özdeşleşir**. Görüntülenen şey, karakterin kendisine olan etkiye karşı tepki olarak görülür. Hareket eden kamera özel bir görüş açısı alır ve oyuncunun fiziksel ve duygusal durumunu ifade eder, onun görüp duyumsadığı yeniden izleyiciye iletir: baygınlık, sarhoşluk, terör vb. izleyiciye kolay iletilen duyumlardır.

Kurgu sonucu ulaşılmaya çalışılan hareketin elde edilebilmesi her zaman zordur. Öte yandan, bu hareket, tümüyle görsel ve işitsel öğelerin ilişkilerinden oluştuğu için beğeni ile karşılanması gerekli bir iştir. Sessiz film yönetmenleri için, bu teknik, belkide beyazperdenin sunabileceği en geniş olanaktır. Teknik olarak bu tür bir hareket, yalnızca bir kamera açısından diğerine kameranın konumunu değiştirerek, bir hareket duyumunu elde edilerek başarılabilir.

Bu tür bir hareketle, çekimler olabildiğince önceden belirlenmelidir. Böylece izleyici hem görsel, hem de işitsel yönden olumlu bir biçimde yönlendirmek mümkün olabilecektir. İzleyici her iki duyu organını (göz ve kulaklarını) ve beynini bu belirli şekilde önceden düşünülerek saptanmış, düzenlenmiş ve gerçekleştirilmiş sıralı çekimlerle işletir. Burada bir tür hareket duyumunu çekim içindeki mizansen kompozisyonundan çıkartılabilir ya da bu hareket duyumunu insan ya da görüntü içindeki nesnelere hareketinden görsel veya optik yollarla elde edilebilir. Öte yandan, aynı hareket duyumunu bu faktörlerin düzenlenmelerinden, çekimleri görsel ve/veya işitsel olarak hareketli bir süreklilikle birleştirici anlamda da elde edilebilir.

Bu türde bir sıra değişiklikler aracılığı ile elde edilen hareket, türlü derecelerde gerilimin toplanmasına neden olacaktır. Bu da pek çok tartımlar (ritimler) üreten bir dinamizmi sağlayacaktır. Hareketli görüntü plastik bir sanat olduğundan, hareketlerin çözümlenmesinden elde edilen tartımsal düzen ve boyutları, bir filme canlılık, form ve stil getiren fiziki ve duygusal uyum ekler.

Bir filmdeki en heyecanlı şey harekettir. Perdede ve karanlık bir salon ortamında, görüntülerin ritmik ve canlı bir şekilde sürekli değişimleri. Bir izleyicinin fantazileri ile üretilebileceği her yönüyle sağlanabilir. Gözlerimizin önünde çoğu kez herşey sürekli olarak hareket ederek, çoğu kez kendilerini bu hareket içinde ifade eder. Şekillerin soyut ya da gerçek haldeki eylemleri iletişimin yetkin derinlik ve düzeyine sahip olabilir. -Kedinin kuyruk sallamasından, dünyanın dönüşüne kadar -.

“Perdede, bitişik konumda bulunan nesnelere beraberce dikkat çekerler. Çünkü perdede herşey bir tek karede kavranır. Her form ve çizgi görsel açıdan eşit öneme sahiptir. Bu durumun nedeniyle, gerçek yaşamda bir durumun gözlenmesiyle, bir film görüntüsünün “anlaşılabilirlik” açısından izleyeni farklı sonuçlara götürür” (24).

“**Bakmak** zihinsel bir işlemdir, **görmek** ise gözün fizyolojisi ile ilgilidir; “görmek, uzun süre “bakmaya” bağlı kalmaz, Gerçek yaşamımızda da hemen her zaman olduğu gibi bakma ile gerçekleşen seçicilik, uzun süre görmenin seçicilikten yoksun doğasını etkilemez” (25).

(24) EDMONDS, A.g.k., s. 35.

(25) EDMONDS, A.g.k., s. 36.

ETKİLEŞİMLİ VİDEODAN ETKİLEŞİMLİ TV YAYINCILIĞINA

Etkileşimli video nedir?

Yrd. Doç. Dr. AHMET DURMAZ

Etkileşimli video nedir? Bu sorunun çok sık tekrarlandığı günümüzde konuya TV yayıncılığı, eğitim programcılığı ve Türkiye'deki muhtemel uygulamaları açısından bakabiliriz. Etkileşimli video (interactive video) sözcüğü insan ve bilgisayar arasındaki iki yönlü etkileşimin, yayın teknolojisi ya da video araçları ile yapılması olarak tanımlanabilir. Bu tanım iki değişik açıdan ele alınabilir. İlki, her etkileşimli sistemin kalbi, motoru gibi işleyen bilgisayardır. Bütün etkileşimli sistemler mikroişlemci donanımı ve yazılımı etrafında geliştirilmiştir. İkincisi, etkileşimli sistemler, video göstericileri (ekran) ve video yayıncılığının iletim kanallarıyla tanımlandığından televizyon, videolardan çok daha geniş bir alana yayılır. Telefon da bu iletim kanallarının içindedir. Çünkü, telefon hatları özel etkileşimli amaçlar için sınırlı veri ve video (her çeşit görüntü) iletimini kurabilmektedir. Bu nedenle telefon da etkileşimli video teknolojisi iletim ağlarından sayılır.

İlk zamanlar etkileşimli video sisteminin geliştirilme nedenlerinden en önemli olanı, tüketici piyasasının genişletilmesi ve izleyicileri en zahmetsiz şekilde (telefon ve televizyon aracılığıyla) tüketim katkısında bulunabilmelerini sağlamaktır. Etkileşimli video, hem görüntü yayıncılık kanallarını kullanması, hem de ekranda izlenebil-

mesi dolayısıyla, etkileşime yönelik programlar ve servislerindeki değişikliklerle kendi amacına uygun hale getirilebilir. Bunlar arasında pasif ve sınırlı sistemler (güvenlik sistemleri) olduğu gibi, çok geniş alanlara yayılabilen karmaşık bilgi dağıtım servisleri de bulunmaktadır. Bunlara ek olarak, iletişim, bilgi eğlence, oyun, toplumsal olaylar, toplum yaşantısı, mali, ekonomik alanlarda potansiyel, etkileşimli video ihtiyacını karşılayan firmalar servisler bulunmaktadır. Bu firma ve servisler alanın genişleyeceğini, potansiyelin çok büyük olduğunu, elektronik medyanın gelişimine bağlı olarak büyüyeceğini belirtmektedirler (1).

The Oxford English Dictionary geçişsiz fiil olan «to interact»i şöyle tanımlar: «karşılıklı hareket etme, birbirini etkileme.» Bu kısa ve net tanım belki de günümüzde anlaşılması zor, gelişmekte olan insan ile mikroişlemci arasındaki etkileşimi anlamaya yardımcı olacaktır.

Geleneksel teoriye göre bilgisayar ve diğer yeni elektronik teknolojiler, güçlü patron olan insanoğlunun elinde bir araç olsa da, değişen ve gelişen okul görüşü insan ile makine arasındaki etkileşime teoriden çok pratik açıdan bakmaktadır. Bu ilişkiye hem duygusal hem de bilimsel anlamda bakıldığında, bulunanlar, bu ilişkiye sadece kullanıcı ve alet (araç) diye bakıldığında bulunanlardan daha karmaşık bir yapıdadır. Burada kişinin zekası ile bilgisayarın mikrodevreleri (microcircuitry) arasında bir etkileşim vardır. Her ne kadar zeka ile bu derece ilintili olmasa da insanoğlu her zaman kullandığı araçlarla çok yakın ilişkide olmuştur. Bilgisayarın insanlar ve kullandıkları aletlerle olan ilişkisini değiştirdiğini kimse inkar edemez, fakat bu yeni ilişkinin özü nedir? Etkileşimin doğal durumu nasıldır?

Gün geçtikçe çoğalan bir sahne hayal edin: Ofiste veya evde TV ekranı (display) önünde oturan bir insan. Elinde bir soru, bir problem veya bir ödev var. Soruyu sorar, problemin ana hatlarını çıkarır veya ödevin taslağını çizer. Birkaç saniye içinde, bilgisayar soruyu cevaplar, problemi çözer veya ödevi hazırlar. İşte bu insan ile makine arasındaki etkileşimdir. Kişi, parametreleri ortaya koyar ve bilgisayar bu parametreler dahilinde işlem yapar. Fakat iş henüz bitmemiştir. Her çözüm yeni bir problem, her cevap yeni bir soru doğurur. Bu örnekte tek öğrenen insan değildir. Makina da öğrenmektedir.

(1) Hoyt, R. Hilsman, **The New Electronic Media**, s. 60.

İnsan teorik yargılar ortaya koyarken makina nicel anlamda öğrenmektedir, fakat yine de bu bir karşılıklı öğrenmedir.

Özetle, o kadar hızlı öğreniyoruz ki, biz ve bilgisayarlarımız karşılıklı hareket edebiliyor, fakat, halen bu etkileşimin özünü veya zihinsel ya da duygusal olarak bizi nereye kadar götürebileceğini tam olarak anlayamadık. Tek bildiğimiz, etkileşimin varlığı ve yaşantımızı kökünden değiştirecektir.

Etkileşimli video programları ve servislerin ana hedeflerinden biri tüketici piyasasıdır. Hemen hemen her evde bulunan televizyon ve telefon teknolojisi ile, etkileşimli video endüstrisinin amacı, bu teknolojileri kullanarak tüketicileri, tele alışverişten bilgi girişine (information) kadar herşey için daha karmaşık (sophisticated) etkileşimli servisleri kullanmaya özendirmeştir.

Tüketici piyasasındaki ekonomik sıkıntılar tüketicinin ucuz, esnek ve güvenilir sistemler istemesi, etkileşimli servislerin detaylı sınırlarını etkilemektedir. Bütün bu sınırlamalara rağmen, bilgisayar her türde daha karmaşık yapıda etkileşimli sistemlerin tüketici evlerine girişine imkan sağlamaktadır.

Etkileşimli servislerle ilgili testler, programın içeriğinin eski modası geçmiş bile olsa, tüketicinin bu etkileşimli formata ilgi duyduğunu göstermektedir. Örneğin, basit etkileşimli formata sahip test yayınındaki bir yerel televizyon istasyonundaki çalışmalar, etkileşimin kendi başına daha büyük bir izleyici kitlesi oluşturmasıyla sonuçlandığı bilinmektedir.

Etkileşimli video endüstrisinin yapmayı önerdiği, normal bir vatandaşın bilgi çağının bir parçası olarak yaşantısını değiştirmektir. Gazete okuma, manavdan alışveriş yapma veya ofise gitme; etkileşimli video bu geleneksel işlerin yerini almasa da bu işlere yeni boyutlar kazandırarak yaşantımızı değiştirebilir.

Tüketiciler, etkileşimli video ile birleştirilmiş bazı yeni servislerin varlığının farkına vardılar. Tipik tüketici hareketi ahlâki hor görmeyi de içine alan bir ikaz gibi ortaya çıkar. Tüketiciler yeni teknolojileri denemeye ve onlar hakkında birşey öğrenmeye hevesli olsalar da, vaad edilenleri vermeyebilecek olan yeni servislere güçlüklerle kazandıkları parayı yatırmak istemezler. Eğer yeni servisler bilinen ihtiyaçları karşılamada yetersiz ise bu isteksizlik bir anlamda doğrudur (2).

(2) Hoyt, R. Hillsman, **The New Electronic Media**, s. 62.

Etkileşimli Video Uygulama Alanları

Etkileşimli video programcılığı için düşünülenlerin çoğu henüz gerçekleştirilmemekle birlikte iş, eğlence ve eğitim alanında büyük ekonomik potansiyele sahiptirler. Bu nedenle etkileşimli video hareketinin küçük bir bölümü için önemli televizyon şebekeleri (networks), kablo TV yayıncıları, ses, görüntü ve veri (data) yayıncılık şirketleri ve elektronik iletişim devleri arasında bir yarış başladı. Öncelikle deneme amaçlı birkaç tane etkileşimli video servisleri işletmeye açıldı.

Etkileşimli Güvenlik ve İzleme Sistemleri

Tüketici etkileşimli servislerin en basiti ve en pratik uygulamasını, evlerdeki güvenlik, yangın, enerji tüketimi ve tıbbi alarm konulu izleme servisleri oluşturmaktadır. Evlere karşı düzenlenen hırsızlığın artması, devamlı yangın korkusuna bağlı videotext güvenlik ve yangın izleme sistemleri tüketici piyasasında yer almıştır. Genellikle bir kablolu televizyon şebekesi aracılığıyla çalışan bu izleme sistemleri, pasif olduğundan ve ev sahibi tarafından yapılacak bir harekete gerek duyulmadığından piyasadaki en ucuz ve tesisatın kurulmasının en kolay olduğu etkileşimli video sistemleridir ve ev sahiplerinin en çok ihtiyacı duyduğu, huzuru sağlamaktadır.

Amerika'da, bugün yaklaşık bir milyon evde etkileşimli izleme sistemleri bulunmaktadır. Önceleri, ev güvenliği ve yangın belirleme sistemleri yerinde alarm çalması veya yerel polise, koruma görevlilerine sinyal gönderme gibi değişik alarm araçları kullanılmakta idi. Bu tür alarmlar gün geçtikçe artan bir sayıyla ya sinyalleri ileten kablolu televizyon hatları ile ya da alarmı sayısal çevirme kullanarak ileten telefon hattı ile merkezi izleme istasyonuna bağlanmaktadır.

Güvenlik endüstrisindeki uzaktan kumandalı alarmlarda ev sahipleri alarmın doğrudan yerel polise veya merkez istasyona gitme fikrinden hoşlandılar ve uzaktan alarm sinyallerini tercih etmeye başladılar. Hırsız alarmı ya otomatik sayısal arayıcı sayesinde merkez istasyona ulaşabilmekte ya da polis veya itfaiye ile bağlantı kurabilmektedir. Tele sekreter olarak da kullanılan otomatik arayıcı bir kere programlanmış numaraya ulaştığında kaydedilmiş mesajı tekrar tekrar okur.

Kablolu izleme sistemlerinin (cable-based monitoring systems) çıkışı ile birlikte, bir çok ev sahibi, eski telefon teknolojisinden daha fazla imkan sunan kablolu izlemenin bazı formlarını tercih etmeye başladılar. Bir kablolu televizyon sistemi, bütün kablo üyelerinin evlerini birkaç saniyede bir gözden geçiren ve muhtemel alarmları ortaya çıkartan bilgisayarla donatılmıştır. Bu sistemlerde kablo operatörleri için pahalı teçhizata ihtiyaç olsada, üyelere gerekli teçhizat çok basittir, bu da mikroişlemci temelli alarm donanımına bağlı standart kablo terminalidir.

Yangın ve güvenlik izleme sistemlerinin yanısıra, ev video teknolojisi, izlemenin diğer türlerini de önermektedir. En önemlilerinden birisi de, tıbbi alarm sistemi (medical alert system) dir. Hasta, alarm kesildiğinde merkez istasyonu harekete geçirecek bir tıbbi alarm aletine bağlanır. Diğer izleme sistemi evlerdeki enerji tasarrufunu sağlar. Bu tür sistemler evin ısını, havalandırmasını ve diğer enerji sistemlerini otomatikman izleyerek ısıyı ayarlar ve maksimum enerji verimi için diğer kontrolleri yapar (3).

Doğrudan Görüntülü Pazarlama (Direct Video Marketing)

Televizyon mal ve servis satışlarında çok güçlü bir araç olduğunu kanıtlamıştır. Broşür veya gazete reklamı ne kadar gösterişli olursa olsun, bir telefonla satış ne kadar ikna edici olursa olsun hiçbirini iyi bir TV reklamı (video commercial) ile karşılaştırılamaz. Ev-video endüstrisi televizyonun ikna edici gücünden yararlanmaya ve bu yeni teknolojilerin etkileşimli kapasiteleri ile birleştirmeye başlamaktadır. Etkileşimli tuş takımı (Interactive keypad) ya da terminal ile TV ekranları kullanarak, tüketiciler doğrudan ürünleri sipariş edebileceklerdir. Satış gücünün yanısıra, ev videosu'nun piyasa araştırması ve potansiyel tüketiciyi hedefleme gibi avantajları da bulunmakta. Sınırlı yayın (narrowcasting) ve etkileşimli çevre ile video satıcıları, normal şebeke televizyon reklamcılarının izleyicileri hakkında öğrendiklerinden daha fazlasını öğrenebilecekler. Anket ve piyasa araştırması düzenleyicileri; örneğin Arbitron Inc. ve A.C. Nielsen Inc., kablo televizyon ve etkileşimi video pazarlaması için özel araçlar geliştirmede reklamcılık endüstrisine yardım etmektedir (4).

(3) Hoyt, R. Hilsman, **The New Electronic Media**, s. 63.

(4) Hoyt, R. Hilsman, **The New Electronic Media**, s. 64.

Video pazarlama servisleri iki çeşittir. Bilgilendirici ve bilgilendirirken anında işlem yaptırabilen servisler. Bilgilendiren servisler, ürün hakkındaki bilgiyi video ürün ekranına, fiyat listesi ve diğer bilgilerle birlikte sağlamaya odaklanır. İşlem yaptırabilen (etkileşimli) servisler ürün hakkındaki bilgiyi sağlamakla birlikte izleyiciye anında ister ev-video tuş takımı ile ister telefon ile ürünü sipariş etme imkanı verir.

Tele Alış-Veriş

Bilginin iki yönlü akışı için video teknolojisi kullanılmakta, video sinyallerinin tüketiciye (downstream) iletimi için kablo şebekeleri kullanılırken, tüketicinin ürün siparişi için kullandığı iletim şekli telefon hatlarıdır. Deneme safhasındaki servislerin gerçekte önemi tele alış-verişin pazarlanmasıdır. Operatörler, bilgisayar teknolojisi ve yeni teknikler kullanarak geleneksel doğrudan pazarlama tekniklerini telekomünikasyona uyarlama zorunluluğunun farkına vardılar. Buna benzer servislerin yüksek teknoloji formatı geleneksel doğrudan pazarlama uygulamasının temel kurallarına sahiptir. Tele alış-veriş denemeleri, birkaç değişik medyada farklı formatlarda ortaya çıktı. Bunlardan bazıları aşağıdadır (5).

- Kablo veya yayın-temelli tüketici programları, sipariş için ücretsiz telefon hattı (toll-free telephone number) kullanılmakta,
- Kablo şebekeleri (cable-networks) üzerinden yayın yapan tamamıyla etkileşimli video alış-veriş şebekeleri,
- Sipariş için telefon veya yazılı formatları kullanan kablolu alış-veriş şebekeleri (cable-based shopping networks),
- Kablo yayınıyla ulaştırılan teletext bilgilendirme alış-veriş kanalları,
- Kişisel bilgisayarlarla etkileşimde olduğu ve tümüyle telefonun kullanıldığı alış-veriş servisleri.

Tele Bankacılık

Günümüzde, kablo TV işletmecileri, bankalar, satıcılar, yayıncılar ve etkileşimli videonun ilk zamanlarında bu işe girmesiyle ilgi-

(5) Hoyt, R. Hilsman, *The New Electronic Media*, s. 65.

lenen diğer kuruluşların bir çoğu ile ya tam gün ya da deneme yayını ile birkaç servis başlatılmıştır. Başlatılan bu servisler genellikle bankacılık veya tele-alışveriş üzerindedir. Bankaların birkaçı, telefon teknolojisi kullanarak veya müşterilerine bankacılık hizmetleri sunmak için kablolu yayın yapan kuruluşlarla ortaklık kurarak evde bankacılık servislerini başlattılar. Hem büyük ulusal bankacılık tesisi hem de daha küçük bölgesel tesislere sahip bankalar bu transacti-onal (işlem yapabilen) servisleri elde etmeye çalışmaktadırlar.

Tele bankacılık denemelerinin finansal desteği, etkileşimli video servislerinin yayılmasında rolü olan Warner Communications ve Cox Communications gibi önemli kablo yayın işletmeleri tarafından karşılanmakta. Bazı yerel satıcılar tele alış-veriş denemelerine yerel kablo servislerin bir parçası olarak katıldı. Sonuçta Comp-U-Card gibi ulusal servisler telefon teknolojisini, kişisel bilgisayar teknolo-jisi ile birleştirerek sipariş ve alış-veriş olayını merkezleştirmek amacıyla kullanmaktadır.

Tam anlamıyla etkileşimli olmasa da, kablo ve uydu sis-temli birkaç alış-veriş kanalı ve programları ürünün gösterimi ve tanıtımını ücretsiz telefon servisi (toll-free number) ile ısmarlama imkanı sunmakta. Bu tür servisler geleneksel televizyon tüketicisi programcılığına benzese de etkileşimli videonun programcılığında önemlidir. Ürünün tanıtımı konusunda özellikle durulmasının sebebi de gelecekte daha çok etkileşimli bir yapıya sahip olacak olan kablo programları ve servislerinin temelini oluşturacak olmasıdır (6).

Uzaktan kumandalı müşteri terminaleri veya otomatik vezne ma-kinaları (ATM)'nin gelişi ile günümüzde bankacılık endüstrisi daha ucuza mal olan yapı ve eleman ihtiyacıyla, masrafsız ve etkili bir şekilde genişleyebilecek. Bu eğilim müşterinin evine kadar elektro-nik bankacılık servislerinin sunulduğu tele-bankacılık ile devam et-melidir. Düzinelerce tele-bankacılık servisleri halen, Amerika'da faa-liyettedir.

Tele-bankacılık denemeleri artışının ve bu servislerin erken ge-lişiminin bir nedeni de finans dünyasındaki telekomünikasyon uzman-larının çok kaliteli oluşudur. On yılı aşkın bir zamandır telekomüni-kasyon ve bilgisayar sistemlerini yaygın olarak kullanan finansal ku-ruluşlar bu sistemleri ev-bankacılığı alanına sokmakta deneyimliler.

(6) Hoyt, R. Hilsman, **The New Electronic Media**, s. 66.

Deneyimin yanısıra, bu maliyeti yüksek servisleri geliştirmek için yeterli mali kaynağa da sahiptirler. Bu faktörler, özellikle büyük servis holdinglerini, etkileşimli işlem alanında, buna küçük kuruluşlarla tele-alışveriş konusunda yapılan ortaklıklar da dahil, çok güçlü bir pozisyona getirmektedir. Şurası bir gerçek ki, geleceğin etkileşimli işlem servisleri, bilgi servislerinin alanını genişletmek için birkaç perakende satış, finansal ve diğer etkileşimli bölgeleri birleştirecek. Bu servisler, deneme, test ve pazarlama alanında yüklü bir yatırım gerektirmektedir (7).

Bu servisler için teknoloji seçimi de, özellikle tele-bankacılıkta, başka bir konudur. Büyük bankalar etkileşimli servisler için telefon teknolojisine güvenmekte. Bunun nedenlerinden biri, telefon teknolojisinin anında kurulabilmesinin çok kolay oluşu ve başlangıç için çok pahalı olmayışıdır. Kablo teknolojisine gelince bankacılar için önemli bir diğer konu da güveniliktir. Aslında, bir kablo sistem yaklaşık 10.000 üyesi ile büyük bir halkadır. Teoride, herhangi bir kablo üyesi (cable subscriber) bu ortak hat (party-line) yoluyla gelen bilgiyi video kasete kaydedebilir ve uygun teçhizat ve uzman eleman ile sinyalleri deşifre edebilir. Telefon hatları en zor kaçak bağlantı kurulabilen hatlardır. Hattın her iki ucunda bilgiler şifrelenebilir. Kablo endüstrisindeki uzmanlar bu kablo şebekelerin güvenliği konusunda eminler fakat, bankacılar henüz gelişmenin çok başında bunu göze almak istemiyorlar. Gizlilik ve güvenlik işleri çözümlendiği gibi etkileşimli video Amerikan evlerine akın akın girecek ve bankacılık kuruluşları şüphesiz karma, kablo-telefon veya tümü kablo servisler kullanabilecektir (8).

Tele Alış-Veriş Reklamcılığı

Genel anlamda yeni elektronik medya, özellikle de kablo televizyonun gelişiminde reklamdan beklenilenden büyük önem kazandı. Pahalı ürün ve servislere olan tüketici talebi, kablo TV işletmecileri ve programlama servisleri, reklam gelirlerini arttırmak anlamına gelmektedir. Endüstride yapılan hesaplarda, 1990'lı yılların başına kadar, kablo endüstrisindeki reklamcılık gelirlerinin yaklaşık, 3 milyar Amerikan Doları'na yükseleceği gösterilmektedir (9). Kablo reklam

(7) Hoyt, R. Hilsman, **The New Electronic Media**, s. 68.

(8) Hoyt, R. Hilsman, **The New Electronic Media**, s. 72.

(9) Hoyt, R. Hilsman, **The New Electronic Media**, s. 73.

cılığındaki büyümenin etkileşimli video için anlamı nedir? Başlangıçta, reklam ajansları ile önceleri yeni elektronik medyanın reklamında gönülsüz olan müşteriler arasındaki buzları çözer. Müşterideki bu isteksizlik sadece tutuculuk veya tedbirli davranışa bağlı değildir. Kablo-televizyonun yarattığı yeni izleme modelleri ile reklamcılara yaptıkları reklamları, kimin, ne sıklıkla izlediklerini belirlemede daha kolaylık sağlamaktadır. Son günlerde geliştirilen piyasa araştırma teknikleri ile kablo-televizyon izleme oranı anında belirlenebilmektedir.

Reklamcılık endüstrisi, ticari mesajlarının içeriğini ve şeklini değiştirerek yeni kablo-medyalara uygun hale getirdi. 30 ya da 60 saniye yayın televizyon formatları kullanmak yerine, reklamcılar kablo yayıncılığı için daha uzun, bilgilendiren ticari reklamlar geliştirdi. Bunlara «informercials» (information-commercial) adı verildi ve yaklaşık 30 dakika sürenleri bulunabilmektedir. Bu informercials ürünün tanımı ve gösteriminin geniş kapsamlı bir şeklini alır ve geleneksel televizyon reklamcılığından çok daha fazla etki yaptığı kanıtlanmıştır. Aslında informercials sponsorluk veya kurallara uygun kablo programcılığı üreten satıcılar için bilgilendiren programlama servislerinin başlangıcıdır.

Reklam ajansları ve satıcıların çoğu, henüz bu yeni teknolojinin avantajlarını kullanamamakla birlikte reklamcılarının kablo-programcılığına yaptığı akın ve özellikle informercials gibi yeni formatlarla yaptıkları deneyler, gelecekte yeni satış tekniklerine açık olduklarının bir işaretidir (10).

Etkileşimli Eğlence ve Eğitim

Bugüne kadar tartışılan etkileşimli video uygulamalarının bir çoğu evdeki televizyon setinin geleneksel işlevleri, eğlendirme ve eğitimin dışına çıkmaktadır. Etkileşimli eğlence ve eğitim programları geleceğin etkileşimli videosunda önemli bir rol oynayacaktır.

Etkileşimli eğlence programları iki bölümde incelenebilir. İki, tam ticari gelişme halindeki video oyunları ve ücretli izleme (izleme başına ödemeli TV sistemleri) (payper-view) dir. Etkileşimliği az olan bu servisler ticari anlamda geçerlidir. Ama ücretli izleme

(10) Hoyt, R. Hilsman, *The New Electronic Media*, s. 74.

(pay-per-view) henüz, video kaset piyasası büyüklüğüne ulaşamamıştır.

Etkileşimli eğlence programcılığın ikinci basamağı, televizyon ekranında, tuş takımı (keypad) vasıtasıyla yoğun izlenme saatinde izleyicinin cevabını anında gösterecek, gerçek etkileşimli programları içermektedir.

Günümüzde pekçok insan için televizyon seti bir eğlence, bir kaçış veya rahatlama kaynağıdır. Bundan dolayı eğlence programları etkileşimli video alanında en etkili taraf olmaya devam edecektir.

Şaşırtıcı ama doğru olan bir gerçek de, tüketicilerin alın-teri ile kazandıkları parayı lüks oyuncaklara harcayacakları ve bunların kendilerine çok yararlı olabileceklerini sonradan keşfedeceklerdir. Başka bir deyişle, tüketici video oyunları ve ücretli izleme (pay-per-view) programlarını tele-bankacılık veya bilgi servislerinden önce seçecektir.

Bugünün dünyasında eğlence için ayrılan zaman ve harcamalar hiç de küçümsenmeyecek büyüklüğe erişmiştir. Amerika'da, 1990 yılında ev-video oyunlarına harcanan miktar 2 milyar Doları'ndan fazladır. Buna ev dışındaki video-oyun merkezleri pazarının geliri dahil değildir (11).

Video ve ücretli izleme, izleyicinin hareketini gerektirdiği video oyunuyla oynama veya ödemeli programı ısmarlamak amacıyla tuş takımı ile (keypad) bilgi girişi için etkileşimli sayılsa da, gerçek anlamda, devamlı karşılık veya izleyiciden merkeze bilgi akışı gerektirdiği için etkileşimli değildir. Etkileşimli oyun şovları ve güncel dizilerden iki-yönlü anketlere kadar daha karmaşık eğlence programları yalnızca test amaçlı olarak yayınlanmaktadır. Bu programlar halen çok ilkel fakat, etkileşimli video eğlence programlarının yeni bir çağının başlangıcını temsil etmektedir. Yalnızca video oyunlarına olan büyük rağbete değil, ayrıca, etkileşimli eğlence programlarının ilk testlerinde de gözlenen bir önemli olay, etkileşimin izleyicinin ilgisini arttırmasıdır. Geleneksel televizyon programlarının doğal pasifliğine alışmış izleyiciler, etkileşimli programdaki rolleri gereği aktif olmalarından etkilenmekte ve sonunda video ekranında neler olup bitiyiyle daha çok ilgilenmeye başlamaktadırlar.

(11) Hoyt, R. Hilsman, *The New Electronic Media*, s. 76.

Daha gelişmiş eğlence programcılığındaki ilerleme, ev-videosunun eğlence ile bilgi fonksiyonlarının birleşmesi anlamına gelecek. Bu yeni tarza bilgi (information) ile eğlence (entertainment)'nın bileşimi olan «infotainment» adı verilmekte. Şu an, izleyicilerin çoğu eğlence ile bilgilenmeyi karıştırmaktan sakınmaktadır. Öncelikle istedikleri eğlencedir. Eğlenirken birşeyler öğrenirlerse iyi fakat, soyut kavramlar ve entellektüel mesajları alıp sıkılmak istemiyorlar. Bu yine de, ev-video işindeki denemenin en güçlü hakemi durumundaki izleyicilerin daha eğlendirici olsun diye bilgi dağıtımını istemedikleri anlamına gelir. Kimi doku-dramalarda başarılı olduğu gibi, eğlence programları bazı yararlı bilgileri verirse izleyici bunu da kabul edebilir.

Video Oyunları

Video oyunları doğal etkileşimlidir. Kişisel bilgisayarlar ile uyumludur ve ilk gelişme yıllarındaki aksaklıklara rağmen, video endüstrisinin büyük bir parçasını teşkil etmektedir. Etkileşimli video-daki ilk ticari başarıyı gösteren en iyi örnektir. Video oyunları incelendiğinde etkileşim değerinin az olduğu ortaya çıkar. Kullanıcı, kaynak bilgisayar ile etkileşimde bulunmaz, sadece bölgesel yazılım ve donanım ile etkileşimlidir. Video oyunu ile ne yeni veya güncelleştirilmiş bilgiler elde edebilir, ne de etkileşimli bütünleşme veya diğer etkileşimli hizmetleri yerine getirebilir.

Video oyunlarının çoğu basit mikro-işlemcilerle sahip olup, oyun-culara bilgisayar teknolojisini tanıttığı için etkileşimli videonun büyümesinde çok yararlı bir rol üstlenmektedir. Video oyun yazılım çeşitleri, Atari, Sega, Mattel, Nintendo gibi, hızla çoğalmakta ve diğer oyun kataloglarının boyutlarını arttırmakta. Oyunlar, ileri hafıza sistemleri, geliştirilmiş grafikler ve ses efekti üreticileri gibi teknolojik artışlarla daha da karmaşık bir yapıya ulaşmaktadır.

İki Yönlü Televizyon

Etkileşimli programın en büyük avantajı izleyicinin ilgisidir. Programlar, izleyici yarışmalara katılma, düşüncelerini açıklama veya para kazanmaya davet ederek, katılımlarını sağlar. En az belirlenin avantajı ise, etkileşimli programcılık doğrusal değildir, (non-linear); yani araya girilebilir, tekrar edilebilir ve izleyicinin arzusuna göre değiştirilebilir. İzleyiciler bu doğrusal olmayan formları benimsediğinde, onlara çabuk alışacaklardır.

Etkileşimli programcılığın bir diğer önemli noktası da, alışkanlık yaratmasıdır. Televizyon programcılığı her türlü izleyici ve seyirciye uygun olacak. Alışkanlık yaratan programcılık, izleyicilerin katkılarıyla konu ve karakterlerin ortaya çıkmasını, etkileşimli pembe dizilerin de dahil olduğu, yeni tür programcılığı ve oyuncularını ortaya çıkardı. İzleyiciler, programlarla daha içiçe olmak istediklerini tartışmaya açık konulardaki haber programları veya çok izlenen programlara gelen yanıtlarda, sık sık bu konuyu beyan etmektedirler. Bu isteklere uyan program yapımcıları şüphesiz, programlarında seyircinin katılımını sağlayacak değişiklikleri yapmaya başlayacaklardır.

İki yönlü programcılığın (two-way programming) ilk denemelerinden olan Amerikan QUBE sistemi, birkaç etkileşimli eğlence programını üretti. Bunlar; (12)

- Etkileşimli pembe dizi «Lulu Smith: İzleyiciler olayların gelişimini kontrol için cevap düğmesine basar. Örneğin, izleyiciler «Lulu üniversiteye mi gitsin, erkek arkadaşı ile mi evlensin?» gibi soruları yanıtlarlar,
- Etkileşimli amatör oyun saati, izleyiciler oyundaki her sahne için görüşlerini belirtir, oy kullanır, %50 izleyici onaylamıyorsa bölüm yayından çıkarılır,
- Değişik spor ve müzik yarışmaları; izleyicinin oy kullanabildiği gruplar arası yarışma gibi,
- Etkileşimli tüketici bilgi şovları.
- Günlük yayınlanan dizide, izleyiciler erkek kahramanın, kadın kahraman ile ilişkiye girip girmemesi konusundaki ahlaki ikilem karşısında oy kullanır,
- Polis şov, izleyiciler karakterin davranışlarını yargılayabilir,
- İzleyicilerin sinema eleştirisi yaptıkları bir şov.

Bu programların ilginç bir yönü de sadece eğlence amaçlı değil, piyasa araştırması içinde kullanılmalarıdır. İzleyicinin yanıtı kullanılarak, bir reklamcı izleyicinin ilgi ve tercih sıralamasını görebilir.

- Ünlü sporcular ve izleyicinin katılımı ile oyun taktikleri üzerine tartışma,

(12) Hoyt, R. Hilsman, *The New Electronic Media*, s. 80.

- Canlı spor konuşmalarının anında tekrarı, izleyicilerin bilirki-şiyle görüşmesi,
- Oyunun sonunda en başarılı oyuncuyu seçme için oy kullanma.

Anında tepki kapasitesi ile etkileşimli televizyon, zaten, haber ve halkla ilişkiler programlarında kullanılmaktadır. İzleyicinin oy katkısı ile, iki-yönlü şehir toplantıları, izleyicilerinde katılımıyla devlet adamları ile yapılan röportajlar başkanların konuşmalarına izleyici soruları, yanıtları, toplumsal konulardaki seçimler, meclis toplantıları, gibi programlar pek çok ülkede yayınlanmaktadır.

Etkileşimli Videonun Eğitsel Uygulamaları

Etkileşimli videonun eğitimdeki uygulaması, sınıfta ve sınırlı imkanlarla evde ortaya çıktı. Yine de elde edecekleri başarıları kesin olarak sergileme imkanına henüz kavuşamadılar. Eğitsel programcılığın girişiminin ardında yatan başlıca engel fiyatlardır. Yükselen maliyetle karşı karşıya kalan okul ve üniversiteler ile evde etkileşimli video ile öğrenciye ulaşmakla harcamaların önemli bir bölümü azaltılabilir.

Etkileşimli videonun eğitimde kullanıldığı diğer bir alan da iş dünyasıdır. Önceki uygulamalar, yerinde eğitim ve müşteri bilgileri iken, bugün bunların yerini video konferansları veya seyahatte harcanan zaman ve harcamalarından kurtaran uygulamalar oldu. Gelecekte, bütün çalışmaların evde, etkileşimli video sistemleri kullanılarak yapılmasına imkan veren evde-çalışma-sistemleri (work-at-home) hem işverenler hem de çalışanlar açısından büyük miktarda tasarruf sağlayabilir.

Evde yapılacak eğitim için mevcut potansiyelin çok büyük olması nedeniyle, etkileşimli programcılığın önemli bir bölümü, bölgesel dağıtım için eğitsel ve akademik topluluklarda gelişmektedir. Bu programların seyircileri arasında yalnızca tam gün eğitim yapan öğrenciler değil, gittikçe artan sayıda, yetişkin eğitimi ve profesyonel anlamda devam eden eğitim programlarındaki yarım gün (part-time) öğrenciler de bulunmaktadır.

Eğitsel programcılığın bir sonraki aşaması, yerel üniversiteler tarafından geliştirilip, kablo yayın işletmelerince pazarlanacak, canlı-etkileşimli kurslar olacaktır. Bu tür etkileşimli kursların yaygın şekilde gelişimi hemen her eğitim alanında özel sektör ve eğitim ku-

rumları tarafından başlatılacaktır. Türkiye'de bunun için en yakın örnek üniversite hazırlık ve kolej hazırlık kurslarının etkileşimli olarak yayıncılığı olacaktır.

Günümüzde Etkileşimli TV Teknolojisi ve Uygulamaları

Avrupa'da etkileşimli yayıncılığın açık oturum, şov programları, oyun ve yarışma programları amaçlı başladığını, bu konuda iki ayrı ekip tarafından ayrı teknolojilerin standartlaştırılmak istendiği belirtilmektedir. İzleyicilerin etkinlikleri bu sistemde, reklamı yapılan ürün hakkında daha detaylı bilgi edinmek ya da açık oturumlarda, konuşmalarda fikirlerini söyleyebilmek sınırlıdır. Doğası gereği etkileşimli televizyon programcılığı yepyeni bir dal olarak ortaya çıkmıştır. Yapımcılar, yönetmenler program yayınında her an değişebilecek ve ortaya çıkabilecek durumlar, olaylar, sorulara her türlü olasılık için hazırlıklı olmalı, senaryodan yayına kadar olan aşamaların hepsinde bu gözetilmelidir. Stüdyo içine çağrılan konuk izleyicilerden farklı olarak çok geniş alanda evinde rahat bir şekilde oturanlardan alınacak tepki ve hareketler, yapımcıları korkutmaktadır. Hollanda, Amsterdam'dan yapılan «veil interactive televisie» programının yapımcıları, oyun şovlarının ve yarışmaların en ideal etkileşimli yayın olduğuna karar verip orijinal adı «wheel of fortune ve jeopardy» olan yarışma programlarını etkileşimli biçime getirme çalışmalarını yapmaktadırlar (13).

İzleyicilerin de aktif olarak yayın akışına katılabildiği TV yayıncılığına bir örnek olarak, İspanya, Barselona'da kurulan «Interactive Television SA» gösterilebilir. Ocak 1993 yılında yayınlarına başlayan İspanyol kanalı, Avrupa'daki diğer benzerlerine «Londra kablo şebekesinde Videotron» katılmıştır. Etkileşimli TV, bilgisayar ve telefon teknolojisinin birlikte kullanıldığı ve izleyicilerin de programlara erişebildiği iki yönlü yayıncılık standardı olarak kabul edilmiş ve tüm yayın şirketleri yatırımlarını bu yönde yapmaları gerektiğinin farkına varmışlardır.

TV yayıncılığının her türünde izleyiciden alınması gereken talep «feedback reply» soru, ses, görüntü ya da data gibi ne şekilde olursa olsun ikiyönlü iletişimin en yaygını olan telefon hattı ile alınabilir. İspanyol etkileşimli yayınında, normal yer yayın şebekesine

(13) Steve Tebbit, *TVB Europe*, June 1993, s. 10.

eklenen bir kodlayıcı (coder) sayesinde görüntü sinyallerinin resim kareleri arası boşluğuna sayısal olarak yerleştirilen menüde program opsiyonları ve cevap, soru, (feedback) seçenekleri bulunmaktadır. İzleyiciler telefon hattına bağlı kod çözücü/kodlayıcı aracılığı ile, sayısal değerler verilmiş seçeneklerden seçimlerini yaparak yayın istasyonundaki geri besleme işleme merkezinde toplanır. Telefon hatları aracılığıyla gelen geri besleme ve sorular işleme merkezinde değerlendirilerek program akışında değişiklikler yapabilir ya da canlı program akışına girilebilmektedir (14).

Amerika'da etkileşimli televizyon teknolojisinin bir başka basit örneği ise «Video Encoded Invisible Light» diye adlandırılan teknolojidir. Bu sistemde, izleyici, elindeki kontrol panelden kızıl ötesi ışınlar ile komutlarını TV alıcısına bağlı «Jack Pack» kod çözücüsüne aktarır. Bu sistemde merkez menüsü ana program yayını görüntüsünün üstüne görülmeyen kızıl ötesi dalgalar olarak bindirilir. Bu sinyaller «Jack Pack» kod çözücüsü olmadan, normal alıcılarda görülmeyen bu menü izleyicinin isteği doğrultusunda aktif hale getirilebilir. Bu tekniğin merkezi «Jack Pack» kod çözücüsü olup, normal yayın dalgaları üzerine yüklenmiş kızılötesi sinyalleri istenilen görüntüye çevirmekte kullanılan elektronik devrelerin yanında, ısı transfer teknolojisi ile baskı yapan küçük bir yazıcıyla telefon hattı ile merkezle veri iletişimini sağlayan modem bulunmaktadır. İzleyici tarafından incelenen programlarla ilgili mesajları uzaktan kumanda ünitesiyle, kod çözücüye aktarılarak işleme tabii tutulur. Kod çözücü bu bilgileri ilgili bilgi işlem merkezine telefon hattıyla aktarır. İzleyici talebi doğrultusunda gerekli bilgiler (reklamı verilen ürünle ilgili daha detaylı bilgi, belgesel programdaki belirgin bir konuyla ilgili şema, çizim, ansiklopedik bilgi ya da alış-veriş merkezindeki belirli reyondaki malzemenin, eşyanın fiyat listesini açıklayıcı bilgilerini gibi) ister ekrana yansıtılır, isterse yazıcı ile kağıt çıktısı alınabilmektedir. Amerikan toplumunun tüketime yönelik ekonomisinde etkileşimli TV yayıncılığı pazarlama, tanıtım, satıcı ile doğrudan ilişki anında sipariş, avantajlarından ve çok ekonomik olmasıyla (home shopping) evden alışveriş uygulamasında denenmiş ve kabul görmüştür (15).

(14) Steve Tebbit, **TVB Europe**, June 1993, s. 10.

(15) Steve Tebbit, **TVB Europe**, June 1993, s. 10.

VEIL (Video Encoded Invisible Light) sisteminde izleyici ve etkileşimin gerçekleştirilmesini sağlayan sayısal veriler kızılötesi dalgalar şeklinde resim oluşturan taramanın parlaklık değerlerine eklenirler. Normal gözle TV alıcısından izlenemeyen bu sinyaller yayın anında sadece televizyon alıcısının yanına konulan terminal kod çözücü ile algılanabilir.

New York'ta iki yönlü iletişimin kurulduğu etkileşimli TV 'nun bir başka örneği eğitim amaçlı kablo şebekesi üzerinde izleyicilere ulaştırılmaktadır. Normal kablo TV yayın ağı şebekesinde yapılan sıkıştırılmış sayısal 3 ya da 4 kanaldaki görüntüler izleyiciler tarafından seçilebilmektedir. Bu teknikteki program yapımcılığında normal yayından farklı olarak programın belirli noktalarından farklı günlere gelişmelere imkan verebilmesi program maliyetleri o oranda artmaktadır. Kablo TV yayın ağını kullanan «Videotron Video Way», servisi Londra'da 50.000 eve ulaşmakta, Kanada Montreal'de 150.000 aboneye ulaşan sistemde gece yayınlanan «Midnight Black Jack» oyunuyla, izleyiciler, kart oyununu kendi seçtikleri erkek ya da dişi rakiple ve belirtilen tondaki konuşmalarıyla oynarlar (16).

Amerika, Kaliforniya'da kullanılmakta olan ve İngiliz Granada Televizyonu'nun da ortaklarından olduğu, etkileşimli ağ (interactive network) teknolojisi de yayınlara ilgili sayısal bilgileri. Resim kareleri arasındaki boşlukta (vertical interval) ve FM radyo kanallarında gönderilmektedir. Aboneler evlerinde portatif terminallerinden yayında gönderilen bilgilerle ilgili taleplerini modem ve telefon hattıyla yayın merkezine, veri işleme odasına ulaştırabilmektedirler. Program yayınında etkileşimin en yaygın kabul gören türlerinden, evden alışveriş ürün tanıtımı, reklam, spor sonuçları, tahmin oyunlarını, gerçekleştirmeye imkan veren sayısal verilerin FM kanallarından da gönderilmesiyle, izleyiciler terminalleri evleri dışında da kullanabilmektedirler (17).

Amerika'da kullanılmakta olan bir başka sistemde ise «TV Answer» VHF yayın bandı ve kanallarıdır. Amerikan Ulusal Yayıncılık Komisyonu'ndan (FCC) alınan izin ile normal UHF kanallarından gönderilen programlarla ilgili olarak izleyiciler seçim ve taleplerini uzaktan kumanda ile VHF 13 kanalda 200khz band genişlikle yayın ya-

(16) Neal Weinstack, **International Broadcasting**, Dec. 1992, s. 24.

(17) Neal Weinstack, **International Broadcasting**, Dec. 1992, s. 24.

pan düşük güçlü ev terminalleriyle yaparlar. Yayın alanı dar olan bu ev terminallerinin veri sinyalleri o bölgedeki işlem merkezinde toplanarak telefon hattından sayısal veriler olarak bölge yayın merkezine gönderilerek, merkez bilgi işlem odasında işleme konulup, yayına gerekli bilgiler eklenerek izleyicilere ulaştırılır. Washington' da 1000 abonede test edilmekte olan sistem, etkileşimli konu alanlarını genişleterek bir buçuk milyon aboneye ulaşma çalışmalarını sürdürmektedirler. Bu işlem için planlanan standart TV yayınlarındaki reklam ve tanıtım programlarına «etkileşimli veri» sinyallerini kodlayarak «evden alış-veriş» (home shopping) alanında büyük bir abone kitlesi toplayacaklarını belirtmektedirler. Standart kanallarda görüntülü reklam spotları izlenirken eklenen etkileşimli veriler ile aboneler o ürünle ilgili daha fazla bilgiyi anında ekranda text ya da grafik olarak görebilir. İsterse reklamı yapılan ürünü anında aynı ekranda verilen bilgiler ile ısmarlayabilmektedir (18).

TV answer sisteminin etkileşimli eğitim televizyonu yayıncılığında kullanılmasında, öğrenciler ders anında ya da ders arasındaki boşlukta sorular sorabilmekte, bir konuyla ilgili daha detaylı bilgi talep edebilmekte, merkezden gönderilen sorulara cevap vererek basit test sınavını anında alabilmek ve bu sınav sonuçları birkaç dakika içinde eğitime ulaşarak ders ya da konunun aktarımında ne derece başarılı olduğunu belirleyebilmektedirler.

TV answer sistemi normal TV alıcılarına bağlanabilen bir ev terminalinden oluşmakta, sayısal gönderilen verileri TV yayını üzerine görsel, grafiksel olarak bindirerek izleyiciye sunmaktadır. İzleyici kızılötesi dalgalar ile çalışan, uzaktan kumandasından ekranda beliren soru ve seçenekler üzerinde seçme yaparak cevaplarını merkeze göndermek üzere kodları izleyici açısından çok basit kullanımı olan sistemde, ev terminali her türlü karmaşık kodlama işlemlerini yaparak her aboneye özel ayrılmış olan bantta sayısal olarak gönderme işlemini gerçekleştirir. Sesli ya da standart ASCII kodlu klavyenin de bağlanmasının mümkün olduğu terminalin satış fiyatı (1993 yılı Haziranı) 500 \$'dır. Aboneler bu terminalleri ya satın almakta ya da kiralama yoluna gidebilmektedir (19).

Etkileşimli TV yayıncılığında haber programlarına eklenen veriler ile abone isterse belirli bir haberle ilgili olarak daha detaylı metni, hareketli grafiklerle de ekrana getirebilir. Haber akışında

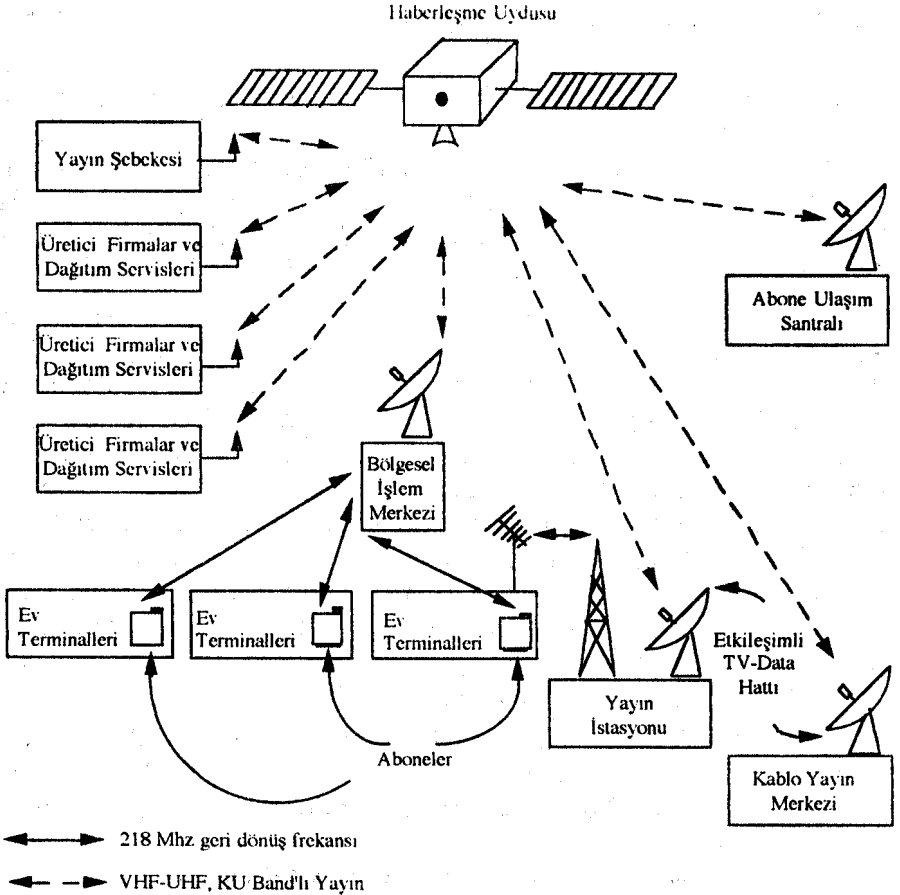
(18) Neal Weinstack, **International Broadcasting**, Dec. 1992, s. 25.

(19) Barry Flynn, "CD-I", **TBI**, June 1993, s. 4.

aboneyi ilgilendiren belirgin bir olayın detayını abone, uzaktan kumandası ile ekrandan seçerek anında alabilir. Bu yöntemde aboneler kamuoyunu ilgilendiren program ve tartışmalara katılabilmekte, kendi fikirlerini sesli ya da yazılı olarak anında tüm abonelere, merkeze ulaştırabilmektedirler. Etkileşimli televizyonun en yaygın kullanım alanlarından, tele-banka (TV banking) ve kablo TV kanallarında izleyecekleri programlarla ilgili «program seçme» oylamalarına katılabilmeleri ve o bölgeye ait her türlü kamuoyu araştırmalarına doğrudan katılabileme şanslarının abonelere verilmesidir.

Aşağıda çizili blok şema «TV answer» sisteminin aboneler tarafından alınan TV yayınlarındaki, etkileşimli verilere yönelik talep

Şekil: 1 TV Answer Etkileşimli Televizyon Yayın Sistemi



ve isteklerin ev terminali (kodlayıcı-kod çözücü) ile UHF bandında bölge işlem merkezine ve oradan abone sırasına sokularak uydu aracılığıyla yayın merkezine ulaştırılması ve ilgili birimlere aktarılan bu bilginin yayın ya da dağıtım yoluyla aboneye ulaştırılması görülmektedir.

Etkileşimli televizyonun daha dar bir abone alanı içinde ve evden alış-verişe ve oyun amaçlı olan iki türünde ise «Video Cart, Videoway» büyük alış-veriş merkezleri yayın merkezleri ile ortaklaşa kurulan kanallar olup hem alış-verişte hem ödemede kolaylıklar getirebilmektedir. Etkileşimli televizyonun yakın geleceğin en karlı, en etkili medya aracı olacağına farkına varan, bilgisayar dünyasının devi IBM (International Business Machine) bu konuda en çabuk devreye girebilecek sistem için büyük kablo TV yayın şebekeleri ile Amerikan Telefon Şirketi «A.T.T.» ile Sony ve program yapım şirketleriyle antlaşmalar yaparak geleceğe ilişkin çalışmaktadırlar (20).

Etkileşimli video ve veri servisinin (IVDS Interactive Video and Data Service) iki yönlü TV yayıncılığında kullanılması yayın ve kablo TV şebekelerinin aralarındaki amansız rekabette öne geçebilmeleri için en uygun fırsatlardan bir olduğunun farkındadırlar. İki yönlü televizyon programları yer yayın istasyonları, kablo yayın şebekeleri, mikro dalga teknikli kablosuz yayınlar ve doğrudan uydu yayınlarıyla aktarılarak izleyicileri hangi amaç için olursa olsun pasif izleyicilikten, aktif olarak olayların içine katabilmektedir. TV istasyonları ve kablo TV şebekeleri etkileşimli programlara ağırlık vererek, oturumlar, tartışma programları, alış-veriş ve detaylı reklam programları hazırlamaktadırlar.

Etkileşimli televizyonda görüntülerinin yanına metinlerin eklenebilmesi ve istenilen programların tekrarı, açıklayıcı metinlerin sunulabilmesi, duyma, görme spastik ve beden özürlülerin en etkin biçimde yararlanmasını sağlayabilmektedir. Etkileşimli televizyon yayıncılığında aboneden alınacak veriler için VHF yayın bandının son kanalının içinde kalan (218-218 mhz) frekanslarında yapılmasına karar veren Amerikan Yayıncılar Birliği, bu frekanslarda etkileşimli yayın için bölgeler oluşturarak lisans vermektedir. Lisansı alan şirketler bölgelerinin % 10'unu ilk yıl içinde ve % 50'sinde sonraki 4 yıl içinde bu yayın şebekelerini yaymakla yükümlendirilirler (21).

(20) Gil Dickens, **Broadcast Engineering**, December 1992, s. 48.

(21) Gil Dickens, **Broadcast Engineering**, December 1992, s. 49.

Etkileşimli televizyon yayıncılığı teknolojisi kablolu ve kablosuz olmak üzere iki ayrı biçimde gelişmektedir.

Uydu yayını temelinde gelişen kablosuz etkileşimli TV coğrafi şartların getireceği engellemelerden uzak, anında çok geniş kitlelere ulaşabilir. Yayın merkezinden abonelere ulaşımın kablosuz olması verilerin görüntü kareleri arasındaki boşlukta (Vertical Blanking Interval) gönderilmesi yöntemi kullanılır. Abonelerin merkeze ulaşmaları ya telefon hatları aracılığıyla ya da sınırlı yayın alanına sahip aboneye göre kodlanmış frekanstaki vericilerle kablosuz olabilir. Abonelerden merkez yayın istasyonuna ulaşabilmenin telefon hatlarıyla gerçekleştirilmesi, telefon abone sayısına göre çekilen hatların yüzde kaçını olduğu ile orantılıdır. Bölgesel ya da ulusal telefon ağlarında karşılıklı anında konuşabilme oranı toplam abone sayısının yüzde 3 ya da 4'üyle sınırlı olmaktadır. Bu kısaca etkileşimli TV yayınlarını izleyen 1000 aboneli bir bölgede, merkeze telefonla ulaşmak isteyenlerden maksimum 30 kişilik gruplar halinde bağlantı kurulabilecektir. Zaman sınırı olan program yayınlarında dezavantaj olarak gözüken bu sistem, uygulama alanına göre fazlasıyla yeterli olabilir (22).

Telefon hatlarıyla abonelerden veri toplama, yayınlara katılma işleminde şebekelerin yetersizliğine en iyi örnek 1992 yılında A.B.D. Başkanı George Bush'un CBS televizyonunda yaptığı konuşmayla ilgili fikirlerini merkeze ulaştırabilmeleri için izleyicilere 800'lü telefon numaraları verilmiştir. Bu hatlardaki bilgisayarlar yüklü soruları farklı tuşlara basarak cevaplandıran abone sayısı (1 abone 3 dakika) 315.000 olabilmıştır. Toplam 24 milyon abone 800'lü hatlara ulaşmak istemişse de hatların meşgul olmasıyla isteklerini gerçekleştirememişlerdir (23).

Kablo sistemli etkileşimli TV yayıncılığında pek çok yayın yapım şirketleri yayında Sony, Philips, IBM Hewlet Packard gibi dünyaca ünlü teknoloji üreten firmalar çalışmaktadır. Amerikan yayıncılığının kanunlarını koyan ve denetleyen FCC bölgesel yayınlara gerekli izni vermiştir. İster koaksiyel kablolu, ister fiber optik sistemli olsun pek çok kablo TV yayın şebekelerinde «Video on Demand ve Videotext» yayıncılık denemeleri başlatılmıştır. Kablo şebekeleri üze-

(22) Gil Dickens, **Broadcast Engineering**, December 1992, s. 49.

(23) Justin Webster, **TBI**, June 1993, s. 37.

rinde etkileşimli TV yayıncılığının gelişmesi tüm abonelere fiber optik hat ile ulaşarak ve bu hatta yüzlerce tek yada çift yönlü program yayınlamak yönünde oluşacaktır . Aboneler ya da kablo TV şebekeleri için etkileşimli yayınla ilgili verileri merkeze ulaştırabilme maliyetleri kullandıkları tekniğe ve karşılık verme detayına göre değişmektedir. Normal TV yayın sinyalleri arasına kodlanmış etkileşimli yayın menülerinin kodunu çözen ve izleyiciye verdiği kontrol imkanı derecesiyle ve merkeze ulaşmak için kullandığı tekniğin türüne göre değişen maliyetler 300 ile 2000\$ arasında olmaktadır. Yayın istasyonları bu kod çözücüleri abonelerine aylık ya da yıllık olarak kiralamaktadırlar (24).

Etkileşimli televizyonun en başarılı olacağı konulardan biri de uzaktan öğretim alanıdır. İzleyiciler, oturma odalarından televizyon ve telefonları aracılığıyla eğitim programı yayın anında sınıfta fiilen mevcutmuş gibi derse katılabilecektir. Sorulan sorulara anında vereceği cevaplar eğitimci konuyla ilgili değerlendirmeleri yaparak hangi bölümlerin tekrar edileceğini, nerelerde daha detaya girmesi gerektiğini o anda tesbit edebilecektir. Tüm bu olanaklar günümüzde mevcut olup uygulamaya konmak için beklenmektedir.

Bugünün iletişim teknolojisi her çeşit elektronik yayıncılıkta daha fazla, daha yoğun bilgileri elektromanyetik dalgalar üzerine bindirilmesi yönünde gelişmektedir. Yayın şebekeleri programlarına izleyici tarafından gelen taleplerini, standart telefon hatları, mikro dalga linkle ya da farklı kablo şebekeleri üzerinden yapabilirler. Sayısallaştırılmış ve her aboneye ait özel kod taşıyan sinyaller ile kablolulu ya da kablosuz olarak iki yönlü haberleşme, teknolojik olarak pek çok uygulama alanında denenmektedir.

Elektromanyetik dalgaların uydu ya da yer vericileriyle çok geniş kitlelere ulaşmasından gelen avantajını iki yönlü haberleşmede (etkileşimli iletişimde) kullanmak için Amerika ve Avrupa'da büyük yatırımlarla farklı uygulama alanlarında denemeler yapılmaktadır. Ulaşılan izleyici kitlesinin büyük olması ve yeni kablo hatları çekmek için alt yapı çalışmalarının gerekmemesi daha düşük yayın maliyetleri nedeniyle, etkileşimli TV yayıncılığında yer vericileri ve uydu yayıncılığı daha fazla kullanılmaktadır.

(24) Justin Webster, TBI, June 1993, s. 39.

TV yayın şirketleri gelirlerini arttırmak ve rakiplerine oranla daha fazla izleyici kitlesi toplayabilmek için, yayın yoluyla etkileşimli oyun programlarına yönelmişler, bunlar içinde en başarılı ve yaygın olanı Danimarka (Interactive TV Entertainment) yapımı «HUGO» oyun dizisidir. Avrupa'da, kablo TV şebekelerinde ve ulusal yayın kanallarında (Danimarka TV 2, İspanya Telecinco, Fransa'da France 3, Türkiye'de Kanal 6, Finlandiya'da YLE 2 ve İsveç'te SVT 1) kanallarında) başarıyla kullanılan etkileşimli video oyununda, video giriş-çıkış kartı ile donatılan bilgisayarın, seri haberleşme girişine telefon hattından gelen komutlar ile etkileşim sağlanmaktadır. Küçük ve orta yaş çocukların yoğun ilgi gösterdiği programda televizyon alıcısı karşısındaki izleyici çocuk, telefon hattıyla bağlandığı stüdyoda, telefonun değişik tuşlarına basarak, video oyunundaki karakterlerin hareketine ve yönüne kumanda edebilmektedir.

Bir başka etkileşimli video yayıncılığı örneğinde, Amerika'da kablo şebeke işletimi ve kaset dağıtım alanında çalışan Time Warner Entertainment şirketi, dünya üzerindeki en yaygın video oyun pazarına sahip Sega firmasıyla anlaşarak, telefon hatlarıyla ya da kablo TV yayın şebekesindeki kanallardan isteyen her aboneye Sega video oyun programını gönderme denemelerini yapmaktadır. 1994 yılında 1 milyon aboneye ulaşip toplam gelirlerinin 30 milyon dolar olacağını belirtmektedirler. Japonya'nın en büyük oyun üreticisi Nintendo ise Nisan 1994 yılında, uydu kanalları aracılığıyla etkileşimli ve normal video oyun programlarını yayınlamayı planlamıştır (25).

Etkileşimli televizyon yayıncılığının «tele alış-veriş» uygulamasındaki başarılı bir diğer örneği de, Amerika Pensilvanya eyaletinde çalıştırılan ve 4,5 milyon kablo abonesine ulaşan QVC (Quality, Value Convenience) servisidir. 1992 yılında bir milyar dolarlık alış-veriş pazarına öncülük eden şirket 55 milyon dolar kâr etmiştir. Avrupa'da, tele alış-veriş için yapılan alternatif uygulamada yayınlar uydu aracılığıyla olup, ürünlerle ilgili siparişin telefon aracılığıyla yapıldığı, «Quantum Sella-Vision» sistemidir (26).

İspanya etkileşimli televizyon yayıncılığında RTVE (Radio Television Espanola) ulusal kanalının kurduğu «telepick» sisteminin, 5 yıl boyunca Avrupa yayın hakkı patentini almıştır. Telepick siste-

(25) Justin Webster, **TBI**, June 1993, s. 40.

(26) Barbara Osborn, "I Want It Now", **TBI**, June 1993, s. 42.

minde abonelerin satın aldığı ya da kiraladığı ev terminali (Universal Interactive Unit) etkileşimi tanımlayacak grafik ya da görsel bilgisayar verisinin, video resim görüntüsünden ayırarak, kodunu çözen bir kod çözücü bir mikroişlemci birimi, izleyicilerin taleplerini merkeze telefonla iletmek için bir modem, kısa mesajlarla uyarılar için display ve küçük bir yazıcıdan oluşmaktadır. El tipi standart uzaktan kumandasıyla izleyici seçenekleri tarayıp merkeze ulaştırabilmekte, herhangi bir konu için detaylı bilgi istemini ekrana ya da yazıcı sayesinde kağıda çıktı alabilmektedir. İspanya TVE 1 kanalının % 40 oranındaki programları farklı derecelerde etkileşimli olarak yayınlanmaktadır. Programın etkileşimli olduğunu ekranın alt tarafına konulan küçük bir logo tanımlamaktadır. Ev terminalinin 255 Amerikan Dolarına satıldığı Telepick etkileşimli televizyon yayıncılığında şov, eğlence ve alış-veriş programlarının ilgi gördüğü, açık oturumlarda ise, izleyicilerin sesli olarak olaya katılma isteklerinin arttığı belirtilmektedir.

İspanya ulusal yayın kurumu RTVE'nin Telepick sistemine karşı çok daha basit kullanımlı ve ucuz olan (50 Amerikan Doları) Contitec sistemi alternatif olarak özel Telecinco kanalınca devreye sokulmuştur. Bu sistemde, izleyiciler sadece 4 düğmeye sahip bir uzaktan kumanda ile, günün belirli saatlerinde şov programlarının yayınladığı seçenekli soruların cevaplanması istenmekte ve merkeze ulaşılan cevaplar da o gün kazananlar açıklanmaktadır (27).

İstekleri ve zevkleri çok farklı alanlarda gelişmiş sayısız izleyiciye, isteklerini zamanında vermek, doğru zamanda, doğru programı yayınlamak, en yoğun izleyici kitlesine sahip olmak, acımasız rekabet ortamında tüm yayıncıların amacıdır. İzleyici bakış açısından bireysel olarak topluma veya toplumun çoğunluk kesimine uyma zorunluluğu bütün kanallarda izleyici sayısını kısıtlamaktadır. Etkileşimli televizyon uygulaması örneği grubuna sokulan V.O.D. «Video On Demand» video istek kanalıdır. İzleyicilere hangi kanalda hangi programı izleyecekleri konusunda kendi program akış ve yayın sürelerini tayin etme şansını veren sistemde kablo şebekelerinin etkileşimli yayını ile gerçekleştirilmektedir (28).

Video istek kanalı (Video On Demand) Orlando, Florida'da Time Warner kablo şebekesinde her türlü film ve dizinin istenilen zaman-

(27) Barbara Osborn, "I Want It Now", **TBI**, June 1993, s. 43.

(28) Barry Flynn, "CD-I", **TBI**, June 1993, s. 44.

da ulaşılabilecek bir yayın akışında olacağı açıklanarak, 150 kanal program yayın kapasiteli kablo TV şebekelerinde, izleme başına ödeme (Pay-Per View) sistemi gibi fakat, etkileşimli olarak kullanılması planlanmıştır. 1994 yılı başında (Ocak), deneme yayınlarına kablo TV şebekelerinde başlanacak olan sistemde, izleyiciler yeni vizyon dizi ve filmler ile bunların hangi kanallarda, hangi saatlerde yayınlanacağı konusunda taleplerini doğrudan ekrandaki menüden yapabileceklerdir.

Buğun için kablo TV şebekelerindeki koaksiyel hat dağıtım teknolojisi ancak 160 kanal yayınının dağıtımına imkan vermesi fibre optik şebekelerde ise bu sayının 3000 kanala kadar çıkabilmesi teknik olarak mümkündür. Kablo TV alt yapısının kurulması, genişletilmesi ya da değiştirilmesi doğrudan vakit ve maliyet sorunu olduğundan, sayısallaştırılmış ev video kalitesinde görüntülerin halen tüm ülkeye yayılmış telefon hatlarında sıkıştırılmış olarak gönderilmesi üzerinde yoğun denemeler yapılmaktadır. İngiltere ve Amerika'da yüksek hızlı veri taşımaya yönelik çekilmiş telefon hatları ve santaller ile yayın merkezi odasında video disklere ya da CD-I (Compact Disk Interactive) formatında görüntü basılmış CD'lerden istek yapılarak her aboneye kendi telefon hattıyla bu yayınları ulaştırma denemeleri başarıyla gerçekleştirilmiştir. Video istek kanalının video kaset ve disk pazarının yüzde 10-20 arasındaki oranını ele geçirebileceğini hesaplayan yatırımcılar, daha sonraları etkileşimli video filmlerine dönüşecek olan sistemde bu oranın daha da yükselebileceğini belirtmektedirler. Video istek kanalının sadece dizi filmlerle sınırlı kalmayacağı, dramalar, açık oturumlar ve haber programlarının izleyicilere istedikleri zamanda tekrar izlenme şansının verilebileği ve bir ya da iki hafta geriye kadar giderek kaçırdıkları programlar sadece 1 dolar gibi bir maliyetle tekrar izleyebilecekleri The Discovery Channel'in devreye girdiği belirtilmektedir. Ayda 20 dolar abone creti ile hedeflenen marketin yıllık 10 milyar dolar olması planlanmaktadır (29).

Video istek kanallarının (Video on Demand) televizyon yayıncılığında en yoğun izleme saatleri, (prime time hours) kavramını değiştireceğini, kaliteli programların tekrar izlenme süresine göre çok fazla olmasıyla yakının seyircinin kısa süreli boş vakitlerini istediği programı izleme için kullanabilmesi mümkün olacaktır.

(29) Barry Flynn, "CD-I", TBI, June 1993, s. 46.

Hollywood yapımcıları milyonlarca dolara mal olan pahalı yapımları sinema, televizyon ve etkileşimli video oyunu amaçlı gerçekleştirdiği günümüzde, optik diskler üzerine kayıt edilen bu yapıtlar, video istek kanalının, en çok talep görecekt kaynaklarından biri olacaktır. Telefon hatlarından geri dönüşün yapılacağı etkileşimli video oyunlar, yarışma ve eğlence programları, izleyiciyi video istek kanalında tutmak için yeterli olacaktır.

Normal TV yayıncılığın da program maliyetlerini karşılamak için zorunlu olarak konulan reklamların, ödemeli TV yayınlarında saat başına 4 ya da 6 dakikadan fazla konulmamaktadır. İzleyicilerin para ödediği kanallarda daha fazla süreli reklam görmek istemediği bilinmektedir. Video istek kanalında, abone ücretleri dışında, yayın giderlerini karşılamak için sponsor firmalardan destek alınarak, bunun için ürünlerle ilgili reklamın doğrudan değil, etkileşimli veri şeklinde görüntü sinyallerine kodlanmasıyla yapılabilmektedir. Ürünle ilgili tanıtımın nasıl yapılabileceğine bir örnek olarak, video istek kanalında izlenen filmde rol alan bir bayanın giydiği elbisenin modelini beğenen izleyici elindeki kumandasıyla, etkileşimli verileri ekrana getirerek, bu elbise hakkında daha detaylı bilgiyi ekranda görüp isterse siparişini de verebilecektir. Bu tür reklamcılık tekniğine «bedded» adı verilmekte, programcıların ve yönetmenlerin senaryo ve çekim aşamalarını bu özellikler gözönüne alarak geliştirmeleri gerekmektedir. Programlarda kullanılacak sayısal etkileşim verileri de yayın bantları hazırlanmadan önce özel kodlayıcılarla resim kareleri arası boşluğa yerleştirilmektedir (30).

Etkileşimli TV Yayıncılığı Görüntü Saklama Ortamları

Televizyon yayıncılığında 1950 yılına kadar programlar naklen stüdyodan yapılmakta ya da telesine cihazları kullanarak film materyallerinden izleyiciye aktarılmaktaydı. 1950 yılında, manyetik band üzerine görüntü ve ses kaydının yapılması ve sonradan defalarca okutulabilmesi TV teknolojisindeki en büyük atılımların başında gelir. Farklı formatlarda kullanılan manyetik band saklama teknolojisi bugün dahi kayıt saklama yöntemlerinin %98'ini kapsar. Bantların format türüne bağlı olarak değişen uzunlukları, görüntü aramada fazla vakit kaybına neden olmaktadır. Mikro bilgisayarların çok hızlı gelişmesi sayısallaştırılmış görüntülerin farklı ortamlarda saklana-

(30) Rich Zahradnik, "Winnertakes All", TBI, June 1993, s. 48.

bilmesine olanak sağlamıştır. Bugün en popüler teknoloji, sıkıştırılmış sayısal görüntülerin saklanması için lazer ışınla kayıt-okuma imkanı veren disklerdir. Ev tipi kompakt disk (CD) sistemi yapısında olan bu diskler, çözömlemesine, renk kalitesine bağlı olarak 1 saate yakın canlı görüntü alabilirler. Philips firmasının ürünü olan CD kompakt disklerin geliştirilerek sıkıştırılmış sayısal görüntü saklama, okuma imkanını veren sisteme (CD-I, Compact Disk Interactive etkileşimli kompakt disk adı verilmiştir.

CD-I teknolojisinin TV yayıncılığında kullanılması nedenlerinden ilki, saniyede 25 tam resim çerçevesini okuyup kayıt ederek hareketli görüntülerin kaydında yeni bir standart oluşturmasıdır. 625 satırdan oluşan 25 kare saniye hızla akan görüntüleri hızlı erişim süresiyle her sisteme sayısal ya da örneksel (analog) ulaştırabilmesidir. CD-I teknolojisinin püf noktası hareketli resimlerin (TV karelerinin) sayısallaştırılmasıyla elde edilen bilgilerin mikrobilgisayar yardımıyla sıkıştırılarak (compress) (bir çerçeve içinde yüzlerce kez tekrarlanan aynı renk ve tondaki noktaların tanımlanarak, bir bilgi olarak değerlendirilmesi, sıkıştırma oranı resim detayına ve kalitesine bağlı olarak 10 ile 150 kez, bazen farklı tekniklerde 2000 kez olabilmektedir.) disk üzerine, 0 ve 1'ler olarak kayıt edilmesi, daha sonra okuma anında bu sayısal bilgilerin mikroişlemci kullanılarak açılması (de compress) ile görüntülerin TV yayını için satır bilgilerine çerçevelere dönüştürölmesi işlevidir.

Video kasetlerde görüntü arama için bandın başından sonuna kadar hızlı gitme (1 saatlik kaset için) 3 dakika tutabilmektedir. Buna karşılık bir video diskte ya da CDI diskinde bu hareket saniyenin onda biri kadardır. Kasetlerde okuma ve kayıttan dolayı meydana gelen gürültüler, disklerde yoktur. Disklerin lazer ışınıyla okunması ve fiziki olarak diske herhangi bir temas sözkonusu olmadığından diskte kayıtlı bilgiler sorunsuz olarak milyonlarca kez okunabilir. Arşiv görüntüleri saklama açısından kasetlerin onbeş yıllık ömrüne karşı diskler yüzlerce yıl kolaylıkla saklanabilir. CD-I diskleri, TV yayıncılığında kayıt formatlarına etkileşimi getirmiştir. Resim, grafik ya da görsel metin (videotext) olarak kayıtlı bilgilere ulaşabilmek için izleyicilerin beklemeleri gereken süre bir saniyenin altındadır.

Etkileşimli yayıncılıkta, program türleri arasında en ilgi çekecek olanı etkileşimli video filmleridir. «Interactive Movies» filmindeki rol alan oyunculara ve bu oyuncuların yapacakları hareket ve seçimlerden kaynaklanacak farklı senaryo gelişimlerini düşünerek, çeki-

len görüntü ve olay kayıtlarını saklayacak medya olarak kaset kullanılamaz. Bir kasette, aynı zamanda gelişen farklı olaylara anında ulaşılması band sarma zorunluluğundan dolayı mümkün değildir. Etkileşimli video filmleri canlı görüntülerden sayısallaştırılmış video oyununa benzetilebilir. Kısaca, karmaşık video oyunlarında oyuncuya göre gelişen sahne ve oyun, farklı zamanlarda farklı biçimde bitebilmektedir.

Etkileşimli video filmlerinde, yapımın gerçekleştirilmesi aşamasında, oyuncu ve sahne gelişimi, olasılıkları gözönüne alınarak çekildiğinden, bu bölümlerin kayıt ortamına aktarılırken de gelişen olaylara göre kolaylıkla ulaşılabilecek türde dizilmesi zorunluluğu vardır. Bu tür kayıt ancak, en hızlı erişim hızına sahip medya olan disklerde mümkündür. Disklerde kayıtlı görüntülerde, istenilen bir sahne ya da çekim diskin neresinde kayıtlı olursa olsun bir önceki sahnenin bitiminden hemen sonra istenilen bölüm bir kare kadar gecikme ile başlayabilmektedir. Doğrusal olmayan (nonlinear) kayıt ve okuma ancak optik ya da manyetik disklerde mümkündür.

Etkileşimli video filmlerinde görüntü kaynağı olarak disklerin (CD-I) kullanılması izleyicilerin (oyuncu seçeneklerine ve onları yönlendirmelerine göre) her seferinde farklı gelişen ve çözümlenen filmleri seyretmesine imkan vermektedir. Bazı kesimlerce saçma olarak nitelendirilen bu gelişmelerin film yapımının düşünce sistemine ters düştüğünü filmin konu, akış ve sonlandırılmasının belirli bir amaç için olduğu belirtilmektedir.

Her filmde kullanılabilecek etkileşimli akışlar farklı derecelerde olabilir. Bazı filmler (görüntü efektleri ve bilgisayar grafiği destekli yapıtlar) örneğin, Star Wars ve benzeri bilim kurgu türündekiler doğal olarak yoğun bir etkileşime açıktırlar. Philips ve Lucas Arts görüntü efekt firmalarının gerçekleştirdiği «Star Wars» filmlerinin uzay gemileri savaşının bilgisayar grafiği ağırlıklı 15 ayrı seviyede çekilmiş bölümlerinin bulunduğu açıklanmıştır (31).

Etkileşimli video yayıncılığının bir diğer yaygın kullanıma açık olanı ise, her türlü elektronik kablolu kablosuz iletişim hatlarını ya da CD-CDI diskleri kullanılarak yapılan (Hollywood yapımı etkileşimli video film, video oyunları dahil) etkileşimli video oyunları uygulamasıdır. Video oyunlarının yaygınlığı ile bir örnek vermek gere-

(31) Barry Flynn, "CD-I", TBI, June 1993, s. 46.

kirse, SEGA video oyun üreticisinin «Sonic 2» video oyunu ET «Extra Terrestrial» filminin hasılatından (300 milyon DM) daha fazla gelir getirmiştir. Sega ve Nintendo video oyun yazım şirketleri kendi kablo TV ya da uydu yayın şebekelerini kurmak ve Hollywood yapım şirketleriyle kuracakları ortaklıklarla «Batman, Superman, Alien, James Bond» gibi yapıtları canlı görüntü kalitesindeki (16 bit ya da 24bit) etkileşimli video oyunları satmak ya da abonelerinin bir anda katılabileceği bir oyun kanalında yayınlamak düşüncesindedirler (32).

Amerika ve Avrupa'da pek çok firma etkileşimli yayıncılıkta da kullanılabilirliği için yapıtlarının sayısal biçimde CD-I kopyalarını almaktadırlar. Haber ajansları yıl içinde önemli olaylarla ilgili görüntülerin çabuk ulaşımı ve kalıcı bir arşivi için CD-I disklerinde saklamaya, yeni belgesel yapıtlarında hep CD-I formatını kullanmaya başlamışlardır. 1960'lı yıllarda atak yapan rock ve pop müziklerinin görüntülü disklerini de satışa çıkarılmıştır.

Children's Television Workshop, çocuklarla ilgili program yapımında etkileşim olayını on yıldır çeşitli türde uygulamaktadır. En son çekilen Susam Sokağı «Sesame Street» serileri etkileşimli TV yayıncılığına yönelik CD-I formatlı disklere kayıt edilmiştir. Etkileşimli yayıncılığın yapılabildiği bölgelerde yayınlanmak üzere hazırlanan etkileşimli Susam Sokağı programında, çocuklar için farklı derecelerde etkileşimler konulmuştur. Örnek olarak programda gösterilen radyo ya da televizyonu açmak, mutfak araçlarının çalışmasını kontrol etmek, trafik ışıklarını kontrol etmek, o yönde araçları hareket edip durdurmak gibi okul öncesi eğitim amaçlı programlar ilgi görmektedir.

Bugün kullanım alanlarına ve amacına göre etkileşimli TV ve etkileşimli yayıncılık üç ayrı türde gelişmektedir. Uydu kanalları, yer vericileri kullanarak geniş bantlı yayın kalitesinde görüntünün kullanıldığı, normal televizyon alıcıları ve bağlanacak ev tipi etkileşim terminalinden oluşan sistem, normal TV programlarına eklenen sayısal etkileşim verilerine (sadece belirli programlarda sınırlı biçimde) izleyicilerin telefon hattıyla ya da özel bir frekansa sahip düşük güçlü vericilerle ulaştığı sistem.

Kablo TV şebekelerince (fiber optik ya da koaksiyel hatları) kullanılan çok sayıdaki kanalda yayınlanacak programların yayın dü-

(32) Rich Zahradnik, "Winnertakes All", TBI, June 1993, s. 48.

zeni ve şov eğlence programlarıyla özel haber programları, açık oturumlar, eğitim programlarını yoğun olarak tele alış-veriş ve telebankayı geri dönüşü aynı koaksiyel hattın ya da telefon şebekesinden kullanan ve en yaygın olan sistem.

Etkileşimli TV iletişiminin her iki yön akışında mevcut telefon hatlarının kullanılarak yapıldığı dar bantlı sistem. Sadece ses iletişimi için düşünülmüş mevcut telefon hattı şebekelerinde ve santral sistemlerinde, sayısal sıkıştırılmış görüntü ve sesin (ev tipi video görüntü kalitesinden daha düşük bantlı olmak şartıyla) gönderilmesine olanak sağlayan teknoloji paralelinde, gelişen etkileşimli radyo, TV veri yayıncılığı evlerdeki telefon alıcısına bağlı özel bir kod çözücü sayesinde, belirli numaralara sahip, görüntü, film, ses, müzik, video oyunu, eğitim amaçlı verilerin depolandığı merkeze ulaşan aboneler, istediklerini (film, video klip, müzik ya da görüntülü ansiklopedik bilgiler) televizyon alıcılarında, bilgisayarlarında ya da müzik setlerinde dinleyip izleyebilirler.

KAYNAKÇA

Dickens, Gil. **Broadcast Engineering** December, 1992, Kansas, USA, 1992.

Hilsman, Hoyt R., **The New Electronic Media**, Focal Press, Boston: London, 1989.

Tebbit, Steve. **TV Broadcast Europe**, London, England, June 1993.

Zahradnik Rich, Barry Flynn, Barbara Osborn, Justin, Vebster. **Television Busines International**, London, England. June 1993.

Weinstack, Neal. **International Broadcasting**, England, December 1992.

VİDEO SESİNİN ESTETİĞİ (*)

Çeviren: **Dr. Reha Recep ERGÜL****

"Sesler ve onların düzenlemesi, toplumlari, renkler ve biçimlerden daha fazla etkilemektedir. Gürültü ile birlikte, düzensizlik ve onun karşıtı olan dünya doğmuştur. Müzikle birlikte, güç ve onun karşıtı olan yıkıcılık doğmuştur. Gürültüde, insanlar arası ilişkiler ve yaşamın kuralları okunabilir. Gürültü, melodi, uyumsuzluk, harmoni; insan tarafından özel aletlerle biçimlendirildiğinde, insanın zamanını aldığında ve bir ses olduğunda, gürültü gücün kaynağı, o bilinen rüyanın -müziğin- amacıdır. Estetiğin, İleri akılcılığının kalbidir ve arta kalan mantıksızlık için bir sığınaktır; bir güç aracı ve eğlence biçimidir."

(Jacques Attali, 1985).

Video estetiği düşünülduğünde, film kuramlarından önemli dersler çıkarılabilir. Fakat, film kuramlarındaki görüşler değiştirilmeksizin videoya uygulandığında, görüntü üzerindeki aşırı vurgunun neden olduğu dengesizlik, olumlu bir yanlışlık yaratabilir. Ses ve görüntü kaydının öyküsünde, ses ve görüntü arasında önemli bir ortaklık ve etkileşimin bulunduğu görülebilir. Örneğin, 1920'lerin sonlarında, senkronize (eşzamanlı) sesli filmin kullanılmaya başlanması ile, radyodan (ses naklinden) yaptıkları kârlarla zenginleşen şirketler, film endüstrisini sömürgeleştirmişlerdir. Video, anlatış biçimi ve estetik

(*) Arms, Roy. "Aesthetics of Video Sound" **On Video**. London: Routledge, 1988. s. 160-185.

(**) Açıköğretim Fakültesi

terimleriyle, televizyon ve sesli filminden geçerek, iki atası olan radyo ve sessiz sinemaya ulaşır. (Bu nedenle, bundan sonra yapılacak olan iki bölümlük video tartışması, geleneksel düzeni tersine çevirebilir ve ilgiyi öncelikle video sesine çekebilir.)

Ses - Görüntü İlişkisinin Çeşitliliği

1890'lardaki ilk başlangıçtan itibaren, sinema perdesinde hareket eden gri, sessiz hayallerin bir müzik eşliğine gereksinimi olduğu görülmektedir. Sinema müzisyenlerine iş verilmesini haklı çıkarmak için ileri sürülen çeşitli açıklamalara göre (öyle ki bu kişilerin ücretleri, 1920'lerde bir film gösteriminin maliyetinde önemli ölçülere ulaşmıştı), projektörün sesini gizlemek için ve izleyici yanındakilerden gelecek çeşitli gürültülerden (öksürük, fısıltı, hışırtı...) korumak için, müzik gerekiyordu. Fakat asıl açıklama elbette doğal ve zorunlu seslerin insanlık dışı bir biçimde kesilip atılmasıyla, bu yansıtılan görüntülerdeki resimlerin, hayaletimsi yapısıydı. Perdedeki zayıf hayaletlerden, ölü izlenimini kaldırmak ve onlara gövde ya da ağırlık vermek için, müzik gerekliydi.

Sinemanın başlangıcında, sık sık unutulmuş diğer bir ses ögesi de sahne operatörünün (the compere ya da fairground) sesli sunumuydu. 1906'ya kadar son on yılda, anlatı filmlerinin daha da gelişmesiyle, "lantern slide" (resim yansıtan fener) serileri ya da stereograph" gibi, varolan biçimler örnek alındığı sıralarda, sunum şekli de bu büyüleyici "lantern" göstericisine benziyordu (Fell; 1974, s. 122-63). Lumiere'ler, aile dostları sihirbaz Felicien Trewey ile 1896 yılında Londra'da ilk kez sinematograf gösterisi yaparak, bu modeli uygulamaya başladılar. Perdenin yanında, ayakta duran sunucunun sözleri, sahneleri, karakterleri tanımlayarak, öyküyü anlatarak ve görüntülerin anlaşılmasını sağlayan sözlü bir metin oluşturarak, izleyicileri görüntüleri anlamaya yönleltiyordu. Bununla beraber, 1900'lerin başlarından itibaren Western film yapımcıları, görüntülerin öyküyü yarımsız anlatabilmeleri için, anlatımı içselleştirmeye koyuldular ve giderek bu anlatım biçimi, sunucunun yerini aldı. Birinci Dünya Savaşı'ndan önce Avrupa'da genellikle sunucuların kullanılmadığı kabul edilir. Ancak, bu konuda belgeler yetersizdir ve Norman King 1981 yılında Provencal eyaletinde sessiz film gösteren, gezgin bir gösterimciye rastladığını kaydetmiştir (King; 1984, s. 2-15). Böyle bir sunuş şemasında, görüntüler baskın değildir. Bunun yerine, hem sunucu hem de müzisyenlerin fiziksel ve duyulabilir varlıklarıyla bi-

çimlenmiş bir gösterimde, görüntülerin egemenliği biraz fazla indirgenmektedir.

Doğu sinemasının tarihsel araştırmalarında, bu ilk sunuş biçiminin Avrupa'da çoktan ortadan kalkmasından sonra bile, 1930'ların başında sesli filmlerin gelişine dek Hindistan'da (Baskaran; 1981, s. 81) ve özellikle Japonya'da (Anderson ve Richie; 1959, s.23-6) bir gelenek gibi kalması açıkça görülebilir. Sunucu ya da "benshi", sessiz sinema boyunca Japonya'da film gösteriminde, anahtar kişiydi. İzleyiciyi yöneltme fırsatını kullanarak, film üzerinde kendi yorumunu yapıyordu. Böyle bir sistemde filmin anlamı, bütünüyle sunucunun zorunlu olarak başka anlama da gelebilen, görüntüler üzerindeki yorumlarına dayanıyordu ve iki ayrı "benshi"nin yorumladığı aynı görüntüleri görmek, bütünüyle ayrı iki film deneyiminin yaşanması demektir. Hem aldıkları ücretler hem de sinema reklamlarında yer almaları "benshi"nin önemini yansıtıyordu ve her iki durumda da ünlü yönetmen ve oyuncularla eşit konumdaydılar. Basit bir yaklaşımla, film öyküsünün evrensel ve kaçınılmaz bir modeli olarak kabul edilen bu değişim örneği, kendine özgü ekonomisini ve yaratıcılığını henüz bulan, video'ya benzer yeni bir ortamın potansiyel bir dönüşümünü gösterir.

Batıdaki film yapımcıları, zaman ve mekan düzenlemesinde ayrıntılı yapılar geliştirirlerken, film öyküsünü kurmuşlar ve sunucuyu kaldırmışlardır. Film sunumunda anahtar rolünü sürdüren müzik ise, fotoğraflık görüntülerin ve açıklayıcı ya da ara diyalog yazılarının tek bir akış içerisinde birleştirilmesine yardımcı olmaktadır. Müzik görüntüleri destekledi, fakat görüntülerin egemenliği altında kaybolmadı. Müzisyenler, salonlarda izleyicilerle birlikte belirli bir yerde bulduklarından ve çıkardıkları sesler mekanik bir üretime bağlı olmadığından, bağımsız bir statüyü korudular. Film yapımcıları, öykü anlatımında gerçekçi biçimler yaratmayı amaçladılar. Ancak film gösterimi, tüm anlamın belirli kısımlarını taşıyan, üç ayrı değerlendirmeyi beraberinde getirdi. Bunlar, fotoğraflık olarak çoğaltılmış ve yansıtılmış görüntüler, okunması gereken arayazılar ve izleyicinin kendi fiziksel mekanı ya da ortamından gelen gerçek müziktir.

Ekonomiyle birlikte, anlatım olayını da değiştiren, eşzamanlı sesin kullanılmasının, sinema üzerinde müthiş bir etkisi oldu (Gomery; 1980 b). Fotoğraflık görüntüler, arayazıları en aza indirmeye çalışan birçok sessiz film yapımcısının istediği şekilde, süreklilik kazanmıştı. Arayazıları kaybolurken, yerlerini yeni bir öge olan oyuncunun sesi

aldı. Müzik ise artık kaydedilmiş bir ses (selüloit şerit üzerindeki görüntülerle paralel olarak kaydedilen ve daha sonra optik olarak aktarılan) olmuştu. Radyo, sinemanın dönüşümü için gerekli sermayeyi verebilir ve birçok uygulamasıyla da film yıldızlarının yerini sağlamlaştırabilirdi. Fakat, radyonun ses kayıt ve balans (mikrofonların uygun yerleştirimi) tekniği, film yapımcılarına çok az yardımcı olabiliyordu. Radyo konuşması öncelikle “doğrudan seslenme sistemi” ile tanımlanıyordu ve sonra bunu televizyona miras bıraktı. Ancak bu, izleyiciye sadece dolaylı olarak seslendiği kurgusal anlatılarla ni-kahlı olan film medyasıyla pek ilgili değildi. Benzer biçimde, tamamen düşsel bir dramatik sahne içerisinde, işitsel berraklığın korunması ve dinleyici ile samimi bir bağlantı kurulmasıyla radyo draması, görüntü ve sesi birleştirerek, gerçekçi bir dramatik mekanı ilerletmeye ve korumaya ilgi duyan film yapımcılarına çok az şey sunar.

Geriye dönüp bakıldığında, sesli sinemanın ilk yılları özellikle büyüleyicidir (Wood; 1984, s. 16-24). 1930'ların başlarında, film yapımcılarının ses ve görüntü bütünlüğünü başarma çabalarında, bu iş için hiç de akıcı bir yeterliğe sahip olmayan aletleri kullanmaları (kameralar, ses kayıt cihazları, kurgu masaları ve mikserler), çağdaş video yapımcılarının uygulamaları için değerli ipuçlarını verebilir. Yaratıcı bir birleşmeyi başarmaya çabalayan film yapımcılarının yaşadığı zorluklar, ses-görüntü ilişkilerinde ayrıntıların altını çizmeye hizmet edebilir. Bunun bilincine varmak tamamen ters konumda olan video yapımcıları için, özellikle önemlidir. Çünkü video yapımcıları ses ve görüntü senkronizasyonunu (eşlemesini) kolayca gerçekleştirebilirler ve senkronun yarattığı sınırlılıktan, bilinçli olarak kurtulmaya ihtiyaç duyarlar.

Sesli filmin bulunması, birçok sorunun çözümünü de beraberinde getirdi; çok kameralı çekimler (Birden fazla açılı çekimlerde, farklı odak uzaklıklarında birkaç kameranın kullanımı, tek bir kameranın arka arkaya ayarlanarak kullanılmasıyla aynı şey değildi), playback sistemi (Fakat önceden kaydedilmiş müziğin, çekim anında araya girişinin perdede dramatik bir gerilim yaratmaya pek az etkisi vardı), geri yansıtma (back projection) sistemi (Bu da yansıtılmış görüntülerin önünde oyuncuların oynaması, görüntü bütünlüğünü bozuyordu) gösterilebilir. Görüntü ve sesin mükemmel eşzamanlı çekimi ve kaydından önceki 1930'ların başındaki bütün bu yapım stratejileri, ses ve görüntü arasında potansiyel olarak yaratıcı bir etkileşim bulunduğuna göstergedir. Fakat teknik olarak mükemmel sayılabilecek

türde ses ve görüntü bölümlerine sahip video sisteminde kolay eş-zamanlılık, bu yaratıcı etkileşime engel olmuştur (Altman; 1980, s. 3-5).

Geleneksel sinemada, ses ve görüntü gösterim sırasında 20 ka-relik gecikmeyle hemen hemen yan yana giderler. Bu ayırım gereki-yordu. Çünkü, projeksiyonda görüntüler aralıklı olarak kapıdan ge-çerken, ses sürekli olmalıdır. 1930'ların başında, ses niteliğinde önemli bir kayıp olmaksızın "mix" ve "yeniden kaydetme" işlemi önemli bir gelişmedir. Bu, ayrıca kaydedilmiş olan müzik ve efektle-rin, normal olarak diyaloğun temiz ve berrak kaydını içeren bir stü-d-yo kaydına ilavesini sağladı. Eşzamanlı ve yan yana, herbiri ayrı ses bilgisi taşıyan birkaç ses kanalının kurgulu bir şekilde kullanılması, zorunlu olarak ses hiyerarşisine yol açtı (Doane; 1980, s. 47-56).

Ses ve görüntü kaydında 1951'e dek optik yöntemler kullanıldı-ğından, film stok emülasyonlarındaki gelişmeler görüntü niteliği ka-dar, ses için de çok önemliydi. 1950'lerin başlarında manyetik kayda doğru değişim, kayıt ve yeniden kayıt (re-recording) aşamasında se-sin niteliğini ilerletti. Ne var ki, sinema patronların içinde bulunduğu ekonomik sıkıntılar nedeniyle, gösterilen filmler optik kayıt taşımayı sürdürdü ve iştirilen seste bir devrim gerçekleştirmedi.

Manyetik kayıt sesler üzerinde yeni bir oynama özgürlüğü ve daha nitelikli sesler sağlıyordu. Fakat geriye dönüp bakıldığında, bel-ki de en temel etkisi, fotoğrafı simgesel biçimde tahtından indirme-siydi. 1930 ve 1940'larda usta editörler optik ses kaydını görsel ola-rak "okuyabilir"ken, ses artık manyetik playback olanaklarının kul-lanılmasıyla da daha "anlaşılır" oluyordu. Aynı şey video kaydın-daki görüntüler için de geçerliydi. Hatta video, ses ve görüntü den-gesinin yeni bir göstergesidir. Görüntüler de artık, önceleri ses için tasarlanmış olan manyetik kayıt sistemiyle kaydedilmekte ve yine bu yolla okunabilmektedir.

Televizyonda görüldüğü gibi, fotokimyasal malzemelerden de aynı uzaklaşma olmuştur. Elektronik sistemler için mekanik görüntü oluşturmundan vazgeçildiğinde (1937'nin şubatında BBC'nin Baird transmisionunu bırakmaya karar vermesinde olduğu gibi), film-den bir adım daha uzaklaşma demektir. Zworykin'in yöntemindeki (ve dolayısıyla EMI'nin emitron kamerasından) en büyük eksiklik, film görüntülerinin taranması aşamasındaydı. Film materyali, televizyon çıktısının önemli bir bölümünü oluşturmasına karşın, telesine cihaz-

ları televizyonun kendi örgütsel yapısını kurmasından çok sonra bile çalışmaya başlamamıştı ve sinema -belirgin görsel vurgusuyla- bir yayın medyası olarak televizyonun özgün tanımında çok rol oynayabilirdi. "Canlı" olmasının bir sonucu olarak, bir stüdyoya hapsedilmiş ve yeterli kayıt sisteminden yoksun televizyon, radyodan çok yararlandı ve onun doğrudan sesleniş biçimini elinde olmadan benimsedi. Çoğu yönden tam anlamıyla "resimli radyo" idi; sözgelimi BBC haberleri, iyice kurumsallaşmış dünya haberleri veren filmlere hiçbirşey borçlu değildi. Bunun yerine haberler, eğer varsa fotoğraflarla desteklendi ve aslında bir raporun okunması gibi algılanan haberler, radyonun bu konudaki deneyimsiz sunucuları tarafından sunuldu. Televizyonu sesin egemen olduğu bir medya yapan yalnızca ekranın küçük boyutları ve siyah-beyaz görüntüler değildi; özü, finansı, teknolojisi ve örgütlenmesi tam bir radyoyu yansıtıyordu. Sonraki teknik gelişmelerde -mükemmelleştirilmiş telesine sistemleri, yüksek nitelikli görüntü tanımlanması, renk- ses reproduksiyonu genelde sabit kalırken, televizyonun görsel niteliği güçlendi. Günümüzün plak ve kompakt disklerinde (CD) ses açısından, "hi-fi" stereo niteliğinde bazı eksiklikler görülebilmektedir. Fakat sonuç olarak, sesin bütünüyle ikincil rol oynadığı bir medya değil, istenilen etkinin ses ve görüntü dengesini yaratmada kullanılan bir medya olduğu söylenebilir.

Bu kısa incelemede görüleceği üzere video, bu yüzyılın başlarında başlayan bir gelişmenin zirve noktasındadır. Konumu filminkinden çok daha merkezidir. Hatta sunucuların ya da anlatıcıların kullanılmaması ve sesli filmin ortaya çıkışı arasında, sinemada mükemmelleşen görsel düzenlemenin karmaşık sistemi bile, bu ışık altında "yarı delilik" gibi birşey olarak görülebilir. Bu "yarı deliliğin" pekçok çarpıcı nitelikte artistik işler üretmiş olmasının olgusu, ses ve görüntü reproduksiyonunun bir bütün olarak olgunlaşması, içerisindeki tekilliği ortadan kaldırmaz. Kuşkusuz film, bütün görsel-ışitsel iletişim örgütlenmesinin (video ve televizyondaki düzenlemeye karşı olarak) temel biçimi olmaktan çok uzaktır. Pekçok film kuramı bunu böyle kabul eder.

Video sesini bu karmaşık ses-görüntü ilişkileri tarihine, teknik mükemmelliği nedeniyle kolayca yerleştirmek çok önemlidir. Film yapımı için, senkron tahtası (clapper-board), kamera ve kaydedicinin eşzamanlı olarak kilitlenmesi ve kurgu masasında eşleme sırasında ses ve görüntü materyallerinin kolayca montajı gereklidir. Fakat bütün bunlar, kısaca eşzamanlı sesli çekimler, video için zah-

metsizdir. Sonuç olarak, birbirine değişmez bir şekilde kilitlenmiş ses ve görüntü bloklarının bir yapım ortamındaki sınırlılığı, video'nun doğalcı bir estetik yapıya kapalı olduğunu gösterebilir. Aynı zamanda, videonun kurgu yöntemleri -birbirlerine bağlı kayıt ve okuma cihazları bir sistem içerisinde bütünleştirilerek-, film kurgu yöntemlerindeki gerekli el becerisi ve ustalığından yoksundur. Eşzamanlı bir uyum içerisinde ses ve görüntünün içiçe geçtiği video kaseti, kurgu aşamasında, yan yana akan fakat taşıyıcı yapılarıyla (biri selüloit, diğeri bant) açıkça farklı olan, film kurgusunun karakteristiğindeki ses ve görüntünün iki kanalından gelen uyarılardan çok daha ayrı, bir ilk tepkiyi harekete geçirebilir. Bu sonuncusu zorunlu olarak, yapay bir şekilde birleştirilmiş olan film baskı ve yapısının farkedilmesini sağlayabilir. Sesi de görüntüye karşı bir rol oynamaya iter.

Bu bölümde öne sürülenler ve sonuçtaki video imajı tartışması şu şekildedir. Video sanatı, doğalcılıkla karşılaşıldığında ve eşzamanlılık, ses ve görüntü ilişkilerinin değişik bir model içerisinde en uygun bir konuma indirgenmesiyle başlar. Tom Levin'in belirttiği gibi pekçok film kuramı -Bela Balasz'dan Christian Metz'e, Stanley Cavell'den Jean Louis Baudry'e kadar- gerçek sesi kaydedilmiş olandan ayırdetmeye hiç bir olanak olmadığını ve bu ikisinin varlıkbilimsel (ontolojik) olarak eşdeğer olduğunu varsayar (Levin; 1984, s.56). Hatta hiçbir şey gerçekten öte olamaz. Kaydedilmiş ses, doğal olarak yapaydır ve resim ve fotoğrafçılıktaki görsel perspektif sistemi kadar ayrıntılı bir biçimde düzenlenmiştir. İlgı duyulması gereken sorun da budur.

Video Sesinin Yapısı

İzleyicilerin, görüntü ve sesleri algılamaları ve tepkilerinde belirgin ayrımlar vardır ve bunlar incelenmesi gerekli etkenlerdir. Ancak, ses ve görüntülerin kaydedildiği video yapımindan başlanırsa, iki işlem arasında benzerlikler oldukça yakındır. "Belirli bir uzay boşluğunda dalga hareketi biçiminde havanın işitilebilir karışıklıkları" gibi, Alan Williams'ın ses tanımını benimsemek, sık sık ihmal edilen bir yönü -işitmenin koşullarını- vurgulamaktır. İşitme koşulları değişirse -dev bir konser salonundan tek odalık bir daireye, açık havadan kapalı yerlere- o zaman "eşdeğer" sesler (bunlar söz gelişi, bir keman solosu ya da bir tabanca patlaması) farklı duyulmalıdır.

Normal koşullarda bu farkın bilincinde olunmadığı ve her seferinde "aynı" keman ya da tabanca sesinin duyulması gerçeği, iki

sesin "eşdeğer" olduğunun varsayılması için bir temel değildir. Görsel algılamamanın, göz kırpmaya ve baş çevirme gibi, potansiyel olarak ayırıcı ve göze batan bir olgunun varlığına karşın, düzenli ve durağan bir dünya duyumunu sürdürecektir bir biçimde düzenlendiği, önceden belirtilmiştir. İşitsel algılama da benzeri bir işlemi gerçekleştirecek biçimde çalışır. İki ayrı akustik çevrede, tek bir keman ya da tabanca sesi aynı işitilebilir. Bu nedenle, sağduyu varsayımını tatmin için, bir keman sesi keman gibi, bir tabanca sesi tabanca gibi duyulacak, düzenli bir oluşumu gerekli kılar. İşitsel algılamada bu türden bir ayarlama yapılabilir. Çünkü, böyle düzenlemeler için günlük yaşamdan pekçok örnek verilebilir. Herkesin gürültülü ortamlarda konuşmaya çalıştığı durumlar vardır. Bu gibi durumlarda, arkadaşımızın sesini, normalde olabileceğinden daha açık duyurabiliriz. Sesin yükseltilmesindeki gibi (bir yakın çekim gibi), ses odaklanamaz; arkadaşımızın sesini yüksek işitemeyiz ve arka plan gürültülerinin indirgenmesiyle, ancak sesini çok açık bir şekilde işittirebiliriz. Objektif olarak sesin çevresel seslerle kuşatılmasıyla bu olay, insanın algılama çabasının sadece bir etkisi olabilir.

Sesin bir ortamdan diğerine aktarılmasında (sesin kaydedilip ve yeniden okunması zorunlu olduğunda) seste değişime yol açabileceği -hatta bir kayıt ve okuma sisteminde herhangi bir bozulma olmaksızın algılansa bile- bellidir. Durum her zaman böyle olmayabilir. Yüzeysel gürültüleri etkileyici olarak keserek temiz bir ses oluşturan Dolby gürültü indirgeme sistemi üzerine John Belton'un yorumu, gerçekten bu durumdaki bazı çelişiklere ya da paradokslara işaret edebilir. İlk olarak, "doğal" ses araştırması, bütünüyle bir yönlendirmeyi içerir; kayıt sırasında genliği yapay olarak yükseltmek ve okuma sırasında ise bant gürültüsüyle (hiss) birlikte indirgemektir. İkinci olarak, Dolby'nin hemen hemen gürültüyü tamamiyle yok etmesi, mükemmel bir sesle sonuçlanır. Belton'un sinemada gözlemlediğine göre (tartışmalar, aynı zamanda video'ya da uygulanabilir);

... gerçekliği anlatabilmek için gürültünün belirli bir miktarı gerekli olmuştur; onun yokluğu, henüz dünya içerisine girmeden önceki bir noktaya ve kendi gerçekliği içerisine doğal eksikliklerin görüldüğü, ideal bir varoluş durumuna dönüşen bir sese dikkat çeker. Ses kanalı ya da izi, dış dünyanın gerçekliğinin ötesinde psikolojik gerçekliğin içselliği içerisinde ilerleyerek, yapay olarak sessizleşmiştir.

(Belton, 1985: 67)

Kayıt-okuma sistemindeki bozulma (distortion) miktarı, normal koşullarda duyulamayacak kadar küçük olsa bile, işitsel bir "varlık" sunulurken, mikrofon sesi belirli bir perspektiften kaydedip ve hoparlörün de onu yeni bir ortamda farklı bir noktadan yeniden okuması düşünüldüğünde, bir değişme meydana gelecektir. Burada "gerçekliğin" bir noktadan diğerine taşınmasıyla değil, görsel sunumun film kamera-projektör ya da video kamera/monitör sistemine benzer bir kayıt (dolayısıyla bir sunum) sistemiyle ilgilenilmektedir. Alan Williams ses kaydının gerçekliği sunmasıyla değil, onun "bir perspektifini, örneğini ya da bir tarzını" vermesiyle daha iyi anlaşılacağını belirtmekle haklıdır (Williams, 1980: 53).

Bir gerçeklik duygusu veren bu medyalardan istenen algılama koşullarının bir kısmının (hepsinin değil) yerine geçmeleri ve yeniden üretilebilmelerinde göze batar bir şekilde durumlarına dikkat çekmemek olduğundan, kaydedilmiş sesin bir ortamdan diğerine iletilmesinde, var olan bozulmalara ek olarak (Örneğin, Dolby sistemi sesteki en yüksek ve en alçak noktaları keser) her kayıt sistemi kendi bozulmalarını (distortions) da yarattığından, işte burada can alıcı ses sorunu ortaya çıkar (Belton, 1987: 67). Gerçekten, bir ses kayıt cihazı kullanan herkesin farkına varacağı gibi, mikrofon, üç boyutlu olayın tamamını kapsayan ses üzerinde tek ve temiz bir perspektif elde etmenin özellikle yetersiz bir yoldur. Kuşkusuz, bir kameradan çok daha yetersizdir ve herhangi bir karmaşık ses olayının kabul edilebilir bir kaydı için, farklı, özel yönel karakteristikleri ile, bataryaları dolu mikrofonlara gerek duyulur. Çeşitli noktalara yerleştirilmiş ya da asılmış muhtemelen yarım düzine mikrofonun bir senfoni orkestrasının kaydında kullanılması gerçeği, bir mixer yoluyla dengelenerek (balance) ve geleneksel bir televizyon setinin mono hoparlör sisteminden işitilen sesin gerçekte yaşanana eşdeğer bir şey sunduğu anlamına gelmez. Yalnızca -bir sunum olarak-, algılama koşullarının yeterli olduğu kabul edilirse, bir izleyici olarak bizleri tatmin edebilir.

Video sesi, yalnızca, kayıt anında kullanılan mikrofonlar ve mixer'ler anlamında bir yapı değildir. Aynı zamanda, ses düzenlemesinin sonraki süreçlerinde ve video kurgusundaki paralellikler şaşırtıcıdır. İşitilebilir bozulmalardan (distortion) kaçınmak, sinyal-gürültü oranını (the signal-to-noise ratio) düzeltmek ve iyi bir ses kalitesi vermek için bir dizi standart işlem vardır. Bunlar, ses izlerinin (kanallarının) hiyerarşisini, iki sesin derece derece karşılaştırılmasıyla geçişin sağ-

lanmasını, görüntü kesmelerinin sesle örtülmesini ve yakın çekimler için mikrofonu yakınlştırıp, uzak çekimlerdeki ses kaydında da belli bir mesafede tutarak, çekim türüne göre mikrofon yerinin uyumunu sağlayan bir ses perspektifini içerir (Doane, 1980 b). Bu sonuncu işlem önemli sonuçlar doğurur. Çünkü, konuşan bir kişinin uzağına yerleştirilmiş bir mikrofon, yalnızca doğrudan gelen sesi değil, aynı zamanda, duvarlardan, tabandan, tavandan yansıyan sesi de toplar. Böylece, ayrı nitelikte algılanan bir ses üretir. Bu ses işlemleri, görsel düzensizliklerden kaçınmanın iyi bilinen kurallarına (tüm teknik kitaplarda listelendiği gibi) benzemektedir. Bu kurallar, geleksel film-video anlatımında, dramatik mekânın yaratılmasında, sahne boyunca çizilmiş 180 derecelik düşsel çizginin dışına çıkılmasının engellenmesi (aksi takdirde karakterler tuhaf biçimde sahnenin bir yanından diğer yanına kaydığı görülebilir) ve ardışık çekimlerin arasında aynı eksenin korunması veya en fazla 30 derecelik bir oynama yapılması (bir atlama ya da sıçramadan sakınmak için) gibi, işlemlerden oluşur.

Videoda geleneksel ses pratiği, filmdeki gibi, kendine özgü bir hiyerarşiyeye sahiptir (artistik etki için, elbette bunun dışına çıkılabilir). Konuşma müziğın üzerinde, müzik de genel ses efektlerinin üzerindedir. Sonraki ses eşlemesi için, ses izlerinden birkaçı kurgu masasına yatırıldığında bir hiyerarşiyi yansıtır ve profesyonel uygulamada çoğunlukla çekim sırasında öncelikle kaydedilen konuşmadır. Yine, bu işlemlerin bir çekim içerisinde figürlerin çerçevelenmesi ve ortalanmasıyla, görüntü izindeki hareket ve karakterin ön plana konulmasında paralellikler vardır.

Gerçek anlamda, ses kaydının ve kurgusunun sanatı, yalnızca hareketlerin kesildiği anlarda bilinçli olarak farkına varılabilen bu ses öğelerini kontrol etmektir (yalnızca kapısı açıldığında farkedilen buzdolabının gürültüsü, yalnızca “durduğunda” duyulan saatin tiktakları...). Çevre seslerinin alımında sürekli bir efekt kanalının (atmos-track) kullanılmasıyla sesin dengelenmesi ya da filitrelenmesi ve ses izindeki “delikler” den kaçınılması (çünkü dinleyici tarafından sessizlik olarak değil, mekanik bir bozukluk olarak algılanabilir), çekimlerdeki değişiklikleri gizleyebilmek için, sıralı baskıların üzerindeki hareketlerin kesilmesi ve kesmelerin birleştirilmesi gibi, çeşitli görüntü süreçlerine, işlevsel olarak çok benzer işlemlerdir. Diğer önemli koşul da, bir tehlikeyi ya da süprizi göstermek için sesin kesilmesi ve bir sahnede görülmeyen karakterin ortaya çıkarılması

için konuşmanın kesilmesini içerir. Bu ekran dışında da aynı biçimde işler, görülen şey kesilir, görülmeyen için bir boşluk yaratılır.

Bütün bu ses işlemlerin altında yatan, klasik Hollywood sürekliliğindeki sinemadan miras bir ilke, şu şekilde açıklanabilir. Nasıl ki, iyi görüntü kurgusu kareden kareye geçişi görünmez hale getiriyorsa, iyi ses kurgusu da "işitilmez" olacaktır. Bu da, kaydedilmiş sesteki hünerli düzeltmenin farkedilmemesi ya da durup da, duyulan şeyin ne olduğunun düşünülmesi demektir. Film, televizyon ve video-daki geleneksel uygulama, sesin görüntüden sonra gelmesi gerektiğini kabul eder. Bunu sağlamanın başlıca yolu, ses ve görüntü senkronizasyonudur. Bu yolla sesin hoparlörden değil, görüntüden geldiği ve hatta sözcüklerin görüntüdeki oyuncu tarafından söylendiği yanlışlaması yaratılır. kuşkusuz bu sözde kuralları, anlatı ve dökümanter yapımlarında video ve film yapımcıları bazen bozabilirler. Ancak, ses ve görüntü ilişkilerinde izleyici beklentileri için bir temel atarlar.

Filmden videoya miras kalan geleneksel ses sistemi incelikli, fakat etkilidir. Her düzeyde bir ustalığa dayalı olan, ancak amacı, açıkca bazı kuramcıların öngördüğü gerçek sesi vermek olmasa da, insan algısına yaklaşan -onunla özdeş olmayan- yollarla ses materyalinin belirli öğelerini biçimlemektir. Bir kez daha sesin ve görüntünün koşutluğu yakın düşmüştür. İnsan gücü, bütün bir sahneden özellikle ilgisinin çekildiği bir öğeyi seçebilmesine karşın, görsel yakınlık sağlayamaz. Fakat, değişebilir uzaklık ve açılardan oluşan film ve video sistemi, ilginin artması anlamına gelen, kabul edilebilir ve kolayca anlaşılır görsel bir model sunabilir. Benzer biçimde, ses dengesi (balance) ve perspektif düzenleri, gerçekte duyduğumuz seslerin aynısını üretemezler. Ancak, sahnenin amaçlanmış anlamını çıkarmamız için gerekli ipuçlarını verirler.

Video icat olana kadar, sinema da özellikle Jean-Luc Godard ve Alain Resnais gibi avrupalı yönetmenlerin uyarımları üzerine, bu gibi düzeneklere bir dizi saldırıda bulunulmuştur. Bu dönemdeki Godard filmlerinden birkaçı, Hollywood'ca bütünüyle yok sayılan türden işitsel deneyimler sunar bize. Örneğin "Vivre sa vie" (1962), gerçek bir kafa içerisinde bir tek çok yönlü mikrofonla yapılan kaydın uzaklaştırıcı etkisi ve bir sahnenin bir kısmından tüm ses kanalının kaldırılmasının etkileri, yorumlamamıza izin veren sahneleri oluşturur. Bu gibi yenilikler iki kat önemlidir. Ses-görüntü bileşimine rekabet edebilen ya da daha da geliştirilebilen yeni modeller sunarlar. Aynı zamanda tüm standart yapım el kitaplarında tanımlanan süreçlerin, ne

dereceye kadar bir izleyiciden yeni tepkiler arandığında, değiştirilebilecek düzeneklerden başka bir şey olmadığını vurgularlar. Bu derslerden her ikisi de, bir izleyici olarak, geçmişteki film ve televizyon deneyimleriyle, işleri kaçınılmaz bir şekilde renklenmiş olan ve ses-görüntü bileşimi için ayrı olarak yeni potansiyellere sahip bir ortamda çalışan video yapımcıları için yararlıdır.

Ses, Mekan ve Ekran

Tek bir çalışma sınırları içerisinde bile, ses ve görüntü arasındaki ilişki kompleks ve değişkendir. Bu çalışmayı görsel olarak somutlaştıracak bir video bandı olmadığından, örnekler özellikle iyi bilinen ve video bandı olan filmlerden seçilmiştir. Videodaki ses ve görüntünün, farklı dengelerini bozmayacak terimlerle tartışılmıştır. Hem video hem de filmde genel, ortak bir ses-görüntü ilişkileri alanı olduğundan ve özellikle film ses kaydında otuzbeş yıldır elektromanyetik bantlar kullanıldığından, bu çok zor değildir.

Açıkça görüldüğü gibi, ses-görüntü ilişkisinde, otomatik olarak görüntünün baskınlığını öngörmeyecek ve böylece önce görüntüleri tanımlayıp sonra da onların oluşturdukları anlamın iletiminde sesin nasıl yardımcı olduğu sorusunu ortaya koyacak yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Burada görüntülerin tek başlarına belirgin anlamlar taşımaktan uzak oldukları savunulacaktır. Tıpkı haber fotoğraflarının bir başlığa ve sessiz sinemanın da alt yazılara ihtiyaç duyduğu gibi, video bandındaki görüntüler de anlamdaki temel belirsizliğin ortadan kalkması için sese ihtiyaç duyarlar. Video'da sesin rolünü anlamamanın en iyi yolu, video bandında video izine eşlik eden ve video iziyle birlikte yapılandırılmış ses izinin işgal ettiği çeşitli mekanları, gözönünde bulundurmadır (Doane 1980a).

Herhangi bir videoda (veya herhangi bir filmde), üç mekan tanımlanabilir ve global olarak diyebiliriz ki, görüntüler birinci mekanda baskınsa ve ikincisinde de kendileri yer kaplıyorsa, üçüncü mekan tümüyle sese aittir. Bu mekanların ilki ve en belirgin olanı, ekran mekanıdır. Bu belirgin olarak çizilebilecek ve ölçülebilecek bir mekandır. Çekimleri listeleyebilir ve onları diyalog, müzik ve efektlerin yanına kolonlar halinde sıralayabiliriz. Bu mekanlardan en az sorun çıkararak, görüntüye ait olan mekandır.

İkinci mekan daha özenli bir tanım gerektirir. Eserin yarattığı, kurgusal ya da kurgusal olmayan bir dünyanın düşsel mekanıdır o.

Onu ayırdetmek için, film kuramında kullanılan terim "diegesis"tir ve The Shorter Oxford İngilizce sözlüğü "diegesis"i hem bir anlatı, hem de bir durumun ifadesi şeklinde tanımlar. Öyküsel ya da belgesel yapıtlara uygulanabilen bir terimdir. Burada yalnızca gerçekte duyulan ve görülen bir mekan ile değil, aynı zamanda herhangi bir noktada ses ve görüntünün işaret ettiği, olmayan mekanla da ilgilenilmektedir. Henüz açıkça görülmemiş ve duyulmamış öğeleri de dahil ederek, "diegetic mekan" video ile birlikte zihinlerde varolan bir mekandır.

Buna mükemmel bir film örneği, 1940'ların başında Michael Curtiz'in "Mildred Pierce" sidir. Bir adam vurulup düşer, perdenin dışına doğru bakar, "Mildred" sözcüğünü mırıldanır ve ölür. Filmin sonuna dek onu vuran kişi ve onun nereye baktığı bilinmez. Fakat, bu görünmeyen görüntüler tüm film boyunca hayalet gibi gezinir. Doğal olarak Mildred'in katil olduğu varsayıldığından en sonunda katilin onun korumaya çalıştığı kızkardeşi olduğunu keşfedene dek, bu düşünce, filme olan tüm tepkiyi biçimlendirir. Mildred Pierce tamamı perde mekanında görülmeksizin, diegetic mekanın bir parçasını oluşturabilen duyulmamış ve görülmemişe olan kuşku ile ve neredeyse bir ders kitabı havasında oynanır. Kuşkusuz bu tür bir serüven uç bir örnektir ama, her video yapımcısının, izleyenin duyma ve görme arzusuyla oynamak ve bu arzunun gecikmesinden duyulan zevk yoluyla ilgi yaratmak için bazı küçük fırsatları vardır.

Ele alınması gereken üçüncü mekan, ne ekranın ne de diegetic mekanın bir parçası olmayan öğelerce işgal edilen mekanı kapsayan ses alanıdır. (Katılımcılar tarafından görülmez ya da duyulmazlar. Fakat, izleyenler olarak ses ve görüntülere tepkiyi belirlemede önemli bir rol oynarlar.) Bu prensip olarak yorum ya da üst-ses ve arka planda eşlik eden müzik tarafından işgal edilen mekandır.

Ekran Mekanı

Ekran mekanı düzeyinde -teknik kitapların en ilgili olduğu düzey-, görüntüler kaçınılmaz olarak önceliklidir. Çünkü biz de sesi yalnızca görüntülerle olan ilişkisine bağlı olarak tanımlamaktayız. Ekranı başlangıç noktamız olarak alırsak, yalnızca iki grup vardır; ses kaynağının ekran üzerinde var olduğu sesler ve ses kaynağının ekran dışında olduğu seslerdir. Ekran üzerinde kaynağının görüldüğü sesin (ekran sesi) ilk işlevi, sessiz sinemadaki müziğinin rollerinden birisini doldurmaktır; görüntülere ağırlık ve boyut vererek, fotoğrafik yeniden

üretim ve hareketin birleştirilmiş gerçekliğini güçlendirmektir. Kapı çarpmasını ya da tabanca patlamasını duyduğumuzda, aksiyon daha inandırıcı ve somut olur. Burada gerekli olan tek şey, olayın iki yönünün zaman içerisinde çakışmasıdır; kapı tam çarptığında ya da silah ateşlendiğinde sesin duyulması gibi.

Bununla birlikte ses, basit bir şekilde ses efektlerini oluşturmak için filme sokulmamıştır (Televizyon ve videoda yalnızca bu amaç için kullanılmamaktadır). Öncelikle bize konuşmaları vermek için oradadır. "The Jazz Singer" filminden bir sonra gösterime giren "Don Juan" filmi eşzamanlı müzik ve efektler içermesine karşın, normalde The Jazz Singer'in ilk gerçek sesli film olduğunu kabul ederiz. Çünkü, eşzamanlı diyalog ilk onda vardı. Dolayısıyla, sesli film ilk kez 6 Ekim 1927'de izleyicinin, Al Jolson'un "Bir dakika bekle bakalım, daha birşey duymuş değilsin" sözlerini duymasıyla kabul görmektedir. Video, televizyon ve filmde konuşmanın önemini abartmak güçtür. Güçlü iki-yönlü bir gerilim, konuşma ve görüntü arasında işler; gösterilen bir karakter, kimliğini ve varlığını onaylatmak için konuşmaya ve aynı zamanda duyulan bir karakter de görülmeye ihtiyaç duyar.

Bu gerilim, geleneksel anlatıda temel bir öğedir ve karakterler arasındaki duygusal bağlantıların ya da güç ilişkilerinin portresini çizmede kullanılır. En basit bir anlatı düşünüldüğünde; bir araba içerisinde iki karakterin konuşmalarını alan Raymound Ballaur, The Big Sleep (1946)'in Howard Hawks uyarlamasında, Humprey Bogart ve Lauren Bacall'ın oynadığı karakterler arasındaki ilişkinin nasıl tanımlanabileceğini, filmin finaline doğru arabalarını sürerken karşılıklı aşk itiraflarının resmedilmesi yoluyla gösterilmiştir (Bellour 1974-5: 7-17). Yakın çekimde Vivian (Bacall) "Galiba sana aşığım" dediğinde, Hawks aniden ikili bir çekimi keser. Bu çekimde her ikiside konuşmaktadır ve Marlowe (Bogart) dikkatinin bir kısmını virajı dönerken araba kullanmaya vermektedir. Üç çekim sonrasında Marlowe, Vivian'ın sözlerinin bir yankısı gibi kendi aşkını itiraf ettiğinde, Vivian'ın yakın çekimine ani bir kesme ile geçilir. Vivian konuşmaz, yalnızca sevgiyle ekran dışındaki Marlowe'a bakar. Bu basit değişimde, basmakalıp cinsiyet ilişkilerini temsil eden tüm Hollywood sistemi minyatür olarak görülebilir; erkek konuşmakta ve duygulu anlarda bile dışarıyla ilgilenmekte, kadın ise sessiz ve sevecendir.

Konuşma/sessizlik modellerine, Elia Kazan'ın "On the Waterfront" (1954) filminde, eski boksör Terry (Marlon Brando) ve onu çete rei-

sine karşı tanıklık etmesini durdurmaya çalışan fırsatçı ağabeyi Charlie (Rod Steiger) arasında geçen konuşma örnek gösterilebileceği gibi, konuşma ve sessizlik eşit derecede etkiyle kullanılabilir. Brando'nun unutulmaz savunmasını gösteren sahne şöyledir; "Anlamıyorsun. Bir klasım olabilirdi. Mücadeleci olabilirdim. Birileri olabilirdim. Şimdiki gibi bir serseri olmak yerine. Bana bir baksana." 21. sahne, arabaya binerlerken Terry'nin "Senin konuşmanı hiç kimse engellemedi. Charlie" şeklindeki sözleriyle başlar ve Charlie'nin bütünüyle sessiz olduğu üç önemli yakın çekim ile doruğa ulaşır. Konuşma ve sessizliğin değişen bu örnekleme, Charlie'nin yenilgiyi kabul ettiğini (çete patronu tarafından derhal öldüreceği için) ve Terry'nin gerçeklerin farkına varışını, mükemmel şekilde yakalar. Bu da onun önce tanıklık etmesine, sonra da adamları yeniden çalışmaya yönlterek, rüşvetçi sendika patronunun gücünü kırmasına yol açar.

Ses ve görüntülerin eşzamanlı olarak konuşma içerisinde eritilerek, tam bir bütünlük duygusunu oluşturmada ustaca kullanılması belgesellerde de oynayacak bir rolü vardır. Belgesellerde eşzamanlı karşılıklı konuşma materyalinin ve üst-ses yorumunun bir hayli fazla, sıra ile değişimi yeralabilir. Sesin görüntüye bağımlı olduğu yerlerde, eşzamanlı kullanım tekniği (senkranizasyon), genelde temel bir araç olarak görülür. Ses-görüntü ilişkisinin nasıl kullanıldığını anlamanın kesin bir yolu da, dudak eşleşmesi ile, görüntüde sesin üretimi görüldüğünde, sesin nasıl bağımsız bir varoluştan yoksun kaldığını kavramaktır. Büyüleyici ve spekülatif bir makalede, Rick Altman durumun gerçekte tam tersi olduğunu ve ses izinin "söylediği sözlerle aynı anda kuklasını (görüntüsünü) hareket ettirerek, gerçekte kukla-görüntü sesin kaynağını gizlemek için yaratılmışken, sözcüklerin kukla-görüntü tarafından çıkarıldığı yanlışlamasını yaratan bir vantrlog" olduğunu savunur (Altman 1980 b: 67). Altman'ın görüşü, burada ilgilendiğimiz üç çeşit mekanın hepsini kapsar ve bunun tartışmasına sonra döneceğiz. Durum ne olursa olsun eşzamanlılık, görülen ve konuştuğu duyulan hayali karaktere ya da kişiye bağımsızlık verdiği açıktır. Eşzamanlı konuşma sayesinde karakterler, anlatı filminden aktif bir vekil ya da belgeselde gerçeğin canlı bir tanığı olabilir.

Açık şekilde, ekran içerisindeki eşzamanlı konuşma ve efektlere ek olarak, her video yapımcısının kısa zamanda can alıcı olduğunu keşfettiği, ihmal edilmiş bir ses sınıflaması daha vardır. Bu

bütünüyle ne ekran-içi ne de ekran-dışı seslerdir; bir odanın atmosferini oluşturan ince sesler, caddenin gürültülü sesleri; nehrin akıntı sesi ya da rüzgarın aŐalarda ıkardıŐı gürültülerdir. Ekranda grdŐmzde yakından ilgili olmamıza karşın, seslerin eşzamanlı olup olmadıŐının fazla bir anlamı yoktur (uygulamada, oŐunlukla ses, eşleme evresinde bir döngü olarak eklenir). Geleneksel video, televizyon ve film tamamen sessizliŐi reddeden sistemlerdir. "l ses" ya da "ses izindeki bir boşluk" mekanik bir bozukluk anlamına gelir. Ekran içi/dışı ses sınıflaması, ekran mekanı ve diegetik mekân arasında iki yolla bir köprü oluşturur. İlk önce, bir sahnedeki arka plan sesinin kesiksiz akışı, belli bir sayıdaki baŐımsız çekimlerden oluşan bir meknn birliŐini belirtir. İkinci olarak, görüntülerin bir sahneden diŐerine akışı, kesme olduğunda küçük bir ses taŐmasıyla baŐarılır; sesin sürmesi, geçişin aniliŐini gizler.

Diegetik Mekan

Bir karakter ekran dışına baktıŐında ya da ekran dışı bir ses olduğunda, kastedilen ile, ekran üzerindeki mekanı birleŐtirdiŐinden, "diegetik mekân" fiziksel olarak ölçülemez. Genel terimlerle anlatı sinemasındaki diegetik mekân, karakterlerin gördükleri ve duydukları Şeklinde tanımlanabilir ve öykünün ilerlemesi de geçici olarak netlik alanı içerisinde ya da ekran meknnda görülmeyen ve ekran dışı işitilen Şeyleri getirmeyle çok ilgilidir. Belgeselde, diegetik meknı tanımlamak daha karmaŐıktır; görünüŐte konu malzemesi olan gerçek materyali (fotoğraf halinde ya da kayıtlı) içeren ya da biçimlendiren paradoksal bir imgelem meknidir. Bu yorumuz olarak bize sunulan doğal seslerin ve ardışık görüntülerin basitçe birleştirilmesi yoluyla yaratılabilir. Fakat, bir belgeselde karşılıklı konuşma varsa, diegetik mekân konuŐmacıların konuŐtukları sırada baktıkları yöne doğru olan mekanı da (kameranın sağı ya da solu) içermelidir. Gerçekte, diŐer sunucu (varlıŐı Şimdi ikinci sıradadır) ekimin gerçek zamanında yerlmasına rağmen, bu ekran dışı meknn anlatıcı tarafından işgal edildiŐini belirtir. Anlatıcının çekimde görünmesinde ve senkronlu olarak doğrudan bizimle konuŐmasında (geleneksel televizyonda normal olan Şey), diegetik mekân, açık uçlu olan Hollywood' un anlatı meknndan radikal biçimde ayrılır (Morse, 1985: 4).

Diegetik mekân ele alınırken özellikle ekran dışı sesle ilgilenildi. Ekran içi ve ekran dışı ses rneklendirildiğinde, yukarıda açık olarak gösterilen arabada konuşma sahnesinde deĐinildiŐi gibi, büyük

bir etkiyle kullanılabilir. Ekran dışı sesin bir rolü de, ekrandaki iki boyutlu görüntünün yalnızca bir perspektifi olduğu, üç boyutlu bir mekana dikkat çekmektir. Diyaloğun çakışması, rastlanılmayan bir birlik içerisinde görünür. Ekran mekanını sürekli olarak genişletmeye, çekim/ters açılı çekim modelini kaynaştırıp, birleştirmeye hizmet eder. Bu düzeyde de sesin belli bazı özellikleri su yüzeyine çıkar. Özellikle düz çizgiler şeklinde yolalan ışığa bağlı olarak görebilmemize karşın, alışkanlığımıza bağlı olarak köşelerin arkalarındaki sesleri duyabiliriz. Günlük yaşamımızda sesler, çoğunlukla anında tanımlayamadığımız kaynaklardan gelir ve video ya da film gibi anlatı sistemlerinde ekran dışı ses, yerleştirilmesi gerekli olan gizemli bir işlev görebilir. Sır çözülene ve gerilim geçene dek, kendimizi kaptırmamız ve anlatı akışının sürdürülme görevi çok önemli olduğundan, ekran dışı ses izleyicide bir gerginlik, endişe ve huzursuzluk yaratıcısıdır.

Gerçekte, ekran dışı sesin kaynağı asla belirlenmemeli ve hiç bir zaman bütünüyle çözülmeyen bir kuşku kalmalıdır. Bu etkinin gücüne çarpıcı bir örnek, Ingmar Bergman'ın, iki genç bayanın çoğunlukla deniz kenarında geçirdikleri zamanı işleyen "Persona" (1966) sıdır. Elisabeth (Liv Ullman), sahnedeki bir kaza sonrası iyileşmeye çalışan ve konuşmayı reddeden bir oyuncudur. Alma (Bibi Andersson) ise, ona bakmak için tutulmuş ve Elisabeth'in boşluğundan doğan sessizliği doldurmak için durmaksızın konuşan bir hemşiredir. Bir defasında Alma, ilk cinsel deneyimi üzerine gecenin geç saatlerine dek konuşur ve sonra başı, masa üzerindeki kollarının üzerine düşer. Kamera ona doğru yöneltilmişken Elisabeth'in sesini duyarız; "Artık yatağa gitmelisin Alma, yoksa masada uyuyacaksın". Elisabeth'in sırtı kameraya dönük olduğundan, sonuç olarak sessiz ve esrarlıdır. Sözcüklerin Alma tarafından, gerçekten söylendiğini ya da düşlendiğini bilemeyiz. Eğer onlar söylenmişse, sözcüklerin büyük anlamı vardır. Çünkü, Elisabeth'in tüm film boyunca zorlanmadan söylediği tek sözcüklerdir. Temeldeki anlaşmazlık izleyiciyi bir sonraki büyülü sahneye, iki kadının gizemli bir şekilde birleşmiş ve kaynaşmış olarak görüldüğü sahneye, mükemmel bir şekilde hazırlar. Garip bir parlaklıkla ve ona eşlik eden ekran dışı seslerle (görülmeyen bir gemi düdüğünün hayalimsi sesi) yıkanan bu sahne, gerçek ve düşün derinliğine ulaşılmaz bir karışımdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Altman, R. (1980a). "Introduction", Yale French Studies 60, special issue, **Cinema/Sound**, 13-18.
- (1980b) "Moving Lips: cinema as ventroloquism", Yale French Studies 60, special issue, **Cinema/Sound**, 67-79.
- Anderson, J.L. and Richie, D. (1959) **The Japanese Film: Art and Industry**. Rutland, Vermont, and Tokyo: Charles E. Tuttle.
- Armes, R. (1968) **The Cinema of Alain Resnais**. London: Tavistock Press.
- Attali, J. (1985) **Noise: The Political Economy of Music**. Manchester: Manchester University Press.
- Baskaran, S. T. (1981) **The Message Bearers: The Nationalist Politics and the Entertainment Media in South India. 1880-1945** Madras: Cre-A.
- Bellour, R. (1974-5) "The obvious and the code", **Screen** 15. no; 4, p; 17.
- Belton, J. (1985) "Technology and aesthetics of film sound", In E. Weis and J. Belton (eds) **Film Sound: Theory and Practice**, New York: Columbia University Press, 63-72.
- Bordwell, D. and Thompson, K. (1979) **Film Art: An Introduction**, Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Browne, N. (1980) "Film form/voice over: Bresson's The Diary of a Country Priest", **Yale French Studies** 60, special issue. "Cinema Sound".
- Doane, M. A. (1980a) "The voice in cinema: the articulation of body and space", **Yale French Studies** 60, special issue "Cinema Sound", 33-50.
- (1980b) "Ideology and practice of sound editing and mixing", in T. de Lauretis and S. Heath (eds) **The Cinematic Apparatus**, London: Macmillan, 47-56.
- Eisler, H. (1951) **Composing for the Films**, London: Dennis Dobson.
- Fell, J. (1974) **Film and the Narrative Tradition**, Norman: University of Oklahoma Press.

- Gomery, D. (1980b) "Towards an economic history of cinema: the coming of sound to Hollywood", **The Cinematic Apparatus** London: Macmillan, 38-46.
- King, N. (1984) "The sound of silents", **Screen 25**, no. 3, 2-15.
- Levin, T. (1984) "The acoustic dimension", **Screen 25**, no. 3, 55-68.
- Morse, M. (1985) "Talk, talk, talk - the space of discourse in television", **Screen 26**, no. 2, 2-15.
- Ropars - Wuilleumier, M- C. (1980) "The disembodied voice (India Song)", **Yale French Studies 60**, special issue, "Cinema Sound", 241-68.
- Thomas, T. (1973) **Music for the Movies**, South Brunswick: A. S. Barnes.
- Weis, E. and Belton, J. (eds) (1985) **Film Sound: Theory and Practise**, New York: Colombia University Press.
- Williams, A. (1980) "Is sound recording like a language?", **Yale French Studies 60**, special issue, "Cinema Sound".
- Wood, N. (1984) "Towards a semiotics of the transition to sound: spatial and temporal codes" **Screen 25**, no. 3, 16-24.

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF DESKTOP PUBLISHING IN ADVERTISING FIELD

Doç. Dr. Ali Atif BİR*

A- Introduction

In advertising, the Macintosh is both a tool for the production of ads and a medium for the advertising people. The ability to make pages look professionally typeset, and the ability to include sophisticated graphics, launched the field of desktop publishing (DTP).

Desktop publishing (DTP) allows user to combine all of the elements of publication, including text, graphics, and layout designs. Now, the price of a scanner is so expensive. As prices drop, DTP users will add scanners to their systems that enable them to scan photographs and other graphics, produce digitized images of the material scanned, and then combine the material with their own document. Bowman and Renshaw (1989) have pointed out that the growth of desktop publishing has been phenomenal and essentially uncontrolled. For example, a total of 660 members of Public Relations Society of America were surveyed about general computer use and desktop publishing, and 303 responded. DTP is being used by % 56 of the respondents, either by purchasing and installing their own systems or contracting with external vendors using desktop system (Wright, 1990).

(*) Açıköğretim Fakültesi

As far as we have observed the growth of desktop publishing has been really uncontrolled in Turkey, too. Every department in every advertising agency with a large enough budget and enough document output to justify the equipment has either already purchased desktop publishing equipment or has planned to purchase such equipment in the near future. Desktop publishing is not the fastest growing computer application in advertising field by accident. For advertising, the Macintosh has added much presentation power to the work environment. Excellent representations of final print advertisements can be constructed using popular page-layout and illustration software. Final production of print advertising has been improved by the development of macintosh products; but some production processes still require too much manipulation and risk. The best example is the production of halftone images.

Because many advertising agencies were interested in newsletter production using as a public relation tool, in this paper, I would like to attempt to analyze and systematize the advantages and the disadvantages of DTP in general. It provides both the advertising agency and the clients a number of distinct advantages, however, advances in technology have their own costs, which need to be recognized.

B- Advantages Of Desktop Publishing

1. The Appearance Of Documents

Research indicates that most people read typeset documents about 27 percent faster than they read non-typeset documents (Tilden, 1987). The neater the document, the more competent the sender seems to be. Other factors being equal, readers pay closer attention to the document-take more seriously the document with the better appearance. As known, DTP equipment makes it easier. For instance, Tilden (1987) reported that workers in a school-bond referendum in a New Jersey town used DTP system to produce their drafts and final documents of educational materials, and their documents were viewed as more finished than documents opposing the school bond, which had been prepared by typewriters and letter-quality documents coming from smaller companies and even from individuals. People are initially impressed by the appearance of the document itself.

Bowman and Renshaw (1989) have pointed out that the sales of laser printers clearly indicate that businesses consider the

appearance of documents produced by desktop publishing equipment important.

2. Low-Cost

According to Arcellana (1988) the DTP system is best used for newsletters, catalogs and other documents produced on a regular basis, especially when color is not an important factor. For example, "On just the basis of savings realized on a year of newsletters, we have justified our purchase, and eliminated 90 % of our typesetting cost." says David Mena, vice president of Marketing in United Savings (Raucci, 1988). It is obvious that the most important advantages of a Desktop system is that it gives small agencies the power of effective communication (Mc Clendon, 1988 and Renshaw, 1989).

Color and halftones, however, are still produced more economically by traditional publishing equipment. The important thing is that companies have learned that they can produce virtually any text-heavy document more economically with DTP equipment and usually meet reader expectation for document quality at the same time (Arcellana, 1988).

3. Time Saving

In addition to a saving in basic production cost, when time is an important factor, the use of a DTP system can eliminate rush charges (Bowman and Renshaw, 1989).

4. Flexibility

Another major advantage of DTP equipment is that it allows the user to test typesizes, photographs, and page layouts without added expense, and the investment in time can be measured in minutes or hours compared to days or weeks with the typesetter.

5. Security

The last advantage DTP provides to users is the ability to maintain confidentiality of information. Because a document can be produced from draft through to final copy in-house with a DTP system, the diffusion of information can be eliminated. Moreover, DTP systems provide the ability to keep information in the department. By using a security code keeping information into department. (MacWorld, 1990).

C- Disadvantages Of Desktop Publishing

The Macintosh does not give us the ability to write good documents and the right documents. In addition, there is no guarantee that we are going to create a good looking document. This is the most obvious disadvantage of DTP. The new equipment allows people to produce bad documents more quickly and distribute them more widely.

1. Hidden Cost

In the hands of the inexperienced user, a DTP system can become a tool for creating garbage. To address this situation, organizations may be pressed to hire someone from outside the organization to train users as to the subtleties of kerning, font widths, white space, and other features of page layout and design. This attempt can increase the cost of using DTP.

2. Loss Of Control

The current software assumes that one person will write, design, and produce a document; whereas in most business, those tasks are usually handled by different people. The Management Information Systems (MIS) departments have traditionally been responsible for maintaining standards, maintenance, and support for computer hardware and software. According to Gralla (1988), DTP equipment, however, has often come into an organization through the back door. As a result, desktop publishing represents general loss of control over the MIS function, as individuals and departments learn to make what are essentially MIS decisions themselves.

3. Producing Counterfeit Document

DTP systems add another source of loss of control-the ability for anyone within an organization to produce documents. Anyone in the company who has access to DTP technology can now produce a flyer, job announcement, or brochure that looks official. With the use of a scanner, a DPT user could reproduce corporate logos, letterheads, or other official identification, opening the door to document forgery.

To control such an event organizations may need to invest increased amounts of time and money to police document production

and to employ specialized papers, seals, or other mechanical safeguards to help prevent the forgery of official papers.

4. The Rush-To-Print Syndrome

The DTP user may become so reliant on the software proofing features (spelling and grammar checkers) that silly and careless errors may begin appearing in the final copy of good point documents. Furthermore, in the rush to produce final copies of documents more quickly and efficiently, the DTP user may feel so confident in the document quality that she or he may bypass management approval before distribution (Tilden, 1987).

5. Need For Training

Producing a document with DTP system requires more than simply knowing how to speak and write in a language, DTP users need to know the basics of page layout so when they use the power of a DTP system, they use that power in a constructive rather than a destructive way. For this reasons, potential DTP users should receive training in the principles of page layout and design, color, and type and placement of graphics within text.

6. Print Quality

In spite of the fact that print quality is one of the most highly touted advantages of DTP equipment, from some perspectives it is also a disadvantage. Typical laser printers employed in DTP applications have a print resolution of 600 dots per inch. Those accustomed to traditional typeset quality consider DTP output draft quality at best.

7. Computing Can Be Hazardous

Hembree (1990) pointed out possible long term effects of using computers. She says that more than half of all videodisplay terminal users responding to various surveys in the United States have complained of musculoskeletal disorders, eyestrain, chronic headaches, chest pain, and stress. There is also controversy over computer radiation. There is no evidence that desktop users develop more or less cases of repetitive strain injuries than other computer users.

Consequently, it is possible to say that a DTP system saves an advertising agency and a client money and time. However the user must be fully informed about the capabilities and limitations of such a system. We need to compare not only the costs involved in producing documents by typewriter, computer driven letterquality printers, DTP equipment, and typesetting equipment; but also the reader response. For example, According to Adler (1989), the final production quality has a relatively short way to go before it will be universally accepted by advertising professionals.

REFERENCES

- Bowman, J. & Renshaw, D. (1989). Desktop Publishing: Things Gutenberg Never Taught You. **Journal of Business Communication**, 26 (1), 57-77.
- Wright, D. (1990). **Public Relation Quarterly**, 34 (4), 1922.
- Tilden, S. (1987). **Harnessing Desktop Publishing: How to let the new technology help you do your job better**. Pennington, NJ: Scott Tilden.
- Arcellana, J.E. (1988, October). Is Desktop Publishing Worth It? **Macworld**, 5 (10), 107-115.
- Raucci, R.A. (1988, April). Desktop Publishing Cuts Printing Costs, **Saving Institutions**, 109 (4), 59-62.
- McClendon, D. (1988, January). The Mouse That Roared. **Planning**, 54 (1), 16-20.
- Hembree, D. (1990, January). Warning; Computing Can Be Hazardous To Your Health. **Macworld**.
- Adler, K. (1989). **Advertising Resource Handbook**, East Lansing, MI.

RADIO AS A TOOL OF PROPAGANDA IN WORLD WAR II

Ar. Gr. Necip Serdar SEVER*

I- INTRODUCTION

Radio as a result of reaching great amounts of people is used as a propaganda vehicle. Although, using film, television, newspaper and some other mass media types is possible, this paper aims to find out the examples of the usage of radio. In the History of Broadcasting course we dealt with radio and television as a nature of the course, therefore, other than radio and television, are not our subjects. Investigating both radio and television as a propaganda instrument may be interesting, but because of the two main reason, I excluded the television and I included the radio. First, during the World War II radio was used vastly as a propaganda medium, television sets were not wide spread at homes as a result of the television broadcasting's early years. Second, radio's usage is a huge subject, limitation of pages is required.

A- DEFINITIONS OF PROPAGANDA

The word propaganda comes from the name of a central organ of the Catholic church, "the Congregatio de Propoganda", which was

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Sanatları Bölümü

set up by Pope Gregory XV in 1662 to take charge of the church's promotion of faith among non-Christian populations (Kecskemeti 1973, p. 884).

Most of the time, word "propaganda" corresponds with negative terms and negative usages in our minds. Words like "lies", "distortion", "deceit", "manipulation" and "brainwashing" used as synonyms for propaganda.

Arnold Perris defines propaganda in **Music As Propaganda**, as "spreading of ideas, information or rumor for the purpose of helping or injuring an institution, a cause or a person" (Perris 1985, p. 5).

In contrast to common sense, Perris added positive meaning to propaganda beside of negative sense. What Perris did against to bias on a propaganda, just reevaluated the term in a time span.

The definition given by Garth Jowett in **Propaganda And Persuasion** makes the term much more feasible and reveals the neutrality found in previous definition: "Propaganda is the deliberate and systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions and direct behavior to achieve response that furthers the desires intent of the propagandist (Jowett 1987, p. 10).

II- RADIO AS A TOOL OF PROPAGANDA

The propagandist, in order to achieve his goals must use some instruments. The goal of propagandist is to reach and manipulate the masses, to do so he needs to use mass media.

According to Marshall Mc Luhan, radio is a hot medium, while television and print are cold. Radio effects most people person to person offering the spoken communication between the speaker and the listener as Mc Luhan puts it.

Radio was gradually becoming the most widespread method of reaching great masses of people, since receiver sets has been so reduced in price that millions, in every country of the world, were able to purchase an instrument and so listen broadcasts.

The one of the problem of any propagandist, is a perceptual one, for instance, individuals must perceive the stimulus-situations through which the propagandist hopes to exert his influence. Through the sense of audition people are able to obtain the stimulation

offered by most forms of passive amusement: they hear music, drama literature, poetry, news, political speeches, etc. People voluntarily listen the radio programs and then the propagandist has an opportunity to begin the fuction. This, is the psychological explanation of radio as an important propaganda stimilus-situation (Doob 1935, p. 360-361).

A- BEFORE WORLD WAR II

The potential of radio as an instrument of propaganda had long been appreciated. Marconi had considered it to be "the greatest weapon against the evils of misunderstanding and jealousy". Yet such a view was based upon a fundementally optimistic view of the way in which states regard one another. Radio provided governments with an ideal instrument of political propaganda in the ages of the politicised masses. It had been used during the 1914-18 war but its impact had been limited because transmissions had largely been confined to morse code (Short 1983, p 28).

The first known use of radio was in 1915 when Germany provided a daily news report of war activities, which was widely used both the domestic and the foreign press that was started up-to-date news. Although, these broadcasts were in Morse, they served their purposes. Its potential had been sufficiently well appreciated that the allied peacemakers at Versailles prohibited German broadcasting from Naven, Hanover and Berlin or the construction of any new stations for a period of three months after the peace treaty had been signed (Jowett 1987, p. 82).

In the 1920s, radio was used in international disputes. During the 1923 Franco-Belgian invasion of the Ruhr, for example, a radio "war" did break out between the Berlin and Eiffel Tower stations. The German government was quick to recognise the value of radio as a mean of enabling those Germans who had seperated from their homeland by the terms of Versailles treaty to keep in touch and retain their sense of nationality. During the 1930s the lofty BBC ideal that "Nation Shall Speak Peace Unto Nation" had given way to the exploitation of broadcasting as an instrument of aggressive propaganda. Out of the 30 European national broadcasting systems in 1938, 13 were state-owned and operated, 9 were government monopolies operated by autonomous public bodies or partially

government but, only 3 were privately owned or run. Under such circumstances, radio propaganda became a regular feature of international relations and an instrument of national policies.

This development had become apparent with the transmissions from Radio Moscow (established in 1922 and greatly extended in 1925) when the Soviet Union developed the world's first short-wave station. For Lenin, radio was "a newspaper without paper... and without boundaries" (Short 1983, p. 30).

B- DURING THE WORLD WAR II

i- American Propaganda

With the Japanese attack on Pearl Harbor on December 7, 1941 the United States was in the propaganda business. President Franklin Roosevelt consolidated foreign and domestic propaganda into an Office of War Information (O.W.I.). Its job was to supervise and coordinate all government information functions. The journalist Elmir Davis was appointed the director of O.W.I.

While Generals, Eisenhower, MacArthur, and Stillwell encouraged psychological warfare operations, many other military officers thought of war exclusively in terms of men and weapons, not of words. Davis supported those in favor of propaganda when he said that;

"The war going to be won primarily by fighting, but we can point to plenty of proof in history that victory of the fighting forces can be made easier by psychological warfare and propaganda".

Davis had a realistic view of the role of propaganda during wartime (Mitchell 1982, p. 9).

The Office of War Information used radio that helped to shorten the war against Japan by telling the Japanese people that their cause was hopeless. The Japanese government was preparing to discuss surrender without informing the Japanese army or people. Through radio, the O.W.I. told about the proposed surrender. The Japanese government later admitted that once the people know about the peace offer, it had no choice but to surrender on terms of Allied countries.

During the war years another development was occurred. The United States Information Agency established the Voice of America (V.O.A.) in 1942, whose job was to make radio broadcasts to the

world in English and other languages describing what life in America was like. With Congress tightening the purse strings, however, these radio broadcasts never did compete in quantity with the number that the Communist broadcast. During a typical year, the V.O.A. broadcast a total of 618 hours a week, while Radio Moscow broadcast 997, Radio Peking 997, and Radio Cairo (frequently anti-America) 674 hours. The V.O.A. was later able to up its total programming to 730 hours a week.

Creative programming to the Voice America designed to reach the largest possible audience with effective messages woven into the broadcast schedule on a day-in and day-out basis. The entertainment industry and the advertising industry were working together. What they do in the United States have proven that they have the know-how to get results (Mitchell 1982, p. 11-12).

Another successful usage of propaganda in radio was realized by CBS. As signs pointed to a wider war in Europe, Edward Klauber, CBS's executive vice president, felt CBS must have a new European director. The position had been held by Cesar Saerchinger, and he had resigned, feeling the work had no future. In 1937 Edward R. Murrow headed for Europe to organize the work. In March 1938 Murrow was in Warsaw lining up a program for the **American School of the Air**. When German troops were crossing the border, Murrow flew to Vienna and on March 13, 1938, he broadcasts his first news report to American listeners.

This is Edward Murrow speaking from Vienna. It's now nearly 2:30 in the morning and Herr Hitler has not yet arrived. No one seems to know just when he will get here, but most people expect him sometime after ten o'clock tomorrow morning..."

CBS had everything ready when the war advanced. For eighteen days, September 12 through 29, the world was gripped intension shared minute by minute through radio. During this eighteen-day period, millions of Americans kept track of events through short-wave pickups. All the principals Hitler, Mussolini, Chamberlain, Daladier, Benes, Mayank- were heard on the air. It was the greatest show yet heard on American radio (Barnovw 1968, p. 76-80).

One strange example of a propaganda on radio took place on January 30, 1943, which was both the tenth anniversary of Hitler's coming to power and President Franklin Roosevelt's birthday. The Nazi Germans were still winning at that point, and Hitler was certain

to make the most of the anniversary. When it appeared likely that Hitler would broadcast to the world at 11:00 A.M. it was proposed that the British Air Force bomb Berlin at that exact moment and knock the Nazi radio off the air while the world listened. The idea worked. With perfect timing, British Mosquito bombers hit Berlin a few moments after 11:00 A.M. **Reichmarschall** Hermann Goering was substituting for Hitler. A few seconds after Goegering started to speak, explosions were heard in the background. Shouts and sounds of confusion followed, and then Radio Berlin went off the air. Germany was not invincible, after all. It was probably the only time that German radios broadcast American propaganda (Mitchell 1982, p. 10).

ii- Nazi Propaganda

The Nazis have been most ingenious in utilizing the radio. They know that with proper control its influence can be far greater than that of the press. Goebbels found broadcasting a highly attractive medium of mass propaganda. It was more suited than the press for employment in an authoritarian state; it was easier to control centrally; it was not wasteful of manpower; it left no easily accessible record. Above all, it was immediate and, it penetrated.

The first Nazi broadcasting to foreign country was aimed against Austria: the famous "radio war" developed in the summer of 1933 (Zeman 1964, p. 104-106).

They continued Nazi propaganda broadcasts during the war years. One of the Goebbels' admirers maintained quite candidly that radio should not be conducted by theatrical folk, who seek to furnish mere entertainment, but by politicians; his reasoning is clear and blunt:

"It is shameful that for years, when reform at the radio was being discussed, really decisive, i.e., political points of view were never brought into the foreground. Politics is life. Therefore all gossips about "unpolitical" radio is, as a matter of fact, demagogy which had better not venture into the field of public opinion. The radio must be political. Yes, indeed, it must reflect only one brand of politics and that is the politics of the statesman who is the leader."

And so every night, except Sunday, for example, all the German stations have broadcast what has been called "The Hour of the Nation". Many of the programs have presented excellent music

written, of course, by strictly German composers. These musical events, moreover, have been prefaced with vocal propaganda much in the manner of an American commercial "plug". The leaders of the Nazi Party, in addition, have often canceled the scheduled broadcast and have delivered speeches; in this manner they have used for political purposes an audience that has tuned in to hear music. Beside this "Hour" other aspects of German broadcasts were worth nothing. A host of the speakers talked about Germany's military strength, her history, her lost territories, Nazi social policies, and the new position of the women. In one Christmas program St. Nicholas told a storm trooper that children whose fathers were storm troopers would receive gifts, whereas those whose fathers were not storm troopers would be overlooked on Christmas Eve. There were also radio sketches which dramatize the life of Hitler and the growth of the Nazi movement. Germans, moreover, were encouraged to purchase cheap radio sets in order to listen to important political speeches through a local organization in most parts of the country these sets were too weak to receive foreign stations (Doob 1935, p. 287-288).

iii- British Propaganda

BBC (British Broadcasting Corporation) is the "public corporation" which operates the huge British radio system. Of its three main services Home, Empire, European- the European Service achieved sustained propaganda successes probably unequalled in the history of broadcasting during the wartime broadcasts (Lerner 1971, p. 50).

The BBC in its broadcasts to occupied Europe and to the enemy in the Second World War, carried conviction to friend and foe alike because it was a pillar of its policy to tell the truth, and to tell the truth in respect of whether it was good or bad. In December, 1941, when Japanese were sweeping down the Malayan peninsula towards Singapore, the British battleship **Prince of Wales** and the battle cruiser **Renown** were sent up North from Singapore to attempt to stem the Japanese advance by laying down a heavy artillery barrage with their big guns in front of the Japanese. Their mission failed. Both the battleship and the battle cruiser, lacking aircover, were attacked and sunk by Japanese land-based aircraft. The BBC

gave the news of this disaster to the world at once. It was by giving the truth-good or bad-that the BBC won and maintained its credibility (Roetter 1974, p. 17-18).

iv- Propaganda at Radio Luxembourg

Radio Luxembourg was an extraordinary phenomenon. Serving a tiny nation, it had one of the continent's most powerful transmitters, able to penetrate a large part of the Europe. Capable of broadcasting with 150.000 watts, it was more potent than any American domestic station, the most powerful of which were at that time limited to 50.000 watts.

Radio Luxembourg in 1944 and 1945 served for Allied countries. The propaganda strategy was the work of the remarkable Hans Habe. Hans Habe, born Janos Bekessy in Hungary in 1911, was a prominent journalist and newspaper editor in pre-war Vienna. After he was captured by the Germans, he managed an escape through the United States. Then, he enlisted in the American army and after special training was involved in psychological warfare both in North Africa and Italy. With the steady advance towards Germany, he became the key strategist at Radio Luxembourg. He directed both "white" and "black" -acknowledged and unacknowledged- broadcasting activities.

During his years, the station, with using lower power, 30.000 watts, purported to be an underground German station operating behind German lines. It used a different frequency -1212 kilocycles- and called itself "Twelve Twelve". It went on the air with "Hello, this is Twelve Twelve calling". It was not overtly anti-Nazi but suggested that the German authorities were fallible and making mistakes. The idea was to convey the image of compact underground group.

Much of its strategy had been planned in advance. Music was never used-only talk. The Twelve Twelve team was made to live in isolation, to avoid any hint of interaction with other Radio Luxemburg programming. Although it had been on the air just 127 nights, the Twelve Twelve caper was perhaps the most succesfull program of the Radio Luxemburg from the view point of the propaganda (Short 1983, p. 192-196).

v- Japanese Overseas Broadcasting

Nippon Hoso Kyokai (NHK), the Japan Broadcasting Corporation was established in 1925 and began overseas broadcasting in 1935. As part of its domestic services, it established links with broadcasting services in Europe and North America.

NHK overseas section followed the patterns of the overseas programmes of the BBC during war years, that is news eyewitness. It also adopted the dynamic style of the programmes from Germany and the brisk announcements of San Francisco and the confident speech of the "Voice of America" (Short 1983, p. 319-321).

III- CONCLUSION

The special qualities which made radio such an effective instrument of international propaganda were simple. It relied upon the spoken word and was thus more direct in approach and personal in tone than any other available medium. It was also immediate and extremely difficult to stop when jamming devices were inefficient. Radio was capable in their geography, literacy, political and ideological affiliations or of their social status. Moreover, because there were no territorial limitations to its range, radio enable the propagandist of one nation to speak directly and immediately to large numbers of people in another countries (Short 1983, p. 31).

Radio is still one of the most powerful mass medium in propaganda activity. Today's international arena, radio is even unique medium that can go through over the barriers and regulations. For technical reasons, most commonly used radio frequency is SW (Short Wave) is not included in domestic American radio receivers and this makes foreign originated radio activities ineffective (Short 1983, p. 81).

REFERENCES

- Barnouw, Erik, **The Golden Web: A History of Broadcasting in the United States, Volume II-1933 to 1953**, London, New York: Oxford University Press, 1968.
- Doob, Leonard W., **Propaganda: Its Psychology and Technique**, New York: Henry Holt and Company, 1935.

- Jowett, Garth, **Propaganda and Persuasion**, Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1987.
- Kecskemeti, Paul, **Propaganda, Hand Book of Communication**, Chicago: Rand McNally College Publishing Company, 1973.
- Lerner, Daniel, **Psychological Warfare Against Nazi Germany**, Cambridge, Mass.: The M.I.T. Press, 1971.
- Mitchell, Malcolm G., **Propaganda, Polls, and Public Opinion**, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc., 1982.
- Perris, Arnold, **Music As Propaganda**, Westport: Greenwood Press, 1985.
- Roetter, Charles, **The Art of Psychological Warfare: 1914-1945**, New York: Stein and Day Publishers, 1974.
- Short, K. R. M. (Ed.), **Film and Radio Propaganda in World War II**, Knoxville, Tenn.: The University of Tennessee Press, 1983.
- Zeman, Z.A.B., **Nazi Propaganda**, London: Oxford University Press, 1964.

NEGATIVE POLITICAL ADVERTISING AND A CASE STUDY OF 1991 KENTUCKY GUBERNATORIAL ELECTION

Ar. Gr. Salih Zeki ERDEM*

I. INTRODUCTION

Negative advertising is a kind of advertising designed to evoke negative images of the sponsor's opponent. The widespread use of negative advertising is one of the most distinctive aspects of contemporary political campaigns. Negative advertising can most usefully be seen as a variant of comparative advertising. Both comparative and negative advertising name or identify the competitor. But while competitor advertising identifies the competitor "for the purpose of claiming superiority" negative advertising identifies a competitor "for the purpose of imputing inferiority". The objective of the negative advertising is to push consumers away from the competitor (1).

Negative advertising is likely in political campaigns though not in product promotion precisely because it seeks to improve the position of the sponsor by impairing the position of the competitor. To obtain gain by discouraging attraction to a competitor requires

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Sanatları Bölümü

(1) Prasad, V. Kant. "Communication-Effectiveness of Comparative Advertising." Journal of Marketing Research, 13 (May 1976), p. 128.

a market which has only two "brands" of the desired item. If, for example, there were only two brands of cereal, dissuading customers from purchasing the competitor's brand would benefit the sponsor because it would leave only the sponsor's brand to purchase. But in a market that has more than two brands, moving customers away from one competitor will not guarantee they move forward to the sponsor. Given multiple brands of cereal, dissuading customers from buying one leaves all the others. The sponsor is one of many remaining brands and has a proportionately lower probability of winning sales. Only in a two brand market will moving customers away from the competition benefit the sponsor. Given this constraint, negative advertising is not a likely strategy in a multi-brand product campaign but is a likely strategy in two party political campaigns.

Negative advertising should be distinguished from those competitive advertisements which describe a positive attribute of the sponsor and in doing so imply an absence of that attribute in the competitor. If the advertising focuses primarily on enhancing perceptions of the sponsor, even at the expense of the competitor, it would be classified as "comparative" rather than "negative". Only if advertising focuses primarily on degrading perceptions of the rival, to the advantage of the sponsor, would it be classified as "negative". For example, the 1964 Johnson commercial which stated that the hot line "only rings in a serious crisis... keep it in the hands of a man who's proven himself responsible," implied that Goldwater was not responsible. However, since the focus of the ad was Johnson's qualifications with the implication of Goldwater's lack of qualifications, it is a comparative rather than a negative ad(2).

Negative advertising identifies the opponent and explicitly refers to either his general image or his specific policies with the goal of creating negative effect. An example of a negative advertisement making a general reference to the opponent is a 1964 Johnson spot in which a young man says, "I've always been a Republican but this man scares me... so many men with strange ideas seem to be for Goldwater... My party made a mistake and I am going to have to vote against that mistake." A 1968 Humphrey spot had only the words "Spiro Agnew for Vice-President" on the

(2) Giges, Nancy. "Comparative Ads: Better than...?" *Advertising Age*, 51 (September 22, 1980), pp. 59-60.

screen with the sounds of laughter in the background and an announcer offering "this would be funny if it wasn't serious" (3).

Larry J. Sabato estimates that a third of all spot commercials in recent political campaigns are negative advertisements and that the proportion of negative advertisements is rising (4). This trend has been encouraged by three unrelated legal touchstones. First, Section 315 of the Communication Act of 1934 permits broadcasters to refuse product or service commercials which they are deceptive or misleading but denies them the right to do so with political candidate commercials (5). Second, the Supreme Court ruling in *New York Times v. Sullivan* (1964) made it very difficult for public figures (be they officeholders or persons in the public eye) to recover damages for defamatory statements that hurt their reputations. Third, the 1976 Amendment to the Federal Election Campaign Act (in response to the Supreme Court ruling *Buckley v. Valeo* (1976)) permitted unlimited expenditures for candidates by private individuals and political action committees as long as the spenders were not in collusion with the candidate. This means that while individuals and PACs are limited in the amount they can give to a candidate, they are not limited in the amount they can spend on a candidate's behalf. Advertisements produced by such independent supporters are often more aggressive than those produced by the candidates themselves (6).

II. HYPOTHESIS

A research conducted in 1974 by McClure and Patterson indicates that television advertising contributes to voter's knowledge level. They report that about three-fourths of voters who recalled seeing a political advertisement in the 1972 presidential campaign could correctly identify the ad's message (7).

(3) Nancy, *op. cit.*, p. 60.

(4) Sabato, Larry J. "The Rise of Political Consultants", New York: Basic Books, 1981, p. 165.

(5) Szybillo, George J. "Political Advertising and Broadcast Media." *Journal of Advertising*, 5 (Fall 1976), p. 43.

(6) Lammers, Nancy (ed), "Dollar Politics", 3rd ed., Washington: Congressional Quarterly, 1982, p. 87.

(7) McClure, Robert D. "Television News and Political Advertising." *Communications Research*, 1 (January 1974), p. 25.

Academic research on comparative advertising reports conflicting findings but reveals possible undesirable effects. Prasad found that comparative advertisements evoke higher recall than Brand X advertisements (comparisons with the "leading brand" as differentiated from a named competitor), but lower claim credibility (8). While corroborating Prasad's finding of comparative advertising evoking higher recall than Brand X advertisements, Murphy and Amundson found both comparative and Brand X advertisements to be less believable than noncomparative or straight sell messages (9).

The purpose of this study is to examine what the negative advertising is and how it is distinguished from comparative advertising and also to approach the 1991 Kentucky Gubernatorial Election as a case study in terms of negative political advertising.

Based on these empirical findings and theoretical formulations the hypothesis derived is:

H: Negative political advertising affects voter evaluations of candidates and the criteria for making those evaluations in sponsor's (who finance the negative advertising) favor.

III. METHODOLOGY AND FINDINGS

As mentioned above this study examines the 1991 Kentucky Gubernatorial Election in the light of negative political advertising.

This election is an interesting one in which to study political advertising for several reasons. The Jones/Hopkins election had a high level campaign expenditures. Jones raised \$ 4.2 million for the primary and \$ 3.4 million for the general election. He has received about \$ 86,000 from people affiliated Turfway racetrack and about the same amount from people connected with PIE Mutual, an Ohio based medical malpractice insurance company, plus \$ 450,000 from people connected with the thoroughbred industry. After the primary Jones started receiving a substantial amount of money from architects, engineers, road builders and others who do business

(8) Prasad, op. cit., p. 130.

(9) Murphy, John H. "The Communications-Effectiveness of Comparative Advertising for a New Brand Users of the Dominant Brand." *Journal of Advertising*, 10 (1981), p. 16.

with the state. On the other hand, the other candidate, who was the Republican candidate, Hopkins raised \$1.5 million during the primary and \$1.56 million for the general election. The biggest group of people contributions that Hopkins has received is \$28,000 from the people associated with a Bourbon Country horse farm. He also has received contributions from the horse, coal, and banking industries and some road constructors.

Media effects would also be expected to be strong because the race was at a high level. Research conducted by a local Kentucky newspaper indicated that political and negative political advertising caused people to be fed up with the race. And so the participation in the election was at a very low level. In November 5, 1991, only 44% of registered voters cast ballots for governor. Most Kentuckians elected to stay away from the polls.

Democratic candidate Jones was the lieutenant governor of Kentucky, elected in 1987. He began running for governor even before he became lieutenant governor. He continued his front-runner's tactics; he refused to release his personal financial information. Instead, he has gone on the offensive lately attacking Hopkins's ethics in an effort to deflect Hopkins's attacks on Jones's personal finances. His more articulate television presence, especially during the two TV debates with Hopkins, and the heavy Democratic registration might be considered as the advantages of Jones.

The main promises given by Jones about taxes, he said he would not raise taxes. He proposed eliminating the state income tax on private pensions and suggested changing the inheritance tax. About abortion, he said that the decision about whether to have an abortion should be left to the woman during the first three months of pregnancy; the woman loses the right to make that choice after the first three months. About the environment, "right to work", and the ethics in government he said the same things with his rival, Hopkins.

What Hopkins said about the taxes is that he would not raise taxes. He would like to eliminate the state income tax on private pensions and cut the state inheritance tax. He has not specified any cuts in state government to pay for these cuts. About abortion, he favored outlawing abortion except in the cases of rape, incest and threat to the life of the mother.

The most important side of this gubernatorial race is that Hopkins concentrated all his campaign on Jones' tax record. And Hopkins approached to this in a rude way. So this approach created a strong anger on the public and his negative advertisements created a negative image upon Hopkins. When we look at all the election strategies of both candidates, we shall see that this is the main mistake made by Hopkins. The other gaffes and controversies about the Hopkins campaign are as follows:

1. For years, Hopkins' congressional resumes said he served in the Marines during the Korean War. He persisted in saying this during a news conference. In fact, Hopkins did not join the Marines until nearly a year after the armistice was signed.

2. Some of Hopkins' congressional resumes also said he attended Purdue and Southern Methodist universities. In fact, he took a few insurance-related courses.

3. In march 1991, Hopkins told the Herald-Leader that he did not favor any changes in the state's abortion laws, but he quickly backtracked when the article came out saying he wanted to outlaw abortions except in the cases of rape, incest, and threat to the life of the mother.

4. After the first October debate, Hopkins said he would not oppose jail terms for women who had abortions. With 30 minutes his campaign reversed that position.

5. If Hopkins is elected governor, he said he would legally take \$660,000 from his congressional campaign fund and keep the money for his personal use. Hopkins said that he would not do this, but he refused to sign legally binding statement to that effect.

6. After the news broke that members of Congress had been writing bad checks on the House bank without penalty, Hopkins' campaign said that he might have written one bad check. Hopkins later disclosed that he had written 32 bad checks- totaling more than \$ 4,000- during a one-year period.

The gaffes and controversies for Jones' campaign:

1. In 1984, an outbreak of equine viral arteritis started on Jones' farm. The virus eventually affected horses at more than 30 farms. Some people said Jones was too slow in reporting the disease and could have taken more steps to keep it from spreading.

2. In 1985, a barn fire at Airdrie Stud killed 15 horses. Jones was near the barn minutes before the fire. He first offered to take a lie detector test, then he refused investigators were never be able to determine the cause of the fire.

3. In February 1991, Jones praised the 1990 education reforms, but he refused to say how he would have voted on the bill that included the reforms and a tax increase. After critical press coverage and attacks from one of his opponents, Jones finally acknowledged that he would have supported the bill.

4. Jones furthered this image that he was ducking questions when he refused to say how he would have voted as president of the Senate, on a controversial drunken driving amendment. He said the politics of it is if you don't have to make a decision, you are a damned-fool if you do, and why do I want to alienate 50 % of the people?

5. Jones has promised to take the "For sale" sign off the Capitol. But Hopkins said Jones was opening the door to conflicts of interest. Jones was owed \$ 1.6 million from money that he lent to his 1987 campaign for the lieutenant governor. He said he would accept donations while in office to pay off that debt but will not allow anyone to solicit contributions.

6. Dr. Michael Donald, the state veterinarian when Jones took office in 1987, said Jones pressed him to change state regulations that were hurting Jones' horse farm. Jones denied there was any pressure.

IV. CONCLUSION

In November 5, 1991 44 % of registered voters cast ballots for governor. Most Kentuckians elected to stay away from the polls. And Jones trounced Hopkins by surprising record margin of nearly 2 to 1.

As mentioned above, Hopkins approached to Jones' tax record in a very rude way and this caused a strong anger upon the general public in the State of Kentucky. So, Hopkins using negative political advertising created a negative image against himself, instead of his opponent Democratic Jones. Also the election strategy generated by Hopkins created a very serious negative effects upon his own credibility and political character.

So, the hypothesis derived could not be proved within the limitations of this study. Nevertheless, this study should be evaluated in its own natural variables and also limitations.

REFERENCES

- GIGES, Nancy : "Comparative Ads: Better than...?" Advertising Age, 51, September 22, 1980.
- LAMMERS, Nancy : "Dollar Politics", 3rd ed., Washington : Congressional Quarterly, 1982.
- MCCLURE, Robert D. : "Television News and Political Advertising." Communications Research, 1, January, 1974.
- MURPHY, John H. : "The Communications - Effectiveness of Comparative Advertising for a New Brand Users of the Dominant Brand." Journal of Advertising, 10, 1981.
- PRASAD, V. Kanti : "Communication - Effectiveness of Comparative Advertising." Journal of Marketing Research, 13, May, 1976.
- SABATO, Larry J. : "The Rise of Political Consultants." New York: Basic Books, 1981.
- SZYBILLO, George J. : "Political Advertising and Broadcast Media." Journal of Advertising, 5, Fall, 1976.

ALMANYA'DA ÖĞRETMEN EĞİTİMİ

Yrd. Doç. Dr. Mustafa SAĞLAM*

Giriş

Federal yapısından dolayı Almanya'da eğitim işleri her eyaletin kendi yetki ve sorumluluğundadır. Eyaletler kendi anayasa ve eğitim yasaları çerçevesinde eğitim sistemlerini oluştururlar; eğitimin amaçlarını, ilkelerini, yönetimini ve finansmanını belirlerler, okuluçi uygulamaları ve çalışmaları düzenlerler (Führ, 1979, s.37). Buna karşılık federal devlet, eyaletlerdeki uygulamalarda birliktelik sağlanması için, sadece zorunlu eğitim, eğitim kademeleri, okul türleri ve öğretmen eğitimi gibi temel konularda genel çerçeveyi ve ilkeleri belirler.

Almanya'daki öğretmen eğitimi sisteminin tanıtılmasının amaçlandığı bu yazıda, Kuzey Ren Vestfalya Eyaleti'ndeki uygulamalar örnek alınarak, önce eğitim kademeleri genel hatlarıyla açıklanacak, sonra da -yükseköğretimin dışında- bu kademeler için öğretmen yetiştirilmesi konusuna yer verilecektir. Bu eyaletteki uygulamalar, bazı küçük farklılıkların dışında diğer eyaletler için de genellenebilir.

Eğitim Kademeleri

Almanya'da zorunlu eğitim çağı genel olarak 6-18 yaş arasını kapsar. Bu eğitim 1.-10. sınıflar arasında **genel eğitim**; 11.-13. sınıf

(*) Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi

lar arasında da **akademik veya mesleki eğitim** olmak üzere iki aşamada verilir. Zorunlu eğitimi, isteğe bağlı yükseköğretim izler. Eğitim sistemi beş kademedен oluşur (KMK, 1986, s. 5):

1. Okulöncesi Eğitim (Elementarbereich): Resmi eğitim sisteminin dışında kalan bu alan, 3-6 yaş grubundaki çocukların eğitimini kapsar. Bu alanın en yaygın eğitim kurumları, belediyelere veya kiliselere bağlı olan anaokullarıdır (Kindergarten).

2. İlköğretim (Primarbereich): 6-10 yaş arası çocukların devam etmek zorunda oldukları ilk ortak kademe olan bu alanda eğitim 1.-4. sınıfları kapsayan ilkokullarda (Grundschule) yapılır. Bu okuldан sonra öğrenciler başarı, yetenek ve ilgileri doğrultusunda ortaöğretimin I. kademe okullarından birine giderler (Der Kultusminister des Landes NRW, 1988, s. 306).

3. Ortaöğretim I. Kademe (Sekundarbereich I): Genel olarak 5.-10. sınıfları kapsayan bu kademenin olağan okulları şunlardır:

a- Hauptschule (Temeleğitim Okulu): Bu okul öğrencilere, genel bilgiler yanında, ileride ilgi ve yetenekleri doğrultusunda seçebilecekleri mesleklerle ilgili temel bilgiler vererek onları çalışma hayatına hazırlar. Bu okulu bitirenler daha çok el işçiliğine dayalı alt kademe mesleklerine eleman yetiştiren meslek okullarına giderler veya çıraklık eğitimine başlarlar.

b- Realschule (Ortaokul): Öğrencilerini daha fazla mesleki, ekonomik ve sosyal sorumlulukla çalışma hayatına hazırlayan bu okulda, genel eğitimin yanı sıra sanayi, hizmet, ticaret ve yönetim alanlarındaki çeşitli meslekler için temel eğitim verilir. Hauptschule'ye oranla daha geniş üst eğitim olanakları sunan bu okulu bitirenler, genellikle bu alanlardaki üst meslek okullarına giderler.

c- Gymnasium (Lise): Bu okul öğrencilere, akademik öğrenimin önkoşulunu oluşturan olgunluk derecesini (Abitur) verir. Ayrıca daha çok akademik bilgi gerektiren meslek dallarına da hazırlar. Genel olarak I. kademe (5.-10. sınıflar) ve II. kademe (11.-13. sınıflar) bir aradadır.

d- Gesamtschule (Çok Programlı Okul): Yukarıdaki üç okulun programlarını kendi içinde bir araya getiren ya da bütünleştiren bu okullar bazı eyaletlerde vardır.

Ortaöğretimin I. kademesinde yer alan bu okullarda 5. ve 6. sınıflar yönlendirme sınıflarıdır. 6. sınıfın sonunda öğrenciler, başa-

rıları doğrultusunda bir okuldan diğesine geçebilirler. Bu okulların tümü 10. sınıfın sonunda, öğrencilere başarıları doğrultusunda çeşitli bitirme dereceleri verirler. Bu derecelere göre öğrenciler, orta-öğretim II. kademe de yer alan çeşitli meslek okullarına ya da lisenin II. devresine devam etme hakkı kazanırlar.

4. Ortaöğretim II. Kademe (Sekundarbereich II): 11.-13. sınıfları kapsayan bu kademenin eğitim kurumlarını, lisenin II. devresi (Gymnasiale Oberstufe) ile çeşitli yarı ya da tam zamanlı mesleki eğitim okulları oluşturur. Bu okulları başarıyla bitirenler, akademik veya mesleki yükseköğretim kurumlarına (üniversitelere ve meslek yüksekokulları) giriş için gerekli olan olgunluk diplomasını (Hochschulreife/Fachhochschulreife) veya meslek diplomasını alırlar.

5. Yükseköğretim (Tertiärbereich): Bu kademenin eğitim kurumları da üniversiteler ile çeşitli bağımsız yüksekokullardır.

Bu beş kademenin dışında II. Eğitim Yolu olarak adlandırılan ve örgün eğitimden yeterince yararlanamayanlara genel ve mesleki eğitimlerini tamamlama olanağı veren çeşitli eğitim kurumları da yaygın eğitim alanını (Quartärbereich) oluştururlar.

Ayrıca çeşitli bedensel ve/veya zihinsel engeli olan çocukların eğitildikleri ilk ve ortaöğretim I. kademe düzeyinde özeleğitim okulları (Sonderschule) vardır.

Öğretmen Eğitimi

Almanya'da eyaletlerin sorumluluğunda olan öğretmen eğitimi yukarıda açıklanan eğitim kademelerine göre düzenlenmiştir. Buna göre mevcut öğretmenlik alanları şunlardır (Der Kultusminister des Landes NRW, 1984, s. 10):

1. İlköğretim Öğretmenliği
2. Ortaöğretim I. Kademe Öğretmenliği
3. Ortaöğretim II. Kademe Öğretmenliği
4. Özeleğitim Öğretmenliği

Öğretmen eğitiminin genel amacı, kişiye resmi eğitim kurumlarında öğretmenlik yapabilme bilgi ve becerisini kazandırmaktır. Bu bilgi ve beceriyi kazandırma işi **Yükseköğretim, I. Devlet Sınavı, Stajyerlik Eğitimi ve II. Devlet Sınavı** olmak üzere dört aşamada gerçekleştirilir.

Bu aşamalar, 28 Ağustos 1979 tarihinde yürürlüğe giren ve 26 Haziran 1984'de son değişiklikleri yapılan Öğretmen Eğitimi Yasası (Der Kultusminister des Landes NRW, 1984)'ndan özetlenerek verilecektir.

1. Yükseköğrenim

Resmi eğitim kurumlarında öğretmenlik yapacaklar, yükseköğrenimlerini akademik yükseköğretim kurumlarından birinde (fakülte veya yüksekokul) yaparlar. Bu öğrenim, öğretmen eğitiminin amaçları doğrultusunda düzenlenmiş eğitim bilimleri (**öğretmenlik meslek bilgisi**) ve uzmanlık bilimleri (**alan bilgisi**) öğrenimini kapsar. Aynı zamanda bu iki temel öğrenim alanının içinde, toplum bilimleri dersleri (**genel kültür**) ve öğretim bilgisi öğrenimi ile okuluçi uygulama çalışmaları da yer alır.

Öğrenim süresi hedeflenen öğretmenlik alanlarına göre değişir. Her sömestri ortalama 120 saat olmak üzere, ilköğretim ve ortaöğretim I. kademe öğretmenliği için, en az 6 sömestrilik (veya üç yıllık); ortaöğretim II. kademe ve özeleğitim öğretmenliği için de en az sekiz sömestrilik (veya dört yıllık) yükseköğrenim görülmesi gerekmektedir.

Öğrenimin içeriği de hedeflenen öğretmenlik alanına göre değişir. Anılan yasada bu içerik, öğretmenlik alanlarına göre şöyle belirlenmiştir:

a- İlköğretim öğretmenliğine dönük yükseköğrenim, Eğitim Bilimleri, Alman Dili, Matematik ve ilkokul programında yer alan bir başka dersin (Sosyal Bilgiler, Fen Bilgisi, Resim, Müzik, Beden Eğitimi, Din Dersi ve El-Ev İşleri derslerinden biri) öğrenimini kapsar.

b- Ortaöğretim I. kademe öğretmenliğine dönük yükseköğrenim, Eğitim Bilimleri ile bu kademenin eğitim programlarında yer alan iki alan dersinin öğrenimini kapsar.

c- Ortaöğretim II. kademe öğretmenliğine dönük yükseköğrenim, Eğitim Bilimleri ile bu kademenin eğitim programlarında yer alan iki alan dersinin veya iki meslek dersinin ya da bir alan dersi ile bir meslek dersinin öğrenimini kapsar.

d- Özeleğitim öğretmenliğine dönük yükseköğrenim, Eğitim Bilimleri, Özeleğitim ve Rehabilitasyon (engel gruplarına göre) ve ilköğretim alanından iki dersin veya ortaöğretim I. kademedeki bir dersin öğrenimini kapsar.

Görüldüğü gibi, her kademe öğretmenliği için adayların yüksek öğrenimleri sırasında, öğretmenlik meslek bilgisi ile alan bilgisini kazanmaları zorunludur. Bu iki öğrenim alanının birbirine oranı da adı geçen yasada sırasıyla, ilköğretim ve ortaöğretim I. kademe öğretmenliği için yapılan yükseköğretimde 1/4 ve 3/4; ortaöğretim II. kademe ve özeleğitim öğretmenliği için yapılan yükseköğretimde de 1/5 ve 4/5 olarak belirlenmiştir. Alan bilgisine giren dersler ise genellikle eşit oranda öğrenilir.

1.1. Devlet Sınavı

Yükseköğrenimlerini tamamlayan öğretmen adayları, önce I. Devlet Sınavı'na girerler. Bu sınavın amacı, öğretmen adayının hedeflediği öğretmenlik kademesindeki dersleri, ilgili okulun amaçlarına uygun olarak verebilmesi için ihtiyacı olan alan bilgisi ile öğretmenlik meslek bilgi, beceri ve yeteneğini kazanıp kazanmadığını belirlemektir.

I. Devlet Sınavı'na girmek isteyen öğretmen adayı, yükseköğreniminin son sömestrisinin başında, Eğitim Bakanlığına bağlı Devlet Sınav Dairesi'ne yazılı olarak başvurur. Aday bu başvurusunda, sınavına girmek isteği öğretmenlik alanını ve sınav olmak istediği dersler ile bu derslerden birisinden yapacağı araştırmasının (tez) konusunu ve bu konuda birlikte çalışmak istediği, öğrenim gördüğü fakülte veya yüksekokuldan sınav dairesinde üye olan profesörü bildirir.

Devlet sınavları kapsamına giren yazılı, sözlü ve uygulamalı sınavları yapmak ve sonuçlarını değerlendirmekle görevli olan Devlet Sınav Dairesi başkanı ve üyeleri, Eğitim Bakanlığı tarafından, çeşitli okullardaki deneyimli öğretmenler ile yükseköğretim kurumlarınca önerilen öğretim üyeleri arasından seçilirler. Üyeler normal koşullarda beş yılda bir yenilenir.

I. Devlet Sınavı, öğretmen adayının yükseköğretimde gördüğü eğitim bilimleri ve alan derslerini kapsar ve bilimsel araştırma, yazılı sınav ve sözlü sınav (Resim, Müzik, Beden Eğitimi gibi dersler için uygulamalı sınav) olmak üzere üç aşamalı olarak yapılır.

a- Araştırma (Tez): Bu aşama adayın, hedeflediği öğretmenlik alanındaki bir dersle ilgili bir konu üzerinde, belli bir zaman dilimi içinde, kendi kendine bilimsel bir çalışma yapıp yapamayacağını belirlemesi amacıyla uygulanır.

Sınav komisyonu adaydan, kendisinin önceden belirttiği alandan seçilen bir konuda bilimsel bir araştırma yapmasını ister. Aday kendisine verilen konuyla ilgili çalışmasını dört ay içerisinde tamamlayıp, raporlaştırarak sınav dairesine teslim etmek zorundadır. Özel durumlarda bu süre 2 ay daha uzatılabilir.

Sınav dairesi, adayın araştırmasını, ilk bilirkişi olarak, konuyu belirleyen profesöre verir. Profesör, araştırmayı biçim, yapı, içerik, planlama, yöntem, fikir üretme, dil ve kişisel bilimsel katkı açılarından değerlendirir ve sonucu iki ay içerisinde sınav dairesine bildirir. Sınav dairesi, adayın çalışmasını ilk bilirkişi raporu ile birlikte ikinci bir bilirkişi olarak sınav komisyonunun bir başka üyesine verir. Bu üye de bir ay içerisinde kendi değerlendirmesini yaparak sonucu sınav dairesine bildirir. Her iki bilirkişi de adayın çalışmasını en az "yeterli" düzeyde bulmuşlar ise, aday sınavın bu bölümünü kazanmış olur.

b- Yazılı Sınav: Sınav komisyonunun gözetiminde yapılan yazılı sınavlarda, adayın bir dersle ilgili soruyu, sınırlı bir zaman içinde, bazı yardımcı araçları da kullanarak yanıtlayıp yanıtlanamayacağını belirlenmesi amaçlanır.

Sınav dairesi, adayın önceden seçtiği her bir ders için, alan uzmanı üyelerce belirlenen dört sorudan ikisini seçer ve bu soruları gerekli yardımcı araçlarla birlikte adaya verir. Aday dört saatlik bir süre içinde sorulara ilişkin temel bilgi, beceri ve yeterliklerini ifade eder. Sınavlar bir ay içerisinde iki üye tarafından ayrı ayrı değerlendirilir. Adayın bu sınavdan başarılı olabilmesi için, her iki değerlendirmeden de en az "yeterli" not alması gerekmektedir.

c- Sözlü Sınav: Adayın daha önce belirlemiş olduğu yan alanlarla ilgili olan sözlü sınav, onun bu alandaki bilgisini, sorun çözme becerisini ve disiplinler arasında ilişki kurabilme yeteneğini ölçmek amacıyla yapılır.

Sınav dairesi, her sözlü sınav için üyeler arasında üç kişilik bir komisyon kurar. Komisyon üyelerinden birisi, adayın öğretmenlik yapmak istediği okul kademesinden, diğer ikisi de -en az biri profesör olmak üzere- adayın son sömestrinde okuduğu yüksekokuldan seçilir. Bu iki üyeden birisini aday önerebilir.

Sınav tarihi en az on gün önce adaya bildirilir. Sınavda adaya, seçtiği her ders için ortalama 40 dakikalık bir süre verilir. Bu süre-

nin yarısı o dersle ilgili öğretim ve yönetim bilgisi sorularına ayrılır. Sınav komisyonu üyelerinin en az ikisinin adayı "yeterli" bulması halinde, aday sınavı kazanır.

I. Devlet Sınavı'nın amacı ve kapsamı ile ilgili bu genel bilgilerden sonra, şimdi de adayların öğretmenlik yapmak istedikleri kademelere göre hangi derlerden hangi sınavlara girebileceklerini açıklayalım:

a- İlkokul öğretmeni olmak isteyen bir aday, eğitim bilimlerinden bir ders ile alan bilgisine esas olmak üzere Almanca, Matematik ve seçimlik bir dersten (Sosyal Bilgiler, Fen Bilimleri, Resim, Müzik, Din Bilgisi, Beden Eğitimi, Teknik, El-Ev İşleri derslerinden birisi) sınava girmek zorundadır.

Aday, araştırmasını Almanca veya Matematik ya da eğitim bilimlerinden bir dersten yapar. Yazılı sınava üç alan dersi ile bir eğitim bilimleri dersinden, sözlü sınava ise araştırma yapmadığı alan dersi ile eğitim bilimlerinden bir dersten girer. Adayın sınava girmediği dersler için, bitirme notları esas alınır.

b- Ortaöğretim I. kademedede öğretmenlik yapacak bir aday, eğitim bilimlerinden bir ders ile iki alan dersleri şunlardır: Almanca, Matematik, Fizik, Kimya, Biyoloji, Tarih, Coğrafya, İngilizce, Fransızca, Hollandaca, Ev Ekonomisi, Resim, Müzik, Beden Eğitimi, Din Bilgisi, Sosyal Bilimler (Politik Bilimler, Sosyoloji, Ekonomi) Tekstil İşleri, Teknik, Bu derslerden biribiriyile eşleştirilebilecek olanlar ilgili yasa da belirtilmiştir.

c- Ortaöğretim II. kademe öğretmenliği için aday, bir eğitim bilimleri dersi ile hedeflediği öğretmenlik türüne göre (genel ya da mesleki eğitim) iki genel alan dersi veya iki meslek dersi veya bir genel, bir meslek dersi ya da bir genel bir özeleğitim dersi seçer. Bu ders grupları şunlardır:

1. Genel alan dersleri: İlgili öğretmen eğitimi yasasında belirtilen ve öğretmen adayının içlerinden iki tanesini seçebileceği alan dersleri şunlardır: Matematik, Fizik, Kimya, Biyoloji, Almanca, İngilizce, Fransızca, Hollandaca, İtalyanca, Rusca, Yunanca, Latince, İspanyolca, Tarih, Coğrafya, Bilgisayar, Teknik, Resim, Müzik, Beden Eğitimi, Din Bilgisi, Felsefe, Psikoloji, Sosyal Bilimler (Politik Bilimler, Sosyoloji, Ekonomi), Hukuk, Pedagoji.

2. Mesleki alan dersleri:

1. Grup	2. Grup
Ekonomi Bilimleri	Bankacılık, Ticaret, Sanayi, Sigortacılık, Trafik Piyasa ve Pazarlama, Maliye, Organizasyon ve Bilgi İşleme, İşletme Muhasebesi, Yatırım Hesapları, Ekonomik Mallar, Ekonomik Coğrafya
Makine Tekniği	Araç Tekniği, Üretim Tekniği, Donanım Tekniği
Elektroteknik	Enerji Tekniği, Haberleşme Tekniği
Yapı Tekniği	Çok Katlı Yapılar, Yeraltı Yapıları, Ağaç İşleri
Beslenme ve Ev Ekonomisi	Gıda Teknolojisi

3. Genel alan ve mesleki alan dersleri:

1. Grup	2. Grup
Ekonomi Bilimleri	Almanca, İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Matematik, Hukuk, Politika, Din Bilgisi, Beden Eğitimi
Makine Tekniği Elektroteknik Yapı Tekniği, Kimya Tekniği.	Kimya, Almanca, İngilizce, Matematik, Fizik, Din Bilgisi, Beden Eğitimi
Biçim Tekniği Tekstil/Giyim Tekniği Biyoteknik.	Biyoloji, Kimya, Almanca, İngilizce, Ma-
Beslenme ve Ev Ekonomisi	tematik, Fizik, Din Bilgisi, Beden Eğitimi
Sosyal Pedagoji	Almanca, İngilizce, Resim, Müzik, Din Bilgisi, Beden Eğitimi

4. Genel alan ve özeleğitim dersleri

1. Grup

Biyoloji, Kimya,
Almanca, İngilizce,
Fransızca, Coğrafya,
Matematik, Fizik,
Din Bilgisi

2. Grup

Körlerin Eğitimi ve Rehabilitasyon,
Spastiklerin Eğitimi ve Rehabilitasyon,
Sağırın Eğitimi ve Rehabilitasyon,
Sakatların Eğitimi ve Rehabilitasyon,
Öğrenme Engellilerin Eğitimi ve Reha-
bilitasyon, İşitme Engellilerin Eğitimi ve
Rehabilitasyon, Görme Engellilerin Eği-
timi ve Rehabilitasyon

Öğretmen adayı 1. gruptan bir ders, onun karşısındaki 2. gruptan da bir ders seçer. Bu iki dersin birinden araştırma yapar. Seçtiği iki alan dersinden ve bir eğitim bilimleri dersinden de yazılı ve sözlü sınavlara girer.

d- Özeleğitim okullarında öğretmenlik yapmak isteyen bir aday, I. Devlet Sınavı için, eğitim bilimlerinden bir dersin yanında, özel eğitim alanından iki ders ve ilköğretim kademesinden iki ders veya ortaöğretim 1. kademesinden bir ders seçer. Birbiriyle eşleştirilebilen dersler şunlardır:

Özeleğitim Alanından 2 Ders

a- Körlerin Eğitimi ve Rehabilitasyon	+	b, d, e, f veya i
b- Spastiklerin Eğitimi ve Rehabilitas.	+	f veya i
c- Sağırın Eğitimi ve Rehabilitasyon	+	b, d, e veya f
d- Geri Zekalıların Eğitimi ve Rehabili.	+	b, e, f, g, h veya i
e- Sakatların Eğitimi ve Rehabilitasyon	+	b, d, f, g, h veya i
f- Öğrenme Engellilerin Eğitimi ve Reh.	+	b, d veya i
g- İşitme Engellilerin Eğitimi ve Rehabi.	+	b veya f
h- Görme Engellilerin Eğitimi ve Rehab.	+	b, f veya i
i- Konuşma Engellilerin Eğitimi ve Reh.	+	b veya f

+ İlköğretim Kademesinden 2 Ders

Almanca + Matematik	
Almanca veya Matematik	Resim, Müzik, + Beden Eğitimi, Din Bilgisi, veya El İşleri

veya Ortaöğretim Kademesinden 1 Ders

Biy., Alm., İng., Coğ., Tarih, Resim, Mat., Müzik, Fizik, Din Bilgisi, Ev Ekonomisi, Sos. Bilimler (Politika, Sos- yoloji, Ekonomi), Beden Eği- timi, Teknik veya El İşleri
--

Aday araştırmasını özeleğitim alanından seçtiği birinci dersten yapar. Özeleğitim alanından üç, eğitim bilimlerinden bir ve ortaöğretim veya ilköğretim kademesinden bir dersten yazılı sınava girer. Sözlü sınava ise, özeleğitim alanından iki, eğitim bilimlerinden bir, ortaöğretim 1. kademedeki bir veya ilköğretim kademesinden iki dersten girer.

Sınav dairesi sınav komisyonlarından aldığı sınav sonuçlarını, yasada belirtilen ağırlıklar esasına göre hesap eder ve adayın yükseköğretim bitirme notlarını da dikkate alarak, I. Devlet Sınavı'nın sonucunu belirler ve adaya bildirir. Bu sınavı başaran aday, öğretmenlik yapmak isteği kademedeki bir okulda staj çalışmalarına başlayabilir. Aday, sınavın başarısız olduğu bölümünü tekrar edebilir.

3. Stajyerlik Eğitimi

I. Devlet Sınavı'nı ya da bu sınava eşdeğerliği kabul edilmiş bir başka sınavı kazanmış olan ve devlet memuru olabilme koşullarını taşıyan bir öğretmen adayı, öğretmenlik yapmak isteği eğitim kademesindeki bir okulda stajyer öğretmen olarak görevlendirilir.

Stajyerlik eğitimi, bölgedeki öğretmen yetiştirme merkezince düzenlenen hizmetiçi eğitim seminerleri aracılığı ile verilir. Bu seminerlerin yöneticisi aynı zamanda aday öğretmenin staj amiridir. Stajyerlik eğitimi, 24 ay devam eder. Bu süre özel durumlarda (izin, hastalık, hamilelik vb.) altı aya kadar uzatılabilir. Adayın daha önceki benzeri çalışmaları stajyerlik eğitimine sayılabilir ve süre kısaltılabilir. Ancak stajyerlik eğitimi hiç bir zaman 12 aydan az olamaz. Staj döneminin uzatılmasına veya kısaltılmasına seminer yöneticisi karar verir.

Stajyerlik eğitiminin amacı, öğretmen adayına asil öğretmen olarak çalışacağı çeşitli kademe ve türdeki okullarda eğitim-öğretim etkinliklerini yürütebilme becerisini kazandırmaktır. Bu amaç, eğitim seminerlerindeki ve uygulama okullarındaki bilimsel, kuramsal ve uygulamalı eğitim çalışmaları ile gerçekleştirilir. Bu çalışmalarda özellikle şu konulara ağırlık verilir:

- * Öğretmen adayına, genel ve alanı ile ilgili eğitsel temellere dayalı eğitim ve öğretim anlayışı kazandırma; onun bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirme etkinlikleri.
- * Eğitim ve öğretimde eğitsel yaklaşımlar, bireysel ve toplumsal koşullar.
- * Öğrenci gelişimi ve öğrenme psikolojisi.
- * Bir kurum olarak okulun yasal dayanakları ve yönetimi.
- * Genel ve özel öğretim yöntemleri.

Stajyerlik eğitimi başlıca iki alanda yürütülür.

a- Eğitim Seminerleri: Seminer başkanı, stajyer öğretmeni alanı ile ilgili bir seminer grubuna yerleştirir. Seminerler, öğretmen yetiştirme merkezinde grup başkanı ile alan uzmanı eğitimciler tarafından yürütülür. Haftada ortalama 5 saat seminer çalışması yapılır. Bunun 3 saati genel eğitim, 2 saati de alan eğitimi konularına ayrılır. Genel eğitim seminerlerinde öncelikle, eğitimbilim konularına, genel öğretim yöntemlerine, okuluçi uygulamalara dönük açıklamalarla, okul yönetim ve yasalarına ilişkin konulara yer verilir. Alan eğitimi seminerlerinde ise özel öğretim yöntemlerine ilişkin konular işlenir.

b- Uygulama Etkinlikleri: Stajyer öğretmen, hedeflediği öğretmenlik alanına dönük uygulama çalışmalarını, teftiş kurulu ve seminer başkanı tarafından belirlenen resmi uygulama okullarında, aynı okuldan deneyimli bir alan öğretmenin rehberliğinde yapar.

Öğretmen adayının yapacağı uygulama çalışmaları, seminer başkanı ve okul yöneticilerince belirlenir. Haftada ortalama 12 saat olarak yapılan bu çalışmaların 4 saati ders izleme, 8 saati de rehber öğretmenin gözetiminde ya da ondan bağımsız olarak ders verme etkinliklerine ayrılır.

Ders izleme etkinlikleri sırasında öğretmen adayı, her sınıfta alanı ile ilgili dersleri ve diğer dersleri izler. Bu arada okul yönetimi, yasaları, yönetmelikleri, okulla ilgili kuruluşlar ve ders araçları konusunda bilgi edinir. Stajyer öğretmen, sınavlarda görev almak, öğretmenler kurulunun ve diğer yan organların toplantılarına ve okulla ilgili diğer her türlü etkinliklere katılmak zorundadır.

Uygulama çalışmaları stajyer öğretmenin, alanındaki her dersten her kademe ve sınıfta ders vermesini sağlayacak şekilde düzenlenir. Aday önce, haftada 8 saati geçmemek koşulu ile rehber öğretmenin gözetiminde ders verir. Zamanla rehber öğretmenin yerine derse girer ve ders verir. Bu bağımsız ders vermeler önceleri tek saatler halinde yapılır, sonra giderek artırılır. Stajyer öğretmen deneyim kazandıkça, rehber öğretmen adına sınıfiçi çalışmaları, yazılı ödevleri ve sınavları yürütür ve değerlendirir. Ancak adayın kendi başına yaptığı bu ders verme etkinlikleri de haftada 8 saati geçemez. Bu çalışmalar sırasında, genel eğitim ve alan eğitimi seminer yöneticileri adayın derslerini izlerler ve danışmanlık yaparlar.

Alan eğitimi seminer yöneticisinin uygun gördüğü zaman aday, alanındaki her bir dersten deneme dersleri verir. Bu derslere seminer grubu üyeleri de katılır. Ancak bu derslerde bir değerlendirme yapılmaz, sadece çözümlenmeler ve eleştirilerle adaya yardımcı olunur.

Stajyer öğretmen çeşitli zamanlarda, rehber öğretmen ve seminer yöneticilerince yazılı olarak değerlendirilir. Rehber öğretmen her yarıyılıda bir yazılı değerlendirme yapar. Alan eğitimi seminer yöneticisi yazılı değerlendirmelerini 2. ve 3. yarıyılıda, genel eğitim seminer yöneticisi de 3. yarıyılıda yapar. Tüm yazılı değerlendirmelerin sonucu hizmetiçi eğitim seminerleri yöneticisine verilir. Değerlendirmelerin bir örneği de adaya verilir. Aday değerlendirmelerle ilgili karşı görüşlerini değerlendirmeyi yapanlara ve seminer başkanına verir.

İkinci uygulama yılında okul müdürü, şayet o alanda öğretmen açığı varsa, seminer grubu yöneticisinin de onayını alarak, stajyer öğretmene haftada 4 saat doğrudan ders verebilir; adayın izniyle bu ders 2 saat daha artırılabilir. Ayrıca aday yeterli başarıyı gösterdiği takdirde, uygulama çalışmalarının ikinci yılında II. Devlet Sınavı'na girebilir.

4. II. Devlet Sınavı :

Bu sınav, öğretmen adayında stajyerlik eğitiminin amaçlarına ulaşıp ulaşılmadığının saptanması için yapılır. Devlet Sınav Dairesi'nin sorumluluğunda ve gözetiminde yapılan bu sınav da, araştırma (tez) deneme dersleri ve sözlü sınav olmak üzere üç aşamada gerçekleştirilir. Sınav dairesi, sınavın her aşaması için ayrı komisyonlar kurar.

a- Araştırma: Bu araştırması ile aday, okuluçi uygulama çalışmalarıyla ilgili bir sorunu, belli bir sürede inceleyip, çözümleyebileceğini kanıtlamak zorundadır. Tez konusu, adayın seçimine göre, alan dersleriyle ilgili bir konu veya genel eğitim seminer konulardan birisi olabilir. Örneğin, ders ünitelerinin planlanması ve değerlendirilmesi veya adayın kendi alanında gördüğü eğitsel bir sorunu tanımlaması, çözümlemesi ve değerlendirmesi gibi.

Aday üzerinde çalışmak istediği konuları, stajyerliğinin 2. yarıyılıının sonunda grup yöneticisine yazılı olarak verir. Yönetici, sınav dairesi adına konuyu ve danışman eğitimciyi belirleyerek, en geç 3. yarıyılın başlarında adaya yazılı olarak bildirir. Aday bu tarihten itibaren üç ay içerisinde yazılı çalışmasını tamamlar ve grup başkanına teslim eder. Adayın raporu, iki ayrı bilirkişi tarafından değerlendirilir ve sonuç sınav dairesine bildirilir.

b- Deneme Dersleri: Deneme dersleri adayın hedeflediği öğretmenlik alanındaki okul türüne uygun olarak, stajının son bölümünü yaptığı okulun çeşitli sınıflarında, adayın önceden seçtiği alan derslerinde yapılır. Deneme derslerinin zamanı, grup yöneticisinin; sınıf ve konu da adayın önerisi üzerine sınav dairesince belirlenir. Aday konusunu belirlerken, rehber öğretmenin ve grup başkanının olurlarını alır.

Ders başlamadan önce aday, her bir alan dersi için ayrı ayrı hazırladığı ders planlarını sınav komisyonu başkanına teslim eder. Komisyon adayın ders planlarını ve deneme derslerini yasa da belirtilen esaslara göre değerlendirir ve sonucu sözlü sınavdan önce sınav dairesine bildirir.

Eğer isterlerse, Eğitim Bakanlığı temsilcileri, sınav dairesi üyeleri, hizmetiçi eğitim seminerlerinin yönetici ve grup üyeleri, rehber öğretmenler ve diğer stajyer öğretmenler okul müdürünün ve komisyon başkanının izniyle, deneme derslerini ve sözlü sınavı izleyebilirler.

c- Sözlü Sınav: Sınav dairesinden bir üye, iki alan ve bir genel eğitim seminer yöneticisinden oluşan sınav komisyonu, stajyer öğretmeni 60 dakikalık bir sözlü sınava alır. Sınav süresinin yarısı genel eğitim konularına, diğer yarısı da alan dersleri ile ilgili öğretim ilke ve yöntemlerine ilişkin sorulara ayrılır. Komisyon sonucu bir tutanakla sınav dairesine bildirir.

Sınav dairesi, kendisine bildirilen sonuçları ağırlıklarına göre hesap ederek, II. Devlet Sınavı'nın sonucunu belirler ve adaya bildirir. II. Devlet Sınavı'nı da başaran aday asil öğretmen olarak bir okula atanır.

Özet, Sonuç ve Öneriler

Almanya'da eğitim sistemi bireysel teşvik ve fırsat eşitliğinin sağlanması amacıyla çeşitlendirilmiş eğitim olanakları sunacak biçimde kademelendirilmiştir. Bu nedenle tüm öğrenciler için zorunlu ilk ortak kademe olan ilkokuldan sonra öğrenciler başarı, yetenek ve ilgileri doğrultusunda değişik türdeki ortaöğretim I. kademe okullarına gönderilirler. Bu kademeden sonra da, gene başarıları doğrultusunda akademik veya mesleki öğrenime yönlendirilirler.

Sistemin en önemli öğelerinden birisini oluşturan öğretmenler de, bu kademelerde öğretmenlik yapabilmenin gereği olan bilgi ve

becerilerle donatılmış olarak yetiştirilirler. Mesleğe, hedeflenen öğretmenlik türünün gerektirdiği yükseköğrenimi bitirdikten, iki aşamalı devlet sınavını başardıktan ve nihayet iki yıllık bir stajyerlik eğitimini tamamladıktan sonra girilir.

Fakülte veya yüksekokullarda görülen öğrenimin içeriğini genel kültür, alan bilgisi ve öğretmenlik meslek bilgisine dönük dersler oluşturur. I. Devlet Sınavı'nda öğretmen adayının üç alanla ilgili bilgileri yeterince kazanıp kazanmadığı sınıdır. Çeşitli eğitim seminerleri ile okuluçi uygulama çalışmalarını kapsayan stajyerlik eğitimi ile öğretmen adayına, bir yandan alan bilgisi ile öğretmenlik meslek bilgisini derinleştirme ve öğretmenlik deneyimi kazanma; bir yandan da okul yasaları ve yönetimi hakkında bilgi sahibi olma, böylece de kendini gelecekteki mesleğine daha iyi hazırlama olanağı verilir. Adayın stajyerlik eğitiminden beklenen bu bilgi, beceri ve yetenekleri kazanıp kazanmadığı da II. Devlet Sınavı ile belirlenir. Ayrıca bu sınavlar aracılığı ile öğretmen adayının, genel veya alanıyla ilgili çeşitli eğitim-öğretim sorunlarına dönük bilimsel çalışmalar yapabilme becerisine sahip olup olmadığı da test edilir. Asil öğretmen olarak görevine başlayan bir öğretmen, meslek içinde de düzenli ve sürekli olarak sunulan hizmetiçi eğitim seminerleri ile meslek ve alan bilgisini geliştirir ve yeniler.

Almanya'da dört aşamalı olarak düzenlenmiş olan öğretmen eğitimi sisteminde nitelikli, bilgili ve araştırmacı bir öğretmen yetiştirme politikası izlenmektedir. Gerçekten de bu gün Almanya'da, her kademedeki öğretmenlik, kolay elde edilir bir meslek olmadığı gibi, toplumsal saygınlığı da oldukça yüksek, iyi meslekler arasında yer almaktadır.

Ülkemizde ise durum tam tersinedir. Baloğlu (1990)'nun eğitim sorunlarını ve çözüm önerilerini ortaya koyduğu raporunda da vurguladığı gibi, ülkemizde de bir zamanlar başarılı gençlerin isteyerek seçtikleri ve çalıştıkları bir meslek olan öğretmenlik, bugün genellikle başarısı ortanın altındaki gençlerin başka seçenekleri olmadığı için seçmek zorunda oldukları, çekiciliği olmayan, toplumdaki yeri ve saygınlığı oldukça düşük bir meslek durumuna düşmüştür.

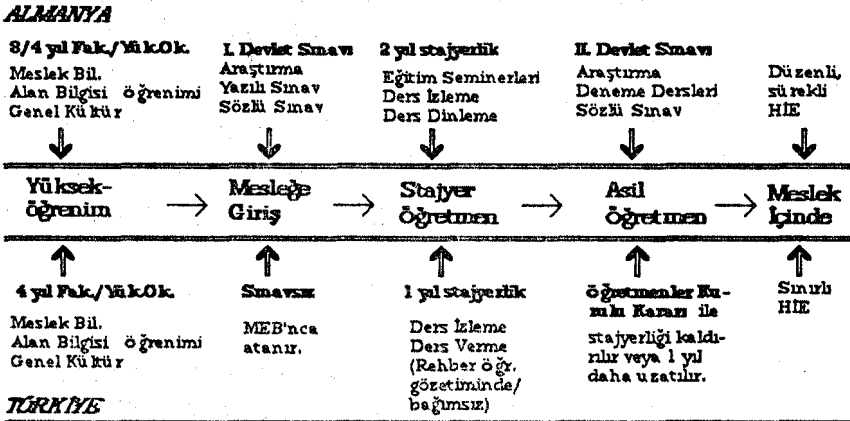
Oysa çağımızda bilim ve teknoloji alanındaki ilerlemeler ve bunlara dayalı olarak gelişen yeni üretim, ulaşım ve iletişim yöntemleri, toplumların yapısını değiştirmekte ve her ülkenin bu değişime yapısal uyumunu zorunlu kılmaktadır. Toplumların bu değişime uyumları

eğitimle sağlanır. Eğitimin en etkili aracı ise öğretmendir. Bu anlamda öğretmen, toplumda değişimin itici gücüdür (Baloğlu, 1990, s. 87). Ne karkı, Türk toplumu kendisinin değişmeye uyumunu sağlayacak ve böylece çağdaş gelişmesini artıracak bu en önemli güç kaynağından yoksun kalmıştır. Çünkü ülkemizde, pek çok gelişmiş ülkelerde olduğu gibi bilim ve teknolojideki gelişmelere uyumlu, güçlü bir eğitim sistemi ile bu sistemin gerektirdiği bilgi ve becerilerle donatılmış nitelikli, araştırmacı, kendini yenileyen öğretmenler yetiştiren bir öğretmen eğitimi sistemi kurulamamıştır.

Örneğin Almanya ve Türkiye'deki mevcut öğretmen eğitimi sistemlerinin karşılaştırıldığı aşağıdaki çizelgede, iki sistem arasındaki benzerlik ve farklılık açıkça görülmektedir.

Her iki ülkede de, öğretmenlik mesleğine hazırlayan yükseköğrenim biçim, süre ve içerik yönünden benzerlik göstermektedir. Ancak mesleğe giriş ölçütleri ile stajyer öğretmenin iş başında yetiştirilmesi, her iki ülkede oldukça farklıdır.

Almanya ve Türkiye'de Öğretmen Eğitimi



Almanya'da yükseköğrenimini tamamlayan bir öğretmen adayı, hedeflediği öğretmenlik alanının gerektirdiği bilgi ve becerilere sahip olup olmadığını test eden bir sınavdan geçirilerek stajyer öğretmen olarak mesleğe alınır. İki yıl süren stajyerlik döneminde de öğretmen adayı, yoğun eğitim seminerleri, ders izleme ve ders verme etkinlikleri ile mesleğe hazırlanır. Adayın asil öğretmen olarak göreve atanabilmesi için, stajyerlik döneminin sonunda yapılan ikinci bir sınavı daha başarması gerekmektedir.

Türkiye’de de, 80’li yılların başından itibaren öğretmen adaylarının bir sınavdan geçirilerek mesleğe alınmaları uygulamaya konulmuştur. Ancak 1991 yılında bu uygulamadan vazgeçilmiştir. Bugün, öğretmenlik eğitimi veren fakülte veya yüksekokulu bitirmiş ya da başka bir fakülteyi bitirmiş ve öğretmenlik sertifikası almış olan bir öğretmen adayı, doğrudan MEB tarafından öğretmen ihtiyacı olan bir okula stayer öğretmen olarak atanmaktadır. Yürürlükteki yönetmelikler, stayer öğretmenin bir yıl, okuldaki aynı alandan deneyimli bir öğretmenin rehberliğinde, derslere girmesini ve ders vermesini öngörmekle birlikte, uygulamada bu genellikle gerçekleşmemektedir. Çünkü öğretmen açığı nedeniyle stayer öğretmene doğrudan ders verilmektedir. Bir yılın sonunda öğretmenler kurulu kararı ile stayer öğretmenin stayerliği kaldırılır ve kişi asil öğretmen olarak görevini sürdürür.

Öte yandan stayerlik döneminde, Almanya’da olduğu gibi, stayer öğretmenin yetiştirilmesi için düzenli, sürekli bir hizmetiçi eğitim etkinlikleri de düzenlenmemektedir. Meslek içinde de bu tür etkinlikler çok seyrek yapıldığı için, kendi özel çabalarının dışında öğretmenin, kendini geliştirmesi ve bilgilerini yenilemesi mümkün olamamaktadır. Bu nedenle genellikle öğretmen, mesleğe ilk başladığı yıllardaki bilgi ve beceriler ile meslek içinde kendi kendine kazandığı deneyimlere, dayanarak mesleğini sürdürür. Bunun doğal bir sonucu olarak da, öğretmen Türk toplumunun çağın gerektirdiği değişikliklere uyumunu sağlamada etkili bir güç olamamaktadır.

Öğretmenin kendisinden beklenen toplumsal görevini yerine getirebilmesi, yani Türk toplumunun bilim ve teknolojiadaki gelişmelere uyumunu sağlayacak ve onun çağdaş gelişmesini artıracak bir güç olabilmesi için:

1. Tüm eğitim kademelerindeki ve okul türlerindeki eğitim programları, çağın gerekleri doğrultusunda yeniden geliştirilmelidir.
2. Öğretmenlik mesleğine, mesleğin gerektirdiği her türlü bilgi ve becerilere en iyi düzeyde sahip kişiler atanmalıdır. Bunun için öğretmen yetiştiren kurumlara, öğretmen ihtiyacı oranında öğrenci alınmalıdır. Mezuniyet için her öğrenci, aldığı derslerden geçme koşullarını yerine getirmeye ek olarak eğitim bilimleri veya alanıyla ilgili bir konuda bitirme tezi yapmalı, ayrıca uzman bir kurumca belirlenen ölçütlere

göre, mezun olduğu kurum tarafından yapılacak öğretmenlik olgunluk sınavından geçmelidir. Bu sınavı başaranlar, MEB tarafından stajyer öğretmen olarak mesleğe alınmalıdır.

3. Gerek stajyer gerekse asil öğretmene kendini yenileme ve geliştirme olanağı verecek etkili bir hizmetiçi eğitim örgütü kurulmalıdır. Bunun için stajyerlik eğitimi yeniden düzenlenmelidir. Stajyerlik eğitiminin süresi iki yıl olmalıdır. Stajyer öğretmen önce, bölgesel öğretmen yetiştirme merkezinin bulunduğu şehirdeki bir okula atanmalıdır. Stajyer öğretmen bir taraftan, merkezce düzenlenen eğitim seminerlerine katılmalı, bir taraftan da okulda rehber öğretmenin gözetim ve denetiminde uygulama çalışmalarını yürütmelidir. Stajyerlik eğitiminin sonunda öğretmen adayı, belli ölçütlere göre yapılacak bir değerlendirmeden sonra, asil öğretmen olarak öğretmen ihtiyacı bulunan bir okula atanmalıdır. Öğretmenlerin meslek içinde de kendilerini yenilemeleri ve geliştirmeleri için düzenli ve sürekli hizmetiçi eğitim programları uygulanmalıdır.

4. Yukarıdaki önerilerin gerçekleştirilmesi için de, öğretmen yetiştirme de dahil olmak üzere, her tür okul kademesindeki eğitim programlarının çağımızın sürekli gelişmelerine uyumunu sağlamak üzere, planlama, araştırma geliştirme ve uygulama çalışmalarını bizzat yapacak ve bu tür çalışmaları koordine edecek bir **Program Geliştirme, Öğretmen Eğitimi ve Teknoloji Enstitüsü** ve bunun yurtiçi uzantısı olarak bölgesel **Öğretmen Yetiştirme Merkezleri** kurulmalıdır*. Bu kurumların yönetimine her okul kademesinden seçkin öğretmenlerin, yöneticilerin ve öğretmen eğitimi veren yüksek öğretim kurumlarındaki uzmanların katılımı sağlanmalıdır.

a- Enstitünün program geliştirme bölümü, uygulanmakta olan eğitim programlarını çağın gerekleri doğrultusunda geliştirilmesi için araştırmaları planlar, yürütür ve sonuçları değerlendirir, bu sonuçlar doğrultusunda programları geliştirir.

(*) Bu konu yazarın "Milli Eğitim Akademisi'nin Yapı ve İşlevleri İle İlgili Bir Model Önerisi" Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 5, 1-2: 51-58, Ocak-Haziran 1992, adlı makalesinde ayrıntılı olarak incelenmiştir.

- b- Öğretmen eğitimi bölümü bu yeni programı uygulayacak öğretmenlerin yetiştirilmesini sağlayacak uzmanları eğitir; merkezi ve bölgesel hizmetiçi eğitim programlarını planlar, uygulamaya koyar.
- c- Teknoloji bölümü de yeni programın gerektirdiği teknolojiyi ve eğitim araçlarını hizmete sunar.
- d- Enstitüye bağlı Öğretmen Yetiştirme Merkezleri, bölgelerinde, bir taraftan stajyer öğretmenlerin yetiştirilmesi, diğer taraftan da meslekteki öğretmenlerin bilgi ve becerilerinin yenilenmesi ve geliştirilmesi için Enstitü tarafından planlanan hizmetiçi eğitim programlarını uygulamaya koyarlar. Bölgesel öğretmen yetiştirme merkezleri, öğretmen eğitimi veren kurumların bünyesinde kurulabilir. Bu durum, gerek öğretmen adaylarına etkili bir stajyerlik eğitimi, gerekse meslekteki öğretmenlere sürekli ve düzenli bir hizmetiçi eğitimi verilmesinde kurumlar arası işbirliğini ve kurumların olanaklarından ortaklaşa yararlanmayı kolaylaştırır.

Enstitü bu tür çalışmaların içine öğretmen yetiştiren kurumları da katarak, onların da yeni gelişmelere uyumunu sağlar. Ayrıca Enstitü çıkaracağı çeşitli yayınlar aracılığı ile tüm öğretmenlere, genel eğitim ve alan eğitimi konusundaki her türlü yenilikleri ve gelişmeleri sunarak, onların bilgilerini sürekli tazeler. Öğretmenlik mesleğine giriş koşulları ile sınav ölçütleri de Enstitü tarafından belirlenir.

5. Öğretmenlik mesleğinin maddi durumu iyileştirilmelidir. Ayrıca meslek içinde yükselme olanağı sağlanmalıdır. Bu yükselme, öğretmenlikten okul yöneticiliğine ve MEB'nın yerel ve merkezi örgütünde yöneticiliğe doğru olabileceği gibi; okul öğretmenliğinden öğretmen yetiştirme merkezlerinde, öğretmen yetiştiren kurumlarda ve Enstitü'de uzman eğitici ve yönetici olarak görev alma yönünde de olabilir. Meslek içinde bu tür geçişler, gerekli eğitim programlarına katılma yanında, öğretmenin mesleki deneyim ve başarısına dayalı belli ölçütlere bağlanmalı ve her üst görevin maddi kazanç üstünlüğü olmalıdır.

Öğretmen Eğitimi Sistemi'nde böyle bir örgütlenme, pek çok gelişmiş ülkede olduğu gibi, ülkemizde de bilim ve teknolojiye de ge-

lişmelere uyumlu, güçlü bir eğitim sistemi ile bu sistemin gerektirdiği bilgi ve becerilerle donatılmış, nitelikli, araştırmacı kendini yenileyen öğretmenler yetiştiren bir sistem kurulmasını, böylece de çağın gerekleri yönünden toplumsal değişimin itici gücünün oluşmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Baloğlu, Zekai. **Türkiye’de Eğitim - Sorunlar ve Değişime Yapısal Uyum Önerileri**. İstanbul : TÜSİAD-Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği, 1990.
- Der Kultusminister des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). **Grundlagen-Lehrerausbildung** (Üçüncü baskı). Köln : 1984.
- . **BASS-Bereinigte Amtliche Sammlung der Schulvorschriften des Landes Nordrhein-Westfalen** (Dördüncü baskı). Frechen : 1988.
- Führ, Cristioph. **Das Bildungswesen in der Bundesrepublik Deutschland-Ein Überblick**. Bonn : 1979.
- KMK-Kultusministerkonferenz. **Handbuch für die Kultusministerkonferenz**. Bonn : 1986.

BİLGİSAYAR DESTEKLİ EĞİTİM PROJESİ ve ÖĞRETMEN YETİŞTİRME PROBLEMİ

Ar. Gr. Dr. Deniz TAŞCI*

1. Giriş

Eğitim sistemlerinin Türkiye'de ve dünyada sorunlu olduğu, genelde paylaşılan bir yargıdır. Bu yargıda farklılaşan noktalar, **sorunların nereden kaynaklandıkları ve nasıl çözümlenebilecekleridir.**

Sorunların kaynakları ve çözüm seçenekleri söz konusu olduğunda, eğitim sistemlerini toplumsal örgütlenmeyi oluşturan diğer sistemlerden **farklı** sistemler olarak algılama eğilimi yaygındır. Oysa yirminci yüzyılın son çeyreğinde yaygınlaşmaya başlayan gelecek araştırmaları, toplumsal mekanizmaların birbiriyle karşılıklı, dinamik, etkileşimli ilişkilerine dikkat çekmektedir.

Eğitim sistemlerinin -gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun- dünyanın bütün ülkelerinde benzer sorunları yaşıyor olması, sorunların kaynağının da evrensel bir nitelik taşıdığını düşündürmektedir.

2. Sorunların Kaynağı: Talep Patlaması ve Yükselen Maliyet

Eğitimin insanlara sağladığı gelir ve gelir dışı yararları nedeniyle, eğitime yönelik talep, nicel olarak hızla artmıştır. Bunun yanı-

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi Eğitim İletişimi ve Planlaması Bölümü

sıra bireyler eğitim sisteminin kendi özelliklerini dikkate almasını da giderek daha yüksek sesle talep etmektedirler. Günümüzde eğitim sisteminin aracı olan **okul**, toplumda gereksinme duyulan çoğalmış ve farklılaşmış talebi karşılayacak durumda değildir.

Eğitim sistemine yöneltilen eleştirilerin özünde öğrencilerin gerçek potansiyellerinin değerlendirilememesi yatmaktadır. Okul -yapısı gereği- öğrencilerin birbirlerinden farklılıklarını bir avantaj olarak değerlendirememektedir. Aksine, öğrencilerin ilgi, merak, yetenek gibi faktörler açısından farklılıkları arttıkça, okulun başarısı düşmektedir.

Öte yandan okulda eğitim üretmenin maliyetleri de sürekli olarak artmaktadır. Sözkonusu artış görece bir artıştır. Aslında eğitim dışındaki hemen bütün mal ve hizmetlerin maliyet ve fiyatlarında önemli düşmeler kaydedilen son elli yıllık dönemde, eğitim maliyetlerinde hiç bir düşme sağlanamamış, dolayısıyla eğitim maliyetleri sorun olmaya başlamıştır.

Türkiye'de konsolide devlet bütçesinin 1/4'ü eğitime ayrılmaktadır. Eğitim çağındaki bireylere, örneğin Fransa'daki akranları kadar kaynak ayrılabilmesi için ise, sadece eğitime, konsolide bütçenin 7,5-8 katı kadar kaynak bulunması gerekmektedir. Bunun ise olanaksız olduğu kolaylıkla söylenebilir. Fransa gibi gelişmiş ülkeler, aşırı artan eğitim maliyetlerini, diğer alanlardan yaptıkları tasarrufları eğitime ayırarak karşılayabilmektedir. Ancak Türkiye'nin böyle bir şansı da yoktur.

3. Sorunların Ortak Noktası: Teknolojik Geri Kalmışlık

Daha ekonomik, daha çok eğitim üreten yöntemler geliştirilmesi, evrensel bir ihtiyaç olarak, her geçen gün daha derinden hissedilmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında eğitimin teknolojik olarak geri kalmış olduğu görülmektedir. Teknoloji terimi, sadece karmaşık ve çalıştırılması zor bir dizi araç-gereci değil, araç-gerecin yanısıra, **yapım bilgisi** (know-how) ve **üretim yöntemini** de karşılayacak şekilde anlaşılmalıdır.

Eğitimin teknolojisinin -genel eğilimlere aykırı olarak- ne kadar **durağan olduğu**, son yirmi yılda televizyon yayıncılığı alanındaki gelişmelere bir göz atmakla, kolaylıkla farkedilebilir. Türkiye'de yirmi yıl önce, günde yalnızca 3 saat televizyon yayını yapılıyordu. Sık sık teknik arıza nedeniyle **memleket manzaraları** izlenmesi gerekiyordu.

Şimdi ise durum hiç de böyle değil. Teknik arızalar yok denecek kadar azaldı. Çok sayıda kanal var, bireylerin aralarından kendi özelliklerine uygun olanı seçebilecekleri seçenekleri arttı. Naklen yayınlar başarıyla yapılıyor.

Bütün bu gelişmelere rağmen çoğunluğun televizyon yayıncılığında hoşnut olmamayı sürdürdüğü kolaylıkla söylenebilir. Gelişme geçen zamanın doğal bir sonucu olarak algılanmaktadır. Alınan yol önemsiz görülmekte, dahası istenmektedir.

Oysa aynı yirmi yılda okullarda paralel bir gelişme olmadı. Hatta okulların sözkonusu yirmi yılda daha olumsuz koşullara doğru sürüklendiği bile söylenebilir. Toplumun daha seçkin bireyleri, daha iyi eğitim görerek öğretmen oluyorlardı. Daha heveslilerdi ve daha inançlılardı. Sınıflar daha tenha, okul binaları daha yeterli ve bakımlıydı. Öğretmenlerin nitelikleri erozyona uğrarken sınıflar kalabalıklaştı. Nitelikleri daha yetersiz olan öğretmenlerin eline daha çok öğrenci teslim ediliyor.

Televizyon örneğindeki gibi gelişme ve tatminsizliğin benzeri kolaylıkla birçok alanda görülebilir ve gözlenebilir. Ancak okuldaki durağanlığın benzerini bulmak aynı derecede kolay değildir. Buna dayanarak, okulun diğer alanlardaki gelişmelerden alması gereken çok ders olduğu sonucuna varılabilir. Bu derslerin alınabilmesi için de, okulun teknolojik yoğunluğunu artırmaya yönelik arayışları ve araştırmaları teşvik etmek gerekmektedir. Buna rağmen eğitim sistemleri, sorunlarını çözebilecek arayışlara kapalı durmak konusunda direniyor.

Toplumsal değişimin sonucunda bütün sistemleri etkileyen şeyler, teknolojik gelişme, yeni yönetim anlayışlarının uygulanması, daha ucuza daha kaliteli üretim eğitim sistemlerinde ortaya çıkmıyor. Örneğin gelişen toplumsal yapılar hızla serbestleşiyorken eğitim sistemleri bu gelişmeye ayak uyduramamaktadır. Benzer şekilde günlük yaşamda hızlı bir bireyselleşme dikkati çekmektedir. Diğer toplumsal ve ekonomik mekanizmalar bu eğilime ayak uydururken eğitim sistemlerinin bu kapsamdaki taleplere yeterince duyarlı davrandığını söylemek güçtür. Toplumsal yaşamın diğer alanlarında tüketilen her türlü mal ve hizmetin kalitesinde önemli gelişmelerin meydana geldiği son yüz yıllık dönemde, eğitimin kalitesinde önemli bir gelişme sağlanamamıştır.

Değişen toplumsal dinamikler daha çok kişinin, daha uzun süreli eğitim talep etmesine neden olmaktadır. Oysa Türkiye'nin eğitim sistemine daha çok kaynak ayırması mümkün değildir. Dolayısıyla daha çok kişi daha az kaynağı paylaşmak zorunda kalmaktadır. Eğer eğitimde teknoloji işin içine sokulabilirse, varolan sorunların hafifletilmesi olanağı da ortaya çıkabilir.

4. Bilgisayar Destekli Eğitim: Teknolojik İyileştirme İçin Bir Olanak

Eğitim sorunları eğitimin teknolojik olarak geri kalmışlığından kaynaklanan sorunlar olarak algılandığında, eğitim teknolojisinin geliştirilmesinin, sorunların çözümü için yepyeni olanaklar sunacağı da umulabilir. Bu anlamda televizyonun bir eğitim aracı olarak kullanılması konusundaki çabalardan pek çok şey öğrenilmiştir.

Benzer bir deney de bilgisayarların bir eğitim aracı olarak kullanılması çabalarıdır. Bilgisayarlar televizyonun eğitim iletişimindeki bazı olumsuzluklarını giderebilecek, böylelikle televizyonla birlikte kullanıldığında çok etkili eğitim ortamlarının düzenlenmesine olanak sağlayabilecek potansiyele sahip görünmektedir.

Türkiye'de de **Bilgisayar Destekli Eğitim (BDE) Projesi** kapsamında, bilgisayarın eğitim aracı olarak kullanılması çabaları yer almıştır. Eğitime teknolojinin girişinin fırsatı olarak kabul edilebilecek olan BDE Projesi'nin üç temel bileşenden oluştuğu gözlenmektedir: Donanım edinme, yazılım edinme ve öğretmen yetiştirme. BDE'de varılmak istenen hedef okullara donanım sağlanması, donanım için uygun yazılımların belirlenmesi, bu donanımda uygun yazılımları kullanabilecek öğretmenlerin yetiştirilmesi ve öğretmenleri yetiştirecek formatör öğretmenlerin yetiştirilmesidir.

BDE elbette varolan eğitim sorunlarının çözümünü içinde barındıran sihirli reçete değildir. Ancak eğitimin teknolojik olarak gelişmesi, böylelikle eğitim sorunlarının, çözümü daha olası bir kompozisyon oluşturması için uygun bir süreci de başlatabilir.

Donanım seçimi ve yazılımların yeterli kalitede oluşturulması çok önemli sorunların çözülmesini gerektirmektedir. Ancak bu yazılımları uygulayacak öğretmenlerin başarısı ve geleneksel eğitim anlayışından bu sapmaya inanmışlığı, projeyi ya başarılı ya da başarısız kılacaktır. Mükemmel donanım ve kaliteli yazılım, öğretmenler BDE Projesi'ne inanmadıkları sürece, istenen hedefe ulaşmakta yeterli olmayacaktır.

5. BDE İçin Öğretmen Yetiştirme

Milli Eğitim Bakanlığında öğretmenlerin hizmetiçi eğitimlerinden Hizmetiçi Eğitim Daire Başkanlığı sorumludur. BDE Proje'si 1990 yılında başlatıldığı zaman Hizmetiçi Eğitim Daire Başkanlığı tarafından çeşitli üniversitelerden öğretmen yetiştirme konusunda hizmet talep edilmiştir. Ancak ilk yıl üniversitelere uygulama için bir program sağlanmamıştır. Sonuç olarak **BDE ve Bilgisayar Operatörlüğü Kursu** adı altında uygulanan programın içeriğini ve süresini, her üniversite kendine göre belirlemiştir.

Hizmetiçi Eğitim Daire Başkanlığı ancak izleyen yıl BDE için öğretmen yetiştirme konusunda standart bir program içeriği saptanmış ve bu içerikle üniversitelerden destek talep etmiştir.

Bilgisayar Destekli Eğitim çalışmalarının başarısının, öğretmenlerin başarısına bağlı olduğu sıkça öne sürülmüştür. Dünyadaki bütün BDE çalışmalarında, öğretmen yetiştirme konusuna özel bir önem ve öncelik verildiği gözlenmektedir. Türkiye'nin BDE Projesi'nde de öğretmen yetiştirme etkinlikleri, uygulamanın başında gündeme getirilmiş ve sürekli olarak gündemde tutulmuştur. Ancak öğretmen yetiştirme çabalarından ne anlaşıldığı konusunda, yeterli bir görüş birliği olduğunu söylemek çok güçtür.

Proje başladığından bu yana donanım ve yazılım standartları konusundaki niteliğin arttığı gözlenmektedir. Ancak aynı gelişme öğretmen yetiştirme konusunda gerçekleşmemiştir. BDE Projesinin öğretmen eğitimi faaliyetinin başladığı yıl olan 1990'dan beri öğretmen eğitimi programlarındaki karışıklığın sürdüğü öne sürülebilir. Ancak genellikle öğretmenlerin BDE'ye bakışı olumlu yönde ve önemli ölçüde değişmiş durumdadır. 1990 yılında Anadolu Üniversitesi'nde eğitilen öğretmenlerin çoğunluğu ya üst makamlardan çekindikleri için ya da bilgisayarla bordro hazırlamayı öğrenmek amacıyla bu kursa katılmışlardı. Aralarında birkaç yıl içinde emekli olacak kişiler vardı.

O yıldan bu yana gerçekleşen en önemli gelişme öğretmenlerin bilgisayar destekli eğitim konusundaki tutumlarında ortaya çıkmıştır. Her geçen yıl eğitimde bilgisayar kullanılması çabalarını lüks olarak gören öğretmenlerin oranı azalmakta, konuya duyulan inanç artmaktadır. Öğretmenler BDE konusundaki bilgi düzeylerini en üst düzeye çıkarmak için, kurs süresini olabildiği kadar iyi değerlendirmek konusunda, her geçen yıl biraz daha kararlı görünmektedirler.

Bunun dışında sınıf ortamında yapılan tartışmalarda sürekli değişen ve yıldıan yıla daha çok ötelenen hedefler söz konusu olmaktadır.

Ayrıca okullardaki bilgisayar laboratuvarlarının kapalı durması karşısında duyulan umursamazlık da ortadan kalkmaktadır. Öğretmenler laboratuvarların kapalı kalmasının kader olmadığına daha çok inanmış, laboratuvarların işletilmesinin eğitim sistemleri için önemli bir kazanç olduğunu görmüş durumdadırlar. Laboratuvarları etkin bir şekilde kullanmanın yollarını araştırmakta, bu konuda üstlerine düşeni yapmaya hazır görünmektedirler.

Kendileri için gerekli olan bilginin COBOL ya da benzeri programlama dilleri olmadığına artık farkına varmış görünen öğretmenler, üst düzey yönetimin kararlarını da bu yönde oluşturabilmek için bir baskı grubu oluşturmaya çalışmaktadırlar.

6. Sonuç

Değişime karşı en fazla direnç göstereceği düşünülen öğretmenlerin BDE Projesi'ne, projenin stratejisini belirleyen üst yönetim kadar bile direnç göstermediği, en azından direnen öğretmenlerin sandığı kadar geniş bir kesim olmadığı söylenebilir.

Öğretmenlerin çoğunluğu başlangıçta, bilgisayarın eğitim alanına girmesiyle işsiz kalma kaygısı taşıyordu. Hala bu kaygıda olan öğretmenler, okullarda bilgisayarların yaygınlaşmasıyla birlikte rollerinin değişmesine uyum sağlamak istemeyenlerdir. Bu kaygıyı taşımayan öğretmenler ise kendilerine yönelik teknik sorunları çözmeye çalışmaktadırlar. Eğitim sisteminin teknolojik olarak yenilenmesi için önemli bir olanak sayılabilecek olan BDE Projesi'nde öğretmenlerin çoğu kendilerine yönelik eğitim ve yazılım sorunları çözüldüğü durumda, eğitim sistemi içindeki yeni rollerini oynamaya hazır görünmektedirler.

Bu işe hevesli öğretmenlerin sayıca çoğalması üst yönetimin bu kişileri güdüleme ve yönlendirme sorumluluğunu daha da artırmaktadır.

KAYNAKÇA

- ALKAN, Cevat. **Eğitim Teknolojisi**. Aşama Matbaacılık San., 1984.
- "AT Ülkelerinde Son yıllarda Eğitim Alanında Yapılan Reformlar",
Görüş-Eğitim Özel Sayısı. TÜSİAD, Ekim 1990. s.99-109.
- AŞKAR, Petek. "Bilgisayar Destekli Eğitimin Yaygınlaştırılmasında Temel Stratejiler: Avrupa Ülkelerinde Son Durum". **Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Bilgisayar Destekli Eğitim I. Sempozyumu - Bildiriler**. Eskişehir: 1991.
- AVCI, Nabi, Cemalettin N. TAŞÇI, Ülkü S. KÖYMEN, Deniz DERMAN ve Nezih ERDOĞAN. **Enformasyon Toplumu ve Eğitim Sistemlerine Etkileri**. Eskişehir: Anadolu Ün., 1989.
- BALLE, Francis. **The Information Society, Schools and the Media**. Strasbourg: Council of Europe, 1989.
- BALOĞLU, Zekai. **Türkiye'de Eğitim**. İstanbul: TÜSİAD, 1990.
- CARNOY, M., H DALEY ve L. LOOP. **Education and Computers: Vision and Reality**. Unesco, Paris: 1987.
- HEBENSTREIT, Jacques. **The Use of Informatics in Education: Present Situation, Trends and Perspectives**. Paris: Unesco, 1986.
- HIZAL, Alişan. "Türkiye'de Eğitim Teknolojisi Personelinin Yetiştirilmesi". **Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Bilgisayar Destekli Eğitim I. Sempozyumu - Bildiriler**. Eskişehir: 1991.
- ILLICH, Ivan. **Deschooling Society**. Manchester: Penguin Books, Ltd., 1979.
- MEB. **Türkiye'de Bilgisayar Destekli Eğitim**. Ankara: 1991.
- MEGSB. **A National Plan to Introduce New Information Technologies Into Schools In Turkey - An Initial Planning and Source Document**. Ankara: 1988 (Teksir)..
- MEGSB - METARGEM. **Türkiye'de Bilgisayar Destekli Eğitim Konferansı**. İstanbul: Ekim 1987.
- OECD - CERİ. **New Information Technologies - A Challenge for Education**. Paris: 1986.

ÖZÖĞÜT, Özlem. "Bilgisayar Destekli Eğitimde Öğretmen Yetiştirme Projesi 1992 Yılı Uygulaması". **Anadolu Üniversitesi BDE Birimi Çalışma Raporu**. Eskişehir: 1992 (Teksir).

TAŞCI, Cemalettin N. "Bilgisayar Destekli Eğitimde Öğretmen Yetiştirme Problemi". **Bilgisayar Destekli Eğitim Çalışma Raporları '90**. Anadolu Ün., Eskişehir: 1993.

HABER KAVRAMI ve ABD BASININDA DIŞ HABERLER

Öğr. Gr. Filiz SEÇİM

Bir kitle iletişim aracı olarak gazete, önemi anlaşılmaya başladığında kamuoyunu oluşturan bir araç olarak tanımlanmıştır (1). Ancak bu araçta yer alan "haber" kavramına ortak bir tanım bulunmamıştır. Ne gazeteciler ne de araştırmacılar haberin ortak tanımını verememişlerdir.

Tanımın bu denli zor olmasının nedeni; önemli ayrımların farklı değerlendirmesidir. Ekonomik ve siyasal sistemleri farklı ülkelerde, haberin tanımı birbirinden farklıdır. Bir anlamda haber kavramını ve içeriğini bulunduğu toplumsal/siyasal sistem tanımlamaktadır. Örneğin batı ülkelerinde kötü haberler iyi haberlerden daha fazla ilgi çeker, buna karşın sosyalist ülkelerde kötü haber olumlu ders vermek için kullanılır. Üçüncü dünya ülkeleri olumsuz haberlerden kaçınırlar (2), çünkü; bu ülke hükümetlerinin büyük çoğunluğunun politik yapısı kolay zedelenebilecek niteliktedir. Ancak yine de ortak olan bir nokta vardır. O da; ister birinci, ister ikinci, isterse üçüncü dünya ülkelerine ait olsun, haber herşeyden önce kişinin merakının tatmin edilmesidir. Bu anlamıyla da evrensel olduğu açıktır. Bir

(1) Umberto ECO, "Göstergebilimsel Bir Gerilla Savaşına Doğru", **Enformasyon Devrimi Efsanesi**, a.g.e., s. 93.

(2) L. John MARTIN ve Anju Grover CHAUDHARY, "Goals and Roles of Media Systems", **Comparative Mass Media Systems**, 1983, s. 6.

başka deyişle haber, insanoğlunun düşünce ve uygarlık planında en fazla gereksindiği ve yararlandığı bilgi ögelerinden biridir. Bu öge, kişinin ve toplumların ileriye görmesinde, gelişmesinde, doğruları seçmesinde, bireysel ve toplumsal ahlakın yerleşip pekişmesinde, bireylerin ve toplumların birbirlerine yaklaşip anlaşmalarında hemen her zaman başrolü oynamıştır.

Hillard'a göre gerçek olan ve insanlar için ilgi çekici olan her oluşum haberdır (3). Hieber'e göre ise; haber, okumak, dinlenmek, ya da seyretmek için bireyin zaman ya da para ödeyerek satın almayı istedikleri şeydir. Bu görüş, batı dünyasının görüşüdür. Yani, haber kitle iletişim araçları tarafından reklam malı gibi görülür. O da diğer mallar gibi alınır ve satılır (4).

Batılı kitaplar, haberin tam bir tanımını yapmasalar da, haberin önemli ögelerini belirterek tanımlaya çalışırlar. Bu ögeler: İlgi (interest), yakınlık (proximity), önem (importance), ölçü (size), yenilik (novelty), ve zamanlılık (timeliness) dir. American Heritage Dictionary'nin haberle ilgili bir tanımı şöyledir; "Henüz olmuş, alışılmamış ve dikkate değer olaylar", aynı sözlükte bir diğer tanımı da şöyledir: "Gazete, dergi, radyo ve televizyonda yayınlanmış, genel ilgiyi çekebilecek nitelikte, ve çok yakın zamanda olmuş olaylarla ilgili bilgi" (5).

Bütün bu tanımlara da katılıp şöyle diyebiliriz: Haber, haber ölçütlerine göre hazırlanmış, okur ya da izleyici için önemli olan ve kısa zaman önce olmuş bir olaya ilişkin bilgidir. Bir başka deyişle toplumun büyük bir kesiminin ilgi, çıkar, ve yaşam alanı içinde olan ve en kısa sürede verilen olaylara haber denir (6).

Basındaki dış haberler, bir anlamda çağdaş dünyanın ve tarihin yazılmasıdır. Bu yolla kamuoyuna, dış politikaların kavranmasında, dış dünyanın algılanmasında, uluslararası ilişkilerin değerlendirilmesinde, belirli bir dünya görüşü, bakış açısı verilebilir.

(3) Uygur KOCABAŞOĞLU, "Haber Kavramı Üzerine", **AÜ. Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı**, Ankara, 1976, s. 337.

(4) James C. LANGE, "National Development and News Values: The Press in the Third World and the West", **Gazette**, 1985, s. 75.

(5) Maurice CULLEN, **Mass Media and the First Amendment**, Dubuque-Iowa: Wm. C. Brown Pub., 1980, s. 67.

(6) Haluk ULMAN, "Dış Politika Haberciliğinde Çağdaş Gelişmeler", **Dış Politika Basını ve Basında Dış Politika**, a.g.e., s. 55.

Dış haber ve uluslararası haber aynı anlama gelmez (7). Her dış haber aynı anda bir uluslararası haber niteliği taşıdığı halde, her uluslararası haber dış haber olmayabilir. Örneğin Türkiye'de başbakanın seçimi Türkiye için bir iç haber niteliğindedir. Ancak bu haberin, aynı zamanda uluslararası boyutları da vardır. Türkiye için dış haber niteliği taşımayan başbakanlık seçimi haberi bir başka ülke basınında yer aldığı zaman dış haber olur. Dolayısıyla bir haberin dış haber olabilmesi için, haber konusunun ve haber yerinin bir başka ülkeye ait olması gerekmektedir.

Ancak dış haberin tanımlanmasında da yaygın olarak kullanılan ve kabul gören bir tanım yoktur. Dış haber tanımı araştırmacılar tarafından farklı olarak verilmiştir. Yazgülü Aldoğan "bir başka ülkede olan ve basında yayımlanan olay" (8) olarak, İdris Adil "ülke sınırları dışında gerçekleşen olayın-olayların hikayesi veya özeti" ni dış haber olarak tanımlamıştır (9). Alger Amerikan basınında dış haberi biraz daha duygusal açıklamış ve "dünyaya açılan pencere" (10) demiştir.

Özcan'ın tanımı da şöyledir: "uluslararası haber ölçütlerine göre hazırlanıp izleyicilere sunulan henüz meydana gelmiş ya da daha meydana gelmekle birlikte henüz ortaya çıkmış olaylara dış haber denir" (11). Tanımda adı geçen ölçütler şunlardır: Her şeyden önce, olayın yeni meydana gelmiş olması gerekir, büyük bir ülke ya da tanınmış birey-kümeyle ilgili olması ve çatışma ögesinin bulunması, mesajı alanlara psikolojik olarak yakın olması, uluslar arasındaki çıkar çatışmasının bir parçası olması gerekir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, basınlarında dış haberleri oldukça farklı değerlendirmektedirler. Gerek sunuş, gerek kapsam ve gerekse bu haberlerin kapladığı alan oldukça farklıdır. Örneğin kitle iletişim araçları Amerikan kamuoyu için oldukça önemlidir. Çünkü Amerikan toplumu, sadece bu araçlar vasıtasıyla dünyada

(7) Annabelle SREBERNY-MOHAMMADI, "The 'World of the News' Study", *Journal of Communication*, a.g.e., 126-127.

(8) Yazgülü ALDOĞAN, "Uluslararası Haber Dolaşımının Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri", *Dış Politika Basını ve Basında Dış Politika*, a.g.e., s. 74.

(9) İdris ADİL, *Haberde Dışa Bağlılık*, a.g.e., s. 42.

(10) Dean E. ALGER, *The Media and Politics*, New Jersey: Prentice Hall, 1989. s. 134.

(11) Zafer ÖZAN, "Uluslararası Haberleşme Yapısı ve Türk Basınında Yer Alan Dış Haberlerle İlgili Bir Araştırma", *İletişim*, a.g.e., s. 304.

gelişen olaylardan, diğer toplumların yaşam tarzlarından ya da sistemlerinden haberdar olabilirler (21). Amerika'nın coğrafi olarak diğer ülkelerden uzaklığı, bu ülkede yaşayanların kitle iletişim araçlarının sunduklarına daha bağımlı hale getirmiştir. Bu nedenle dış haberlerin sunuluş şekli ve içeriği çok önemlidir. Ancak yine de Amerikan basınında dış haberlerin oranı diğer haberlere göre oldukça düşüktür. ABD basını da çok az dış haber kullandığı için eleştirilmiştir. Bu konuda yapılan araştırmalar da eleştirileri doğrulamıştır. Cutlip, 1954 yılında yaptığı araştırmada Associated Press'in toplam haberlerinin sadece yüzde 5 ile yüzde 10'unun dış haberlere ait olduğunu bulmuştur (13).

Gerbner ve Marvany'i'nin **The New York Times** üzerinde yaptıkları araştırmada, gazetenin toplam haberlerinin yüzde 16'sının dış haberlere ayrıldığını bulmuşlardır (14).

Matta, 16 Latin Amerikan gazetesini analiz etmiş ve toplam haberlerin yüzde 60.5'ünün Batı Avrupa ve ABD ile ilgili haberlere ayrıldığını, yüzde 19.6'sının Latin Amerika, yüzde 16.5'ünü Üçüncü Dünya Ülkeleri'ne ve yüzde 3'ünün de Sosyalist Avrupa'ya ait haberlere ayrıldığını bulmuştur (15).

Gazete Reklam Bürosu (Newspaper Advertising Bureau) nun 1982 yılında yaptığı çalışmaya göre dış haberlerin oranı toplam haberlere göre sadece yüzde 6 dır. 1986 yılındaki araştırmada Amerika'nın önemli gazetelerinde şu sonuçlar bulunmuştur: **Washington Post** yüzde 9.2, **Los Angeles Times** yüzde 8.2, **Chicago Tribune** yüzde 6.8, **New York Times** yüzde 12.7 oranında gazetelerin de dış haber kullanmışlardır. Dolayısıyla batı toplumlarında yaşayan insanlar, diğer ülkelerde, özellikle gelişmekte olan ülkelerde yaşanan olaylar hakkındaki bilgileri bu gazetelerden edinmektedirler. Üstelik büyük ajanslar vasıtasıyla okura iletilen bu haberler, çok zaman yeterli olmamakta, bazen de çarpıtılarak verilmektedir. Şurası da bir gerçektir ki dış haberleri yerine edinebilmek büyük mali külfetler getirir.

(12) Dean E. ALGER, **The Media and Politics**, a.g.e., s. 134.

(13) Scott M. CUTLIP, "Content and Flow of AP News - From Trunk to TTs to Reader", **Journalism Quarterly**, c. 31, 1954, s. 446.

(14) George GERBNER ve George MARVANYI, "The Many World's of the World's Press", **Journal of Communication**, Winter, 1977, s. 66.

(15) Fernando Reyes MATTA, "The Latin American Concept of News", **Journal of Communication**, a.g.e., s. 170.

mektedir. Thomas L. McPhall, büyük tirajlı gazetelerin uluslararası haberlere, giderek daha az yer vermelerinde birçok faktörün etken olduğunu savunmaktadır (16). Yazara göre bu faktörlerin ilki; yabancı ülkelere gönderilecek bir gazetecinin yılda ortalama 100.000 dolara mal olması, ikincisi gazetecilerin gönderdiği haberlerin sınırsız bir şekilde sansüre tabi tutulmasıdır. International Press Institute'nin yaptığı bir araştırmaya göre, 1978 yılında, 11 Üçüncü Dünya ülkesi, yabancı muhabirlerin girmesini istememiştir. Dolayısıyla; birçok bürokratik engel vardır.

Diğer haberler içindeki oranı düşük olan bu haberlerin kaynakları da 4 büyükler diye adlandırılan haber ajanslarıdır. Yani, Ajance France, Associated Press, United Press International, ve Reuters'dır.

Amerikan basınında bir dış haberin yer alabilmesi için bazı kriterler gerekmektedir. Bunlardan biri, bir dış haberin, Amerikan basınında yer alabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekliliğidir.

Galtung ve Ruge, 1985 yılında yaptıkları araştırmada, Amerikan basınında yayımlanan dış haberlerde şu ortak noktaları bulmuşlardır (17): Olumsuzluk (negativity), düşünsel ya da mekansal yakınlık (ideological and local proximity), elit ülkeler (elite countries), ve aktörler (actrs).

Dean E. Alger'e göre krizler, tehlikeler ve dramatik olaylarla ilgili haberler Amerikan medyasının ilk önem verdiği uluslararası haberlerdir (18). James Lerson, yaptığı bir araştırmada tüm televizyon haberlerinde yer alan uluslararası haberlerin yüzde 27 sinin yabancı ülkelerde olan krizlerle ilgil olduğunu bulmuştur (19). Mort Rosenblum, uluslararası olaylara ilgili haberlerin Amerikan medyasında yer alabilmesinin koşulunu şöyle açıklıyor: "Herkes savaşlar, depremler, ve kötü olaylarla ilgilenir; dolayısıyla felaket haberleri uluslararası haberlerin seçiminde en önemli anahtardır". Malcolm Browne'in uluslararası muhabirleri "savaş muhabirleri" olarak nitelendirmesi de ayrıca ilginçtir.

(16) Thomas L. McPHALL, "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" **Enformasyon Devrimi Efsanesi**, a.g.e., s. 145.

(17) Van DIJK A. TEUN, **News Analysis**. New Jersey: Erlbaum Ass. Pub., 1988, s. 39.

(18) Dean E. ALGER, **The Media and Politics**, a.g.e., 138-39.

(19) James F. LARSON, **Television's Window on the World: International Affairs Coverage on the U. S. Networks**, Norwood: Ablex Pub. C., 1984, s. 1.

Amerikan medyasında uluslararası haberin yer alabilmesi için bir başka kriter; Amerika'nın da o olayın içinde dolaylı ya da doğrudan olmasının gerekliliğidir. Örneğin 1960 yılındaki Vietnam Savaşı; 1970 ve 80 döneminde Orta Doğu olayları Amerika'nın da içinde olduğu olaylardır. James Larson'un araştırması da bunu doğrular niteliktedir (20). Araştırmaya göre; uluslararası olaylarla ilgili yayınların yüzde 60'ında konu Amerika'yı da ilgilendirmektedir. Önemli olan, olayın içinde Amerika'nın da yer almasıdır. Bu bulgular basın ve magazin yayınlarını da yaklaşık oranlarda kapsar (21).

Üçüncü kriter; haberlerin coğrafi dağılımıdır. Gerbner ve Marvany'nin yaptığı araştırmaya göre Batı Avrupa ile ilgili haberler, Orta Doğu (özellikle İsrail) ve Sovyetler Birliği ile ilgili haberler Amerikalıların ilgisini çekmekte ve Amerikan basınında yer almaktadır (22). Yine James Larson'un 1972-1981 dönemini kapsayan araştırmasında; Amerikan medyasında tüm uluslararası yayınların yüzde 4 ünde sadece 12 ülkenin adı geçmiştir (23).

Dördüncü kriter seçimlerdir. Özellikle ilgi çeken ülkede hükümet değişikliği oluyorsa bu tür uluslararası haberler Amerikan medyası için önemli haberlerdir.

Beşinci kriter hükümdarlıklarla ilgili haberlerdir. Batı Avrupa, özellikle de İngiltere'nin içinde olduğu haberler önemli ve ilgi çekicidir (24).

Bütün bu kriterlerden sonra, her Amerikalı muhabir de ülkesinin en üstün, süper devlet olduğunun farkında olma zorundadır.

Bir çok araştırmacı kendi ülkesinin Amerikan basınında ne kadar alanda ve nasıl yer aldığına dair araştırma yapmıştır. Araştırmalar **The New York Times** üzerinde yapmıştır çünkü yapılan araştırmalar göstermiştir ki; bu gazete Amerikan basınında dış haberlere en geniş alan ayıran (25), yurt çapında dağıtımı olan (26), ve

(20) y. a. g. e., s. 53.

(21) Herbert J. GANS, **Deciding What's News**, a. g. e., s. 32-33.

(22) George BERBNER, G. MARVANYI, "The Many Worlds of the World's Press", **Journal of Communication**, Winter 1977, s. 57-60.

(23) James F. LARSON, **Television's Window on the World: International Affairs Coverage on the U. S. Networks**, a. g. e., s. 55-57.

(24) "Taking CBS News to Task", **Newsweek**, September 5, 1986, s. 17.

(25) Foreign Correspondents: America's Overseas Eyes, Ears", **Los Angeles Times**, June 29 1986, s. 23.

prestij basını (27) olarak tanımlanan bir gazetedir. Dolayısıyla uluslararası haberler konusunda **The New York Times** üzerinde yapılan araştırmalar Amerikan basınının, dış haberlere verdiği önemi yansıtacaktır.

Kewin W J. McCracken, 1979 yılında **The New York Times** üzerinde yaptığı araştırmada 1 yıllık süre içinde sadece 158 (487 colum/inc) tane Avusturalya ve Avusturalyalılarla ilgili haber bulmuştur (28).

Hassan Momamed El Zein'in araştırması (29), Afrika ile ilgili haberlerin **The New York Times** üzerinde nasıl ve ne kadar yer kapladığını hakkındadır. 1976-1985 yıllarını kapsayan çalışmada; 1976 yılında toplam alanın yüzde 18'i, 1981 yılında yüzde 15'i, ve 1985 yılında da yüzde 19'u Afrika ile ilgili haberlere ayrılmıştır. Atlas üzerinde 51 ülkeye sahip Afrika'nın sadece 25 yerleşim yeri haber konusu yapılmış ve hemen hepsinde de felaketler, krizler verilmiştir. Çevre, ekonomi, sosyal yaşam, ve teknolojiyle ilgili hiçbir konunun yazılmadığı Afrika haberlerinde iyi haber olarak nitelenecekler sadece askeri-politik haberlerdir.

Bütün bu araştırmalar da göstermiştir ki Amerikan basını, dış haberlere oldukça az yer vermektedir. Dolayısıyla Amerikan okuru da dünyada olup bitenleri aynı oranda az, yetersiz hatta yanlış öğrenmektedir.

(26) "Covering Foreign News", **National Journal**, 14 Aralık 1985, s. 2864.

(27) Dean E. ALGER, **The Media and Politics**, a.g.e., s. 137.

(28) Kevin W. J., MCCRACKEN, "Australia and Australians: View From New York Times", **Journalism Quarterly**, 1987, s. 29.

(29) Hassan Mohamed El ZEIN, "The New York Times's Coverage of Africa: A Descriptive Analysis of the Period 1976-1985", Doctor of Philosophy, Ohio University, 1986, s. 61-67.

GAZETECİLİK MESLEK AHLÂKINA YÖNELİK OLARAK ULUSLARARASI ALANDA ORTAYA ÇIKAN YENİ GELİŞMELER VE TÜRKİYE'DEKİ DURUM

Ar. Gr. Dr. Semra AKDEMİR*

GİRİŞ

Gazetecilik, hemen hemen her toplumda, özel gereksinmelerine yanıt vermeyi hedefleyen belirli ahlâki ilkeler tarafından yönlendirilir. Biraraya geldiklerinde mesleki bir ahlâk bütünü oluşturan bu tür ilkeler, gazeteciliğin kendine özgü haklarını, görevlerini, mesleki davranış kalıplarını, meslek idealini ve bu idealin toplumla ilişkisini tanımlayan ve denetleyen bir dizi kural geliştirmek üzere ortaya çıkmışlardır. Bunlar ulusal anayasalarda, yasalarda, günlük pratiğin yasal olmayan kurallarında, mesleki uygulamanın ortaya çıkardığı kavramlarda ve yazılı meslek ahlâk yasalarında varlık kazanırlar.

Yazılı meslek ahlâk yasaları ahlâki ilkeler yoluyla profesyonel gazetecinin çevresiyle olan ilişkilerini düzenler. Gazetecilik mesleği içinde yer alan bazı uygulamacılar, bu tür yasaların potansiyel olarak önemli araçlar olduklarını, çünkü mesleki performans ve toplumsal sorumluluk standartlarını tanımlayacak olan bir dizi ahlâki ilkenin gazetecinin profesyonelleşmesinde hayati bir önem taşıdığını savun-

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi, Basım ve Yayımcılık Bölümü

maktadırlar. Buna karşılık bazıları da mesleki yasalarda yer alan birçok ahlâk ilkesinin, içinde yer aldıkları gerçek durumları yeterince kapsayamadıklarına, dolayısıyla da eksik ve güdük kaldıklarına dikkat çekmektedirler.

Bu ikinci görüş, günümüzde manipülatif ve teknoloji-yönelimli iletişimden daha fazla etkileşime, insani diyaloga ve fikir alışverişine dayalı bir iletişime geçiş gereğine dikkat çeken kapsamlı bir yaklaşımın da temelini oluşturmaktadır. Bu yaklaşıma göre, böylesi bir geçişin gerçekleştirilebilmesi için kültür-bağlamı değil evrensel olan, insanların sahip oldukları onur ve taşıdıkları potansiyel için mücadele veren ve topyekün bir yıkıma neden olabilecek bir savaşı önleyen bir dizi ahlâki ilke oluşturmaya ve geliştirmeye yönelmek gerekir. Halihazırdaki dar kapsamlı mesleki ahlâk yasaları bu tür bir anlayışı oluşturmak için uygun ve yeterli değildir. Bu yasalar teknolojinin belirleyici olarak ele alındığı iletişim anlayışına karşı çıkmayıp, merkezi yönetim sistemine kolayca teslim olurlar ve ulus-devlet ile diğer aktörlerin etkinliklerine aşırı bir güven gösterirler (1).

Oysa ki günümüzde, kitle iletişim araçlarının gelişmesine paralel olarak gittikçe ufalan dünyamızda iletişimin ahlâksal boyutu ulusal belirleyicilikleri aşan bir uluslararası yorumlamaya konu teşkil etmeyi çoktan hak etmiştir. Nitekim uzun zaman kişilerarası, yerel ve ulusal düzeylerde gerçekleşebilen iletişim ulusal sınırları aşarak diğer ülkeleri de kapsamına aldıkça, insanlar da yeni ve farklı kültürel kalıplara ilişkin anlayış geliştirme olanağına kavuşabilmektedirler. İletişim, aynı zamanda, uluslararası siyasal ve ekonomik davranış biçimlerinin içinde olduğu global nitelikli bir sembolik çevre de oluşturmaktadır. Medya içeriğinin kültürel sınırlar arasında olağanüstü bir hareketlilik kazandığı böylesi bir ortamda tüm ulusları kapsayacak uluslararası bir gazetecilik meslek aklakı oluşturma düşüncesi ise bir an önce ele alınması gereken bir zorunluluk olarak son yıllarda gittikçe önem kazanmaya başlamıştır (2).

Nitekim, yüzyılın başlarından itibaren yavaş yavaş belirginleşmeye başlayan ulusal nitelikli benzerleriyle paralel bir gelişme gös-

(1) Hamid Mowlana, "Communication, World Order and the Human Potential: Toward an Ethical Framework", Andrew Arno ve Wimal Dissanayake (der.), **The News Media in National and International Conflict**, (Boulder: Westview Press, 1984), s. 32.

(2) a.g.e., s. 33.

teren uluslararası gazetecilik ahlak yasaları, özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra büyük bir ivme kazanmıştır. Savaş sonrasını izleyen 1950'li yıllarda yalnızca gelişmiş ülkelere özgü bir olgu niteliğinde iken, 1960'lı yıllarla birlikte gelişmekte olan ülkeleri de kapsamına alan bu tür yasalar, 1970'li yıllarda başlatılan "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" tartışmalarının ortaya koyduğu radikal arayışların da önemli bir yönünü teşkil etmişlerdir. 1980'li yıllardan günümüze dek uzanan dönemde ise, sözkonusu radikal kimliğini korumasını bilen gazetecilik mesleği, uluslararası düzeyde ortak rızaya dayalı bir mesleki ahlak yasası oluşturma gayretleri içinde evrensel özünü belki de en iyi bir biçimde ortaya koyma şansını ele geçirmiştir. Bu nedenle, günümüzde gerek ekonomik, gerek siyasal ve gerekse kültürel açıdan çözülmekte olan bloklaşma eğilimini destekler nitelikte olmak üzere artık büyük ölçüde liberalleşme esasına dayandırılan enformasyon sürecinin sınırları belirsizleştirerek ulusal egemenliği zayıflattığı bir ortamda sözkonusu evrensel öz, birkez daha ayrıntılı olarak ele alınmayı gerekli kılmaktadır (3).

1980'li yıllarda ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda oluşturduğu yenilikçi yaklaşım ve politikalarla uluslararası sistemle bütünleşme yolunda belirgin adımlar atan Türkiye, iletişim alanında da sözkonusu uluslararasılaşma sürecine yönelik dolaysız gözlemlerde bulunabileceğimiz bir referans çerçevesi oluşmaktadır. Özellikle radyo televizyon yayıncılığı alanında yıllarca süren devlet tekelinin yıkılarak yerine özel kanalların açılması, kitle iletişim sürecinin düzenlenmesine yönelik normatif nitelikli bir dizi tartışmanın da güncellenmesine yol açmıştır (4). Basın alanında ise giderek artan bir popülerleşme eğilimi, bu tür tartışmaların önemini arttırmaktadır.

(3) Bu hususla ilgili ayrıntılı yaklaşımlar için bkz.: Mustapha Masmoudi, "The New World Information Order" George Gerbner ve Marsha Siefert (der.) **World Communications**, (New York: Longman, 1984); Hamid Mowlana, **Global Information and World Communication**, (New York: Longman, 1986); Kaarle Nordenstreng, "Professionalism in Transition: Journalistic Ethics", Ullamaija Kivikuru ve Tapio Varis (der.), **Approaches to International Communication: Textbook for Journalism Communication**, (Helsinki: Finnish National Commission for Unesco, 1986).

(4) Örneğin bu konuda bkz.: Korkmaz Alemdar, "Yeni bir Radyo Televizyon Düzeni", **İletişim Dünyası**, Sayı: 7, (Ocak-Şubat 1992), ss. 1-2; Bülent Berkman "Herşeye Rağmen Özel Televizyon", **Milliyet Sanat**, Sayı: 257, (1 Şubat 1991) ss. 2-4; Veysel Batmaz, "Özel Televizyona Hukuksal Çerçeve Hazırlanırken", **Monitör**, Sayı: 122, (23 Mart 1992) ss. 12-13.

Bu çalışmada bir karşılaştırma yapma olanağı sağlamak üzere önce 1980 öncesi dönemde ortaya çıkan gelişmeler ele alınacak ve bu gelişmelerin ışığı altında uluslararası gazetecilik meslek ahlâkının tarihsel gelişme süreci ile bu süreç içinde oluşan ilkeler kısaca özetlenecektir. Daha sonra 1980 döneminde ortaya çıkan yeni gelişmeler kurumsal, düşünsel ve ilkesel boyutlarıyla incelenecektir. En son olarak ise, uluslararası gazetecilik meslek ahlâk ilkelerini belirli bir çerçeve içine oturtmak amacıyla bunların benimsenme düzeyleri ilkin gelişmiş, sosyalist ve gelişmekte olan ülkeler, daha sonra da Türkiye açısından ele alınacaktır.

A. 1980 Öncesi Dönemde Ortaya Çıkan Mesleki Gelişmelerin Oluşturduğu Genel Çerçeve

1. Tarihsel Gelişim Süreci

Gazetecilerin bazı hak ve görevlerinin dile getirilmesine ve buna bağlı olarak mesleki konumlarının güçlendirilmesine yönelik çabalarda bulunma, yeni ortaya çıkmış bir durum değildir. Aslına bakılırsa, sözkonusu çabalar gazetecilik alanında varlık gösteren mesleki ve sendikal örgütlerin tarihi kadar eskidir. Nitekim ilk ulusal gazetecilik örgütleri 1880'lerde kurulmuş olup, "basın çalışanları"nın oluşturduğu ilk uluslararası kongre de 1894'de toplanmıştır (5). Bu bağlamda, önemli sayılabilecek birinci ana dönem, **Uluslararası İş Bürosu** ve **Milletler Cemiyeti**'nin ilk uluslararası gazetecilik örgütüne kaynaklık ettikleri 1920'lerin ortalarından 1930'ların ortalarına kadar geçen dönem kapsar (6). Gazetecilere yönelik özel mesleki kartlar ve uluslararası şeref divanı gibi sorunlar ilk kez bu dönemde ele alınmışlardır.

Bu çabalar yaklaşan savaş nedeniyle felce uğramışsa da, II. Dünya Savaşı sırasında gazetecilerin başlattıkları yeni bir girişim, şimdiki **Uluslararası Gazeteciler Örgütü**'nün (IOJ) 1946 yılında oluşturulmasıyla sonuçlanmıştır (7). Savaş sonrasında hemen ardından gelen dönem, sendikacılığın olduğu kadar, Doğu ve Batı blokuna mensup gaze-

(5) Ayrıntılı bilgi için bkz.: Jiri Kubka ve Kaarle Nordenstreng, **Useful Recollections: Excursion into the History of the International Movement of Journalists-I**, (Prague: IOJ, 1986), ss. 41-49.

(6) a.g.e., ss. 52-61.

(7) Bkz.: Kaarle Nordensterng ve Jiri Kubka, **Useful Recollections: Excursion into the History of the International Movement of Journalists-II**, (Prague: IOJ, 1988), ss. 9-28, 101-120.

teciler arasında geniş tabanlı bir uzlaşmanın da ortaya çıktığı ikinci bir ana dönem olarak nitelenebilir. Bu dönemin en tipik tezahürü bahar 1948'de Cenevre'de ECOSOC'un desteklediği **Haberleşme Özgürlüğü Hakkında Birleşmiş Milletler Konferansı**'nda IOJ'a üst düzeyde bir statünün tanınmasıdır.

Ancak Soğuk Savaş nedeniyle, kendi içinde tutarlı ve ilerisi için umut vaat eden bir takım kararlar somut uygulamalara dönüşemedi; çünkü uluslararası gazetecilik hareketi de o sıralar dünya genelinin içinde bulunduğu bölünmüşlükle eşdeğer bir görünüm sergilemekteydi. Nitekim, 1948-1949 yılları arasında onbir ülke IOJ'dan ayrılarak **Uluslararası Gazeteciler Federasyonu**'nu (IFJ) kurdular (8). Ancak, 1950'lerin ortalarından itibaren, mesleki çıkarları geniş bir uluslararası platformda korumak üzere **Dünya Gazeteciler Toplantıları** (Helsinki 1956, Baden 1960, Mediterranean 1961) adıyla bilinen bir dizi etkinlik ortaya çıktı. Bu etkinliklerle birlikte Afrika'da, Arap Dünyasında ve Latin Amerika'da bazı bölgesel örgütlenmeler görülmeye başlandı. Sözkonusu gelişmeler, siyasal ve bölgesel anlamda önemliydi ancak gazetecilerin statülerini ya da hak ve görevlerini global açıdan geliştirmeye yönelik olarak fazla bir üretkenlik sergileyemediler. Bunun yanısıra, Soğuk Savaşın 1960'ların sonundan itibaren bu bölgelerde BM ve UNESCO'nun etkinliklerini önemli ölçüde sekteye uğrattığını da belirtmek gerekir (9).

Gazetecilik mesleği alanına yönelik uluslararası gelişmeler açısından önem taşıyan üçüncü ana dönem ise, 1970'lerin başlarından itibaren belirginlik kazanır. Doğu-Batı arasında **détente** sürecinin oluşması ve Bağlantısızlar Hareketi'nin ortaya çıkması ile mesleki açıdan gerçek bir uluslararası işbirliğinin gerek duyduğu yeni bir tarihsel momente ulaşılmıştır. Bu ortamda radikal bir arayış olarak biçim kazanan "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" tartışması da sözkonusu tarihsel döneme ayrı bir önem kazandırmaktadır. Bu bağlamda, enformasyon dolaşımında karşılaşılan mevcut eşitsizlik ve adaletsizliklerin ortadan kaldırılmasının sosyo-politik bilinci uyaran, karar alma süreçlerine katılımı kolaylaştıran, alternatif toplumsal düzenlemeler öneren ve kültürel çeşitliliği ifade eden "farklı türden bir enformasyon"a gerek duyduğu sıklıkla ileri sürülen görüşlerden birini oluşturmuş; bu görüş de gazetecilerin uluslararası

(8) a.g.e., ss. 31-55.

(9) a.g.e., ss. 59-92.

sorumluluğunu düzenlemeye yönelik dolaylı bir atıf niteliği kazanmıştır.

1970'li yıllarda bu ana eğilim paralelinde ortaya çıkan gelişmelerden biri, IFJ ve IOJ'nun ortak katılımıyla gerçekleşen ve gazetecilerin haklarını dile getiren 1971 **Münih Bildirgesi**'dir. Daha sonra 1973'de Paris'te, UNESCO bünyesinde gerçekleştirilen ortak çalışma sonucunda **Gazeteciler ve Kitle İletişim Araçları İçin Ahlâksal İlkeler** başlıklı bir protokol oluşturulmuştur. Mayıs 1977'de UNESCO'nun Sosyal Bilimler Dairesi Felsefe bölümü **İletişim Ahlâkına Katkıda bulunulmasına Yönelik Uzmanlar Toplantısı**'nı düzenlemiştir. Bir başka UNESCO toplantısı, Nisan 1977'de Floransa'da Kamu Haberleşme Dairesi ile İtalyan yetkililerinin birlikte düzenledikleri **Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Arasında Özgür ve Dengeli Haber Akışı Üzerine Uluslararası Konferans** olmuştur. 1978 yılında UNESCO sekreterliği **Yeni bir Uluslararası İletişim Düzeninde Özgür ve Dengeli Haber Akışı Üzerine Danışmanlar Toplantısı**'nı düzenlemiştir. 1978'de ortaya çıkan en önemli etkinliklerden biri de, birçok ulusal, bölgesel ve uluslararası gazetecilik meslek örgütü tarafından benimsenen ve hükümetlerarası bir kuruluş tarafından hazırlandığı için uluslararası siyasetin temel bir belgesi haline gelen **UNESCO Kitle İletişim Bildirgesi**'nin ortaya çıkmasıdır. Öte yandan aynı yıl, **Arap Haberleşmesi Şeref Sözleşmesi** Kahire'de 2-3 Ağustos tarihleri arasında Arap Haberleşme Bakanları Konseyi tarafından yeniden gözden geçirilmiş ve kabul edilmek üzere bir giriş olarak Arap zirvesine sunulmuştur. **Latin Amerika Gazeteciler Federasyonu (FELAP)** ise "Latin Amerikan Ahlâk Yasası"nı 7 Temmuz 1979'da Karakas'ta kabul etmiştir (10).

2. Geleneksel Gazetecilik Meslek Ahlâkı İlkeleri

Gazetecilik alanında iletişim ahlâk yasalarına dayalı meslek ahlâkı ilkeleri en azından son beş yıl öncesine kadar varolan temel ekonomik ve siyasal yönelimler açısından "kapitalist ülkeler", "sosyalist ülkeler" ve "bağlantısız ülkeler" itibarıyla üçlü bir farklılaşmaya konu teşkil etmiştir. Ancak gazetecilik mesleğinin haber verme, siyasal iktidarla toplum arasında aracılık yapma ve toplumsal yapının temellerinden birini oluşturma gibi birçok ana işlevi açısın-

(10) Sözkonusu belgelerin tam metni için bkz.: Kaarle Nordenstreng ve Hıfız Topuz (der.), **Journalist: Status, Rights and Responsibilities**, (Prague: International Organization of Journalists, 1989).

dan bütün dünyada benzer görevler yerine getirmesi nedeniyle bu ilkeler arasında sözkonusu farklılıkların yanısıra, bazı çarpıcı benzerlikler bulabilmek de mümkündür. Bu gibi benzerliklerin ise biraz önce ele aldığımız tarihsel gelişim sürecinin de gösterdiği üzere, ağırlıklı olarak Batılı görüş açısının birer yansıması oldukları rahatlıkla ileri sürülebilir.

Gazetecilik literatüründe bu anlamda gelenekselleşmiş gazetecilik meslek ahlâki ilkelerini ayrıntılı bir biçimde ele alan bazı çalışmalar yer almaktadır (11). Sözkonusu çalışmaları gözönünde tutarak yaptığımız bir sınıflandırma uyarınca üzerinde duracağımız birinci grup ilkeler, gazetecilerin meslek içi davranışlarını düzenlemeye yöneliktir. Gazetecilerin mesleki onurlarını koruma hususunda her zaman sorumluluk bilinciyle davranmaları, mesleklerini kişisel çıkarlar elde etme yönünde kullanmamaları, basın dünyası içinde varolan yükümlülüklerden doğan birliği her yerde gözetmeleri meslektaşlarından haksız yere çıkar sağlamaya çalışmamaları, vicdanlarının sesiyle çelişkili görevlerle karşılaştıklarında yalnız "vicdan hükmü"nü çağrıştıran görevleri kabul etmeleri bu bütün içinde ele alınabilir.

İkinci grup ilkeler, gazetecilerin haber kaynaklarıyla olan ilişkileri ilintilidir. Bu bağlamda, gazetecinin haber kaynaklarına özgürce ulaşabilme hakkından, mesleki çalışmalarında her zaman haber kaynaklarının gizliliğine saygı göstermesi gereğinden, özel hayatın gizliliğine zarar verebilecek açıklamalardan uzak durma sorumluluğundan ve yayınlardan kaynaklanan yanlış bilgilere karşı kişilere cevap ve düzeltme hakkının tanınması hususundan söz etmek mümkündür.

Üçüncü grup ilkeler haberin içeriğini düzenlemeye yöneliktir. Haberlerin titiz bir doğruluk ve dürüstlük anlayışı içinde yazılması ve yorumlanması, gerçeğin elde edilmesinde nesnel ve tarafsız bir yaklaşımın benimsenmesi, haber ve yorum arasında kesin bir ayırım yapılması, haber metinlerinin içeriğinin başlıklardaki açıklamalara uyması, gerçeğe uygun fotoğrafların yayınlanması ve yayınlarda aşırma, hareket, iftira, kötüleme ve temelsiz ithamlardan kaçınılması bu çerçevede ele alınabilir.

(11) Bu konuda bkz.: Lars Bruun, "Contemporary Codes-A Review", Lars Bruun (der.), a.g.e.; Clement Jones, **Mass Media Codes of Ethics and Councils**, (Paris: Unesco Reports and Papers on Mass Communication, Special Issue, 1980).

Dördüncü grup ilkeler, gazeteciliğin toplumsal boyutlarını kapsar. Burada farklı toplumsal ve siyasal sistemlere bağlı ülkelerde yer alan gazetecilik örgütlerinin kabul ettiği ahlâk yasaları arasındaki karşıtlıklar kendilerini açıkça belli eder ve ifade tarzları çoğunlukla ait olduğu ülkenin siyasal tercihini yansıtır. Ancak yine de, çok genel anlamda kitle iletişim araçlarının egemen toplumsal düzenin öngördüğü temel ilkeler doğrultusunda halkın bilinçlendirilmesine yönelik katkıda bulunmalarına, kamu yararına hizmet ilkesini gözetmelerine ve toplumsal düzenin korunması açısından yayınların içeriğine özen göstermelerine yönelik toplumsal sorumlulukları ile bir bütün olarak kitle iletişim kurumunun sahip olması gereken haberleşme özgürlüğüne toplumca saygı gösterilmesi gereği ortak bir ifade tarzı olarak varlık kazanmıştır.

Beşinci ve son grup ilkeler ise, gazetecilerin uluslararası sorumluluklarına yöneliktir. Bu grupta barışın ve uluslararası anlayışın gelişmesine katkı, savaş propagandası ile mücadele, uluslararası haberlerin yazımında ve verilmesinde ülkelerin özelliklerine saygı ve uluslararası cevap ve düzeltme hakkına saygı gibi bazı ilkeler yer alır.

B. 1980'li Yıllarda Ortaya Çıkan Yeni Gelişmeler

1. Kurumsal Gelişmeler

"Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" tartışmalarının radikal yönelimini büyük ölçüde korumayı başaran 1980'li yıllar açısından gazetecilik meslek ahlâkı alanında ortaya çıkan gelişmelerin en çarpıcı yönü, mesleki ve hükümetlerarası kuruluşlar arasında ortaya çıkan işbirliği ruhu olmuştur. Bunun ilk ve en önemli örneği, 1980 yılında yayınlanan **MacBride Komisyon Raporunda** ortaya konmuştur. "Sonuçlar ve Öneriler" bölümünde MacBride Komisyonu, gazetecilik ahlâk yasalarının "hükümetlerin müdahalesi olmaksızın meslekten kişilerin katılımıyla oluşturulmaları koşuluyla" ulusal ve bazı durumlarda bölgesel düzeylerde varlık kazanmalarını arzu edilebilir bir gelişme olarak nitelendirmiştir (12).

Aynı yıl ortaya çıkan diğer bir etkinlik, 31-22 Ocak tarihleri arasında, UNESCO bünyesinde IFJ ve IOJ arasında imzalanan bir danışma protokolu çerçevesinde **Gazetecilerin Korunması** adlı bir belge

(12) International Commission for the Study of Communication Problems, **Many Voices, One World** (Paris: Unesco Press, 1980).

nin düzenlenmesidir. Yine UNESCO bünyesinde, bu kez 23 Kasım 1983 tarihinde uluslararası ve bölgesel nitelikli gazetecilik meslek kuruluşlarınca yapılan danışma toplantısı sonucunda **Gazetecilik Alanında Uluslararası Meslek Ahlâkı İlkeleri** adlı bir belge imzalanmıştır. Öte yandan, 1 Kasım 1984'de Viyana'da AĞIK ülkeleri gazetecilerince düzenlenen ikinci toplantı sonucunda Avusturya Gazeteciler Birliği, IFJ ve IOJ tarafından **Viyana Bildirisi** imzalanmıştır. 26-28 Aralık 1987'de de Manila'daki **Asyalı Gazeteciler Konfederasyonu**'nun (CAJ) yedinci genel kurulunda bir ahlâk yasası kabul edilmiştir (13).

Öte yandan yine UNESCO'nun gerçekleştirdiği etkinliklerden biri, uluslararası ve bölgesel gazetecilik kuruluşlarını bir danışma toplantısı gerçekleştirmeye davet etmek olmuştur. Nisan 1978'de yapılan toplantıya katılanların bu gibi danışma toplantılarını düzenli olarak gerçekleştirmeleri ve özellikle mesleki ahlâk ve dayanışma alanlarında nihai kararlar almaları kararlaştırılmıştır. Bu karar, **Danışma Kulübü** adıyla anılan yeni bir birimin ortaya çıkmasına da vesile olmuştur. Sözkonusu birim ise, 1980'de Mexico City'de, 1982'de Bağdat'ta, 1983'de Prag ve Paris'te, 1985'de Cenevre'de, 1986'da Brüksel ve Sofya'da, 1987'de Kahire ve Tempere'de ve 1988'de de Prag'da çeşitli toplantılar düzenlemiştir (14).

Bu bağlamda, Danışma Kulübünün gerçekleştirdiği en kapsamlı ortak çalışma, 1983 yılında son şeklini alan "**Gazetecilik Alanında Uluslararası Meslek Ahlâk İlkeleri**" adı altında oluşturulan belgedir. Sözkonusu belge, gazetecilik mesleğinin kendisini evrensel bir ahlâk bildirgesinde ifade ettiği ilk belge olma özelliğini taşımaktadır. Belgenin başlangıç noktasını, 1978 yılında Paris'te yapılan ve altını çizdiği hususlar arasında "gazetecilik mesleğinin temel ahlâksal ilkelerinin tanımlanması için olası ortak temelleri inceleme"nin de yer aldığı ilk danışma toplantısının tutanağı oluşturur. Paris'te anlaşmaya varılan bu hususla uyumlu olara FELAP, ikinci danışma toplantısını Nisan 1980'de Mexico City'de toplamıştır. Bu toplantıya FELAP'ın yanı sıra, IOJ, UCIP, FAJ ve CAJ da katılmıştır. Toplantıda mesleki ahlâkla ilgili gündem maddesi çerçevesinde ev sahibi kuruluşun önerdiği taslak belge ele alınmış ve bu temel üzerinde **Meksiko Bildirgesi** kabul edilmiş ve imzalanmıştır.

(13) Sözkonusu belgelerin özgün metinleri için bkz.: Nordenstreng ve Topuz (der.), a.g.e.

(14) Kaarle Nordenstreng, "Historical Highlights", Nordenstreng ve Topuz (der.), a.g.e., s. 249.

Kulübün bütün üyelerinin katıldığı Prag'daki dördüncü danışma toplantısında çalışma grubu tarafından hazırlanan taslak tartışılmış ve IFJ'den gelen ihtiraz kaydının ardından ulaşılan son durumun görüşülmesi dördüncü toplantının ikinci bölümüne ertelenmiştir. Kasım 1983'de Paris'te gerçekleşen ikinci bölüm toplantısında bu kez sonuç metni ele alınmış ve bu metin Prag'da tartışmaya açılan taslağa göre daha yumuşak bir biçime sokulmuştur. Giriş bölümü yeniden formüle edilmiş ve ilkelerle bağlantı kuran pasajda adı geçen ilgili kuruluşlar ilkeleri "kabul etmişlerdir" ibaresinin yerine ilkeler "hazırlanmıştır" ibaresi konulmuştur. Sonuçta belge, değiştirildiği şekliyle kabul edilmiştir. Bu belge hiçbir tarafça imzalanmamıştır ve kendisine tarafların kabullerine ilişkin özel göndermelerde bulunulmaksızın kulübün ortak adı verilmiştir. Yapısı itibariyle belgenin sabit bir yasa olmayıp bir ilham ürünü olduğu gözönünde bulundurulursa, bunun mantıklı bir yaklaşım olduğu kendiliğinden ortaya çıkar (15).

Belge, genel olarak, gazeteciliği topluma karşı bağlılık taşıyan bir meslek olarak tanımlamaktadır. Bu bağlılık, bir yandan insanların nesnel gerçekliğin doğru bir resmini elde etme hakkından, öte yandan da insanlığın evrensel değerlerinden kaynaklanır. Gerçeğin yapısına yönelik düşünsel gelenekler arasında belirgin farklılıklar bulunmasına rağmen, gerçeğe bağlılık, liberal gazetecilik anlayışı tarafından dile getirilenle aynı anlama gelmektedir. Uluslararası toplum tarafından oluşturulan evrensel değerlere bağlılık ise, tipik Batı geleneğinden ciddi olarak ayrılma anlamına gelir ve genel olarak sosyalist ve gelişmekte olan ülkelerdeki mesleki anlayışa yaklaşır (16).

2. Düşünsel Gelişmeler

1990'lı yılların ilk yarısını yaşadığımız şu günlerde gazetecilik mesleğinde ortaya çıkan bazı gelişmeler, yukarıda sözünü ettiğimiz ilkelerin yalnızca Danışma Kulübü üyelerinin kuramsal bir kurgulaması olmayıp, sözkonusu alanda kendiliğinden gelişen düşünsel bir yeniden yönelim olduğunu kanıtlamıştır. Gazetecilik meslek öğretileri yıllar süren durgunluktan sonra belirgin bir dönüşüme uğramışlardır. Bu ise hem Doğu, hem Batı, hem de gelişmekte olan ülkeler için geçerlidir.

(15) a.g.e., ss. 251-252.

(16) a.g.e., s. 254.

Sözkonusu olguyu yansıtan en iyi örneklerden biri, **Sovyet Gazetecileri Ahlâk Yasası**'dır. Henüz bir taslak olma niteliği taşımak-taysa da bu belge, Avrupa'daki en büyük ulusal gazeteciler birliğinden kaynaklanan bir belge olarak Sovyet gazetecilik tarihinde türünün ilk örneğini oluşturmaktadır. Öte yandan yaklaşık 300.000 üye-
siyle birlikte Avrupa'nın ikinci büyük gazetecilik örgütü olan İngiltere ve İrlanda'daki **Ulusal Gazeteciler Birliği** (NUJ) ise, birkaç yıl önce yapısal değişikliklerde bulunurken yeni bir mesleki programı imzalamıştır. Mesleki ve ticari birlik çıkarlarını ilgilendiren alışlagelmiş hususların dışında Birliğin hedefleri arasında şu hususlar yer almaktadır: "bütün üyeleri arasında fırsat eşitliğini savunmak, geliştirmek ve endüstriyel ve mesleki açıdan ırk, renk, inanç, yaş, medeni durum ya da cinsiyet temelindeki ayrımcılığı ortadan kaldırmak", "barışı, toplumsal adaleti ve sivil özgürlükleri savunmak ve geliştirmek" (17).

Bu arada ABD'de, 1980'li yıllarda gazetecilik ve kitle iletişim ahlâkı literatüründe adeta bir patlama yaşanmıştır. Uygulama açısından gazetecilik öğretimi veren tüm bireyleri temsil eden **Gazetecilik ve Kitle İletişim Alanında Eğitim Derneği** (AEJMC), 1986 tarihli sözleşmesinde yer alan bir kararda şöyle demektedir: "Kitle iletişim araçları ahlâkı, toplum açısından çok fazla önem taşıyan ve akademisyenler ile kitle iletişim alanında çalışanlar arasında giderek ilgi çekmekte olan bir konudur" (18). Aynı sözleşmedeki başka bir karar, gazetecilik ve kitle iletişim alanında çalışan öğretmenleri, okullarında Güney Afrika'ya ekonomik (ve diğer) yaptırımlar uygulamaya yönelik çabaları desteklemeye davet etmekte ve şöyle demektedir: "Bu tür çabaların bizim apartheid ve basında ifade özgürlüğüne yönelik duygularımızı sözkonusu ülkeye iletecek bir sinyal olarak işlev göreceğine inanıyoruz ve bu tür çabaların kınanması nitelikteki bu hükümet biçiminin sona erdirilmesini hızlandıracağını umuyoruz" (19). 1985 yılında ise AEJMC Sözleşmesi "nükleer savaş riskinin politikacıların ve dünyanın şimdiye kadar karşı karşıya kaldığı en önemli sorunu oluşturduğu gerçeği"nin altını çizmiştir (20).

(17) a.g.e., s. 250.

(18) "Journalism Educator, s. 62, (Kış 1987)", Nordenstreng, 1989, ss. 256-257'deki alıntı.

(19) "Journalism Educator, s. 61, (Kış 1987)", Nordenstreng, 1989, ss. 256-257'deki alıntı.

(20) "Journalism Educator, s. 47, (Kış 1985)", Nordenstreng, 1989, s. 257'deki alıntı.

Üçüncü Dünyada ise gazeteciliğe ilişkin toplumsal nitelikli bir düşünsel yönelim, gazeteciliğin olağan bir parçasını teşkil eder. Bazı durumlarda bu öylesine doğal bir nitelik kazanmıştır ki, mesleğin ve genelde sektörün eleştirel bir değerlendirilmesi için bile yeterli dürtü sağlanamamaktadır. Örneğin, Hindistan Kitle İletişim Enstitüsü Müdürü şu gözlemlerde bulunmaktadır:

Basında yetenekler, teknikler ve üretim kolaylıkları alanında profesyonelliğe doğru önemli bir gelişme sağlanmıştır. Ancak değerler sorunu, basının toplumdaki ve dolayısıyla gazetecilerin hızla değişen ulusal ve uluslararası düzlemlerdeki hedefleri ve işlevleri, hak ettikleri oranda ilgi görememektedir (21).

Doğal olarak, varolan koşulları değiştirmek için yalnızca söylenen sözler yeterli değildir; ancak bunlar, gazetecileri kendi mesleklerinin gerekleri doğrultusunda harekete geçirme amacına yönelik olarak önemli işlevler görürler. Şimdiye kadar, Danışma Kulübünün de katkılarıyla, mesleki düşünüşün gerçek kitle iletişim uygulamalarından çok daha ileri gittiği söylenebilir. Bu nedenle, şimdiye kadar uygulamada pek görülmeyen kitle iletişim araçlarının ciddi olarak eleştirilmesi -yani tüm demokratik süreç içinde kitle iletişim araçları tarafından önerilen dünya görüşü ve yerine getirilen roller bağlamında bu araçların içeriğinin analitik olarak değerlendirilmesi hususu- giderek daha fazla vurgulanmaktadır (22).

3. İlkesel Gelişmeler

Yeni Düzen Hareketi çerçevesinde yukarıda özetlemeye çalıştığımız gelişmeler, gazetecilik meslek ahlâkı ilkelerinde yenileşme ile sonuçlanan köklü değişikliklere neden olmuştur. Bu gibi yenilikleri ele almak, gazetecilik meslek ahlâkına yönelik normatif yaklaşımları zamansal bir gelişim çizgisi içinde konumlandırıp yorumlayabilmeyi de mümkün kılacaktır. Uluslararası belgelerde, gazetecilerin toplumsal ve siyasal sorumlulukları ile uluslararası ekonomik ve kültürel ilişkilerde oynamaları gereken rollere ilişkin olarak yer alan bu tür yeni ilkeler, Hıfzı Topuz'un yaptığı bir sınıflama esas alınarak şöylece sıralanabilir (23).

(21) "J.S. Yadava, 'Role and Place of Journalists in Modern World: Indian Scene', **Communicator**, S. 5, (Temmuz 1988)," Nordenstreng, 1989, a.g.e., s. 257'deki alıntı.

(22) Nordenstreng, 1989, a.g.e., s. 258.

(23) Hıfzı Topuz, "Summary of Rights and Responsibilities", Nordenstreng ve Topuz (der.), a.g.e., ss. 262-264.

a. Ekonomik ve Toplumsal Gelişmeye Katkı

Yeni gelişmeler bağlamında gazetecilere yüklenen önemli sorumluluklardan biri de onların ekonomik ve toplumsal gelişmeye katkıda bulunmalarıdır. Örneğin, **Kitle İletişim Bildirgesi**'ne göre:

IV. İnsan haklarını, tüm insanlar ve tüm uluslar arasında hak eşitliğini ve ekonomik ve toplumsal gelişmeyi ilerletmek için.. kitle iletişim araçlarının yerine getireceği önemli görevler vardır (24).

MacBride Komisyon Raporu'nda yer alan "**Sonuçlar ve Öneriler**" bölümünde şu ifadeler yer almaktadır:

22. Hem iletişim, hem de gelişme politikalarının temel bir bileşeni olarak gelişme yönünde diyalogun ilerletilmesi. Ulusal politikaların yürütülmesi, birbirini tamamlayan üç iletişim kalıbı aracılığıyla gerçekleştirilmelidir. Birincisi, karar vericilerin gelişme etkinlikleri, alternatif stratejiler ve farklı alternatiflerin çeşitli sonuçlarına yönelik gerekli değişimler olarak saptadıkları hususlar hakkında bilgi yaymak için karar vericilerden farklı toplumsal sektörlerle yönelen iletişim, ikincisi farklı toplumsal sektörlerin farklı istekleri, arzuları, nesnel gereksinimleri ve özel dürtüleri üzerine görüşleri ifade etmek ve bunların değişimini sağlamak için bu sektörler içinde ve arasında yatay bir haberleşme ağı çerçevesinde gerçekleştirilen iletişim; üçüncüsü, gelişme hedeflerini ve önceliklerini değerlendirmek ve kaynaklardan yararlanmaya yönelik kararlar almak için gerekli olan çift-yönlü haber akışlarını gerçekleştirmek üzere sabit katılımcı mekanizmalar yoluyla karar alıcılar ve tüm toplumsal gruplar arasında sağlanan iletişim (25).

b. Halkın Doğru Haber Alma Hakkına Saygı

Halkın gerçekleri olduğu gibi öğrenmesinin kendisine tanınmış bir hak olması gerektiği birçok uluslararası belgede ifade edilmiştir. Örneğin **IFJ** tarafından benimsenen **Gazetecilerin Davranışlarına İlişkin İlkeler Bildirgesi**'nde şöyle denilmektedir:

1. Gerçeğe ve halkın gerçeğe ulaşması hakkına saygı gazetecinin ilk görevidir (26).

Gazetecilik Alanında Uluslararası Meslek Ahlakı İlkeleri kapsamında şu hususlar yer alır:

1. Haklar ve bireyler doğru ve kapsamlı haberleşmeyle gerçekliğin nesnel bir görüntüsüne ulaşma ve çeşitli kültür ve iletişim araçlarıyla kendilerini özgürce ifade etme hakkına sahiptirler.

(24) Nordenstreng ve Topuz (der.), a.g.e., ss. 299-300.

(25) International Commission for the Study of Communication Problems, a.g.e., s. 258.

(26) a.g.e., s. 271.

II. Gazetecinin önde gelen görevi, yaratıcı yeteneğın sonuna kadar kullanılmasıyla temel bağlantıları göstererek ve çarpıtmalara yol açmadan olguların asıl bağlamları içinde dikkatlice dile getirildiği nesnel gerçekliğe onurlu bir adanmışlık yoluyla halkın doğru ve dürüst haberlere ulaşma hakkına hizmet etmektir; böylece halk, olayları, süreçlerin ve durumların kaynağı, yapısı ve özünün olabildiğince nesnel bir biçimde anlaşıldığı kesin ve kapsamlı bir dünya görüntüsünün oluşumunu kolaylaştıracak yeterli bir malzeme ile donatılmış olacaktır (27).

c. Halkın Kitle İletişim Araçlarına Ulaşma ve Kitle İletişim Sücine Katılma Hakkına Saygı

“İletişim Hakkı” kavramının mesleki ahlaktaki yansıması olan bu ilke de çeşitli uluslararası belgelerde sıklıkla yinelenen ilkelerden biridir. Örneğın, **Kitle İletişim Bildirgesi**'nin II. maddesinin 2. paragrafında şöyle denilmektedir:

Halkın haberlere ulaşması, kaynakların çeşitliliği ve ona uygun haberleşme araçları yoluyla güvence altına alınmalıdır; böylece her birey olguların doğruluğunu denetleyebilir ve olayları nesnel olarak değerlendirebilir. Bu amaçla, gazeteciler haber yazma özgürlüğüne ve olabilecek en üst düzeyde haberlere ulaşma kolaylığına sahip olmalıdırlar. Aynı biçimde, kitle iletişim araçlarının halkın ve bireylerin ilgilerine karşı duyarlı olmaları ve böylece halkın haberlerin değerlendirilmesine olan katkısını arttırmaları önemlidir (28).

Gazetecilik Alanında Uluslararası Meslek Ahlakı İlkeleri şöyle der:

V. Mesleğın yapısı, gazetecinin halkın haberlere ulaşmasını ve düzeltme ve cevap hakkını kullanmasını kapsayacak biçimde kitle iletişimimine olan katılımı arttırmasını gerektirir (29).

FELAP Ahlak Yasası'nın 3. maddesine göre:

Gazetecinin diğer zorunlu görevleri şunlardır:

...

Haberleri gazetecinin aracılık yapma ve toplumsal değişmede etken olma görevlerini yerine getirebilmesine ve iletiyi alan kimse- nin de aynı bilgiye ulaşabilmesine olanak verecek biçimde demok- ratize etmeye çalışmak (30).

(27) a.g.e., s. 310.

(28) a.g.e., s. 298.

(29) a.g.e., s. 311.

(30) a.g.e., s. 281.

d. İnsan Haklarının Gelişimine Katkı

İnsan hakları ve buna bağlı olarak ırkçılık, apartheid, dil, din, renk ve cinsiyete dayalı ayrımcılık gibi sorunlar da insan haklarının gelişimine katkı sağlamak yönünde yeni bir ilkenin gelişmesine yol açmışlardır. Örneğin **MacBride Komisyonu Raporu**'nda yer alan 52. öneride şu hususlar yer alır:

Kitle iletişim araçlarında çalışanların tümü, kitle iletişim araçlarına ilişkin UNESCO Bildirgesi, Helsinki Sonuç Belgesi ve Uluslararası İnsan Hakları Yasasının ruhuna uygun bir biçimde, hem bireysel hem de toplumsal düzeydeki insan haklarının yerine getirilmesine katkıda bulunmalıdır. Kitle iletişim araçlarının bu yöndeki katkısı yalnızca bu ilkeleri desteklemekle sınırlı olmayıp, ortaya çıktıkları yerde tüm ihlalleri teşhir etmeyi ve hakları korunmayan ya da tecavüze uğrayan kişileri desteklemeyi de kapsamalıdır. Mesleki kuruluşlar ve kamuoyu, baskıya maruz kalan ya da insan hakları savunuculuğuna bağlılıklarından dolayı olumsuz sonuçlarla karşılaşan gazetecileri desteklemelidir (31).

IFJ kapsamında **Gazetecilerin Davranış İlkeleri**'ne göre:

7. Gazeteci, kitle iletişim araçlarınınca alevlendirilen ayrımcılığın ortaya çıkardığı tehlikenin farkında olmak ve diğer şeylerin yanısıra ırk, cinsiyet, cinsel yönelim, dil din, siyasal ve diğer nitelikteki fikirleri ve ulusal ya da toplumsal köken temeline dayalı bu tür ayrımcılığı kolaylaştırmaktan kaçınmak için elinden geleni yapmalıdır (32).

Arap Haberleşme Şeref Sözleşmesi uyarınca:

6. Arap kitle iletişim araçları, apartheid'a dayalı, dini ya da diğer tür aşırı tutuculukları reddetmelidir. (Bu araçlar) adil ilkeler ile halkların kendi kaderlerini tayin etme, bireylerin de özgürlük ve vakar içinde yaşama hakları için mücadele vermelidir (33).

e. Kültürel Çeşitliliğe ve Kültürel Bağımsızlığa Saygı

Kültürel çeşitliliğin korunması, bağımsızlığını yeni elde etmiş ulusların kültürel politikalarında önemli bir yere sahiptir. Ahlâksal alanda da bu temayı kapsama yönünde yeni bir eğilim mevcuttur. **MacBride Komisyon Raporu**'nda yer alan 28. Öneri, kültürel varlık-

(31) International Commission for the Study of Communication Problems, a.g.e., s. 265.

(32) Nordenstreng ve Topuz, a.g.e., s. 271.

(33) a.g.e., s. 276.

ların korunmasına ilişkin koşulları geliştirmeye yönelik olarak şu hususları kapsamaktadır:

Kültürel kimlik ve yaratıcılığın desteklenmesi ve bu gibi görevlerde kitle iletişim araçlarının kapsamı gereken ulusal nitelikli kültürel politikaların oluşturulması. Bu tür politikalar diğer kültürlerle ilişkin bilgileri artırırken ulusal nitelikli kültürel gelişmeyi koruyucu ilkeleri de kapsamalıdır. Her kültür, kendi kimliğini diğer kültürlerle ilişkili olarak zenginleştirebilir (34).

UNESCO Toplumsalbilimler Dairesi Felsefe Bölümü'nün düzenlediği İletişim Ahlakına Katkıda Bulunmasına Yönelik Uzmanlar Toplantısı'nda alınan tavsiye kararlarından iki tanesi de şöyle demektedir:

(c) Grupların ve toplumların kültürel kimliklerine ve bunların kabulünün doğal sonucu olan ilkelere saygı.

(d) Farklı kültürler arasında karşılıklı saygı ve hem ulusal sınırlar içinde, hem de uluslararası alanda, haber değişiminde karşılıklık (35).

Yine UNESCO bünyesinde düzenlenen **Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Arasında Özgür ve Dengeli Haber Akışı Üzerine Uluslararası Konferans'ta** şu hususların altı çizilmiştir:

Ulusal kültürlere saygı: Gazeteciler, gelişmiş ülkelerdeki yerleşik düzenin şartları içinde, gelişmekte olan ülkelerin kültürlerini küçümseme ve dolayısıyla bir tür kültürel tahakküme katkıda bulunma eğilimindedirler. Bu kültürel tahakküm, kitle haberleşme araçlarının gelişmekte olan ülkelere yabancı olan bilgileri ve değerleri (sürekli olarak) yaymaları nedeniyle sağlamlaşma eğilimindedir. Fakat, yeni uluslararası düzenin şartları içinde, gazetecilerin ulusal kültürleri himaye etme yönünde belirli bir sorumlulukları vardır. Kültür hakkı, iletişim hakkı ile sıkı sıkıya bağlantılıdır (36).

f. Uluslararası Alanda Yeni İletişim Düzeninin Kurulmasına Katkı

Haberleşme ve iletişim alanlarında yeni bir düzenin kurulması ve geliştirilmesi yeni yasa ve bildirgelerde halen önemli bir yer tutmaktadır. Örneğin **Gazetecilik Alanında Uluslararası Meslek Ahlakı İlkeleri'ne** göre:

X. Gazeteci, çağdaş dünyada, genel olarak yeni uluslararası ilişkilere ve özel olarak da yeni bir iletişim düzenine yönelik hare-

(34) International Commission for the Study of Communication Problems, a.g.e., s. 259.

(35) Kaarle Nordenstreng, **The Mass Media Declaration of Unesco** (Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1984), s. 238.

(36) a.g.e., s. 239.

ketlerin oluşturduğu bir çerçeve içinde çalışır. Yeni Uluslararası Ekonomik Düzenin temel bir bölümü olarak anlaşılan bu yeni düzen, insanların kültürel kimliklerine tam bir saygı göstererek onların barış içinde birarada yaşamaları temelinde hem ulusal, hem de uluslararası açıdan haberleşme ve iletişim alanında anti sömürgecilik ve demokratikleşmeyi hedefler. Gazetecinin, özellikle Devletler ve insanlar arasındaki barışa dayalı dostça ilişkileri koruma ve destekleme yoluyla haberleşme alanında uluslararası ilişkileri demokratikleşme sürecini geliştirme konusunda özel bir yükümlülüğü bulunmaktadır (37).

FELAP'ın bünyesinde oluşturulan Latin Amerika Gazetecilik Ahlâk Yasası'nda şu ifadeler yazılıdır:

2... Uluslarımızın ve halklarımızın ekonomik, siyasal ve kültürel bağımsızlığına, Yeni Uluslararası Ekonomik Düzenin kurulmasına ve haberleşmede anti-sömürgeciliğe katkıda bulunmak Latin Amerikalı gazetecilerin asli görevidir (38).

Kitle İletişim Araçları Bildirgesi'ne göre:

VII. Birleşmiş Milletlerin farklı organları tarafından benimsenen kararların temelini oluşturan, evrensel kabul görmüş hedefler ve ilkelere ilişkin haberlerin tümünü daha geniş bir biçimde yayarak kitle iletişimi araçları, barışın ve uluslararası anlayışın güçlenmesine, insan haklarının daha ileri bir düzeye ulaşmasına ve daha adil ve daha eşitlikçi bir uluslararası ekonomik düzenin kurulmasına etkin olarak katkıda bulunurlar (39).

C. Gazetecilik Mesleği Alanında Ortaya Çıkan Uluslararası Ahlâk İlkelerinin Ulusal, Bölgesel ve Uluslararası Ahlâk Yasalarınca Benimsenme Düzeyi

1. Genel Benimsenme Düzeyi

Buraya kadar ele aldığımız alt-bölümlerde, gazetecilerin ve görev yaptıkları kurumsal yapılar olarak kitle iletişim araçlarının ulusal ve uluslararası düzeydeki hak ve sorumluluklarını içeren ulusal, bölgesel ve uluslararası nitelikteki ahlâk yasaların üzerinde duruldu. Bu çerçevede ulusal ilkeler tek tek ait oldukları ülkenin somut yaklaşımlarını yansıttıklarından genel değerlendirme ölçütleri gerektirmezken, nispeten soyut nitelikteki uluslararası ilkeler, ulusların somut beklentileri çerçevesinde ne ölçüde dikkate alındıklarını orta-

(37) Nordenstreng ve Topuz, a.g.e., s. 312.

(38) a.g.e., ss. 280-281.

(39) a.g.e., ss. 299-300.

ya koyacak göstergelere gerek duyarlar. Dolayısıyla sözü edilen bu ilkelerin ulusal ve bölgesel meslek kuruluşları tarafından benimsenme düzeyleri, bunların etkin bir biçimde yaşama geçirilmesi açısından önemlidirler. Çünkü, uluslararası kitle iletişim araçları ve uluslararası toplum, farklı yapılarıdaki ulusların ve devletlerin bir toplamıdır. Bu toplama temsil ettikleri bölgelerin yerel özelliklerini yansıtan bölgesel kuruluşlarla çok sayıda gazeteciyi kapsayan uluslararası kuruluşları da katmak mümkündür. Bu nedenle, meslek ahlakına ilişkin ilkelerin uluslararası iletişim sürecinde geçerli olabilmesi bunların ulusal, bölgesel ve uluslararası iletişim örgütleri tarafından içselleştirilmelerine bağlıdır. Bunu anlamak içinse, doğal olarak sözkonusu örgütlerin iletişim ahlak yasalarını incelemek gerekir.

Böyle bir inceleme, Nordenstreng tarafından, aralarında Batılı, sosyalist, gelişmekte olan ülkeler ve bazı bölgesel ve uluslararası meslek örgütlerinin de bulunduğu 50 iletişim yasasının içerik çözümlemesine tabi tutulmasıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada dünyanın çeşitli yerlerine dağılmış olan gazetecilik meslek ahlakı ilkeleri, uluslararası topluluk tarafından oluşturulan bölgelerde yer alan standartlarla karşılaştırılmıştır. Çizelge 1'den de görüldüğü gibi 50 ahlak yasasından, 14'ünde, yani dörtte birinde, şu ya da bu biçimde barış ve güvenliğe ilişkin mesleki sorumluluğa atıfta bulunmaktadır. Aynı tema, 44 uluslararası belgenin 28'inde, yani yarıdan fazlasında yer almaktadır. Ancak bu temanın ahlak yasalarındaki temsili, yalnızca ulusal düzeydeki barış ve güvenliğe ilişkindir. Savaş propagandası teması yalnızca 5 ahlak yasasında (yani bütünün onda biri oranında) bulunmaktadır. Bu sayı aslında yüksektir; çünkü ahlak yasalarından ikisi yerel şiddet ve güvenlikten söz ederken yalnızca üç yasa belirgin bir biçimde uluslararası bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Genel yükümlülükler ile somut bir biçimde tanımlanmış uluslararası yükümlülükler arasındaki aynı ayrım, hepsi de genel niteleyiciler olarak ahlak yasalarında göze çarpan birer özellik olarak yetersiz bir biçimde ifade edilen "nesnellik", "diğer yükümlülükler" ve "özgür akış" başlıkları arasında yapılmıştır. Özel olarak uluslararası haber yazımından bahsetmeyen doğruluk, özgürlük vb.'ne yapılan genel göndermeler ile uluslararası hukuk kuralları tarafından düzenlense de temelde ulusal sorunları ilgilendiren ırkçılık teması sayılmazsa, burada beş ahlak yasasından üçünün uluslararası sorunları kapsamaktan tamamen yoksun olduğu sonucuna varılabilir (40).

(40) Nordenstreng, 1984, a.g.e., s. 216.

ÇİZELGE : 1

Kitle İletişim Araçlarının İşleyişine İlişkin (Normatif Yükümlülüklerin Ulusal, Bölgesel ve Uluslararası (Ahlâk Yasaları İtibariyle Yansıttıkları Sayısal Veriler

Temalar	Ahlâk Yasaları (Toplam 50)	Uluslararası Belgeler (Toplam 44)
1. Barış ve güvenlik	14	28
2. Savaş propagandası	5 (3 ul.ar)	18
3. Dostluk ve işbirliği	12	31
4. Nesnellik, doğruluk, dürüstlük	49 (4 ul.ar)	19
5. Irksal eşitlik/ayrımcılık	18	17
6. Diğer ödevler	47 (9 ul.ar)	31
7. Özgür haber akışı	34 (4.ul.ar)	25

Kaarle Nordensteng, **The Mass Media Declaration of UNESCO**, (Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1984), s. 216.

Sözkonusu ahlâk yasalarının uluslararası düzeyi yansıtmaya sınırlılıkları içinde en iyi temsil edilen tema, dostluk ve işbirliği temasıyla tipik olarak ilişkili olan barış ve güvenlik temasıdır. Savaş propagandası ve uluslararası ilişkilerin bir etmeni olarak yayılan enfomasyonun niteliği ile ilgili standartlar, bazı istisnalar hariç, meslek- sel ahlâk yasalarında hiç yer almamaktadırlar (41).

Öte yandan, Nordenstreng, yukarıda sözünü ettiğimiz çalışmasının diğer bir aşaması olarak, incelediği yedi temanın ulusal, bölgesel ve uluslararası ahlâk yasaları açısından dağılımını da araştırmış ve bulgularını bir çizelgede özetlemiştir. Aşağıda naklettiğimiz Çizelge 2'den de görüleceği üzere, uluslararası yükümlülüklere hiç önem vermeyen ya da çok az önem veren ahlâk yasaları çoğunlukla Batı ülkelerine ve bazı gelişmekte olan ülkelere aittir. Diğer taraftan, sosyalist ülkelerdeki tüm ahlâk yasaları en azından bazı uluslararası nitelikler içermektedirler. Örneğin, SSCB Gazeteciler Birliği tüzüklerine dayalı Sovyet ahlâk yasası üç uluslararası temayı kapsarken, bu araştırmaya dahil edilen üç Amerikan ahlâk yasasından hiçbirisi, uluslararası yükümlülüklerle ilişkin herhangi bir gönderme

(41) a.g.e., aynı yer.

ÇİZELGE:2

Ulusal, Bölgesel ve Uluslararası Ahlâk Yasalarında Yer Alan Genel (X)
ve Uluslararası (0) Ahlâk Normları

	Barış ve Güvenlik	Savaş Propagandası	Dostluk	Nesnellik	Irksal	Diğer Ödever	Özgür Akış
1.Avustralya				X		X	
2.Avusturya				X	X	0	0
3.Belçika	0		0	X		0	
4.Burma				X	X	X	X
5.Kanada				X		X	
6.Şili	0			X	X	X	X
7.G.Kore I				X	X	X	X
8.G.Kore II				X		X	X
9.Küba	0		0	X		0	
10.Mısır	0		0	X		0	0
11.İngiltere				X	X	X	X
12.Finlandiya				X	X	X	X
13.Fransa				X		X	X
14.B.Almanya I		0	0		X	X	
15.B.Almanya II				X	X	X	X
16.D.Almanya	0		0	X		0	
17.Yunanistan				0		X	
18.Macaristan			0	X		0	X
19.İrlanda				X		X	X
20.İsrail				X	X	X	X
21.İtalya				X		X	X
22.Jamaika	0	X		X	X	X	
23.Japonya	0			X		X	X
24.Mali				X		X	X
25.Meksika				X		X	X
26.Nijerya I	X	X		X	X	X	
27.Nijerya II				X		X	
28.Norveç				X	X	X	X
29.Pakistan				X		X	X
30.Polonya				X	X	X	X
31.Portekiz	0		0	X	X	X	X
32.G.Afrika I			0	X			X
33.G.Afrika II				X	X	X	X
34.Sri Lanka				X		X	X
35.İsveç				X	X	X	X
36.İsviçre				X		X	X
37.Türkiye				X		X	
38.ABD I (Der.)				X		X	X
39.ABD II (Sen.)				X	X	X	
40.ABD III (Sigma)				X		X	X
41.SSCB	0		0	X		0	
42.Venezuela	0		0	X		X	X
43.IUPA 1936	0	0	0	0			X
44.IFJ 1939				X		X	
45.Amerika 1942				X		0	
46.Amerika 1950				X			
47.BM Taslağı 1952	0			0		X	0
48.IFJ 1954				X		X	X
49.EEC 1971				X		X	X
50.FELAP 1979	0	0	0	0	X	0	0

Kaarle Nordenstreng, *The Mass Media Declaration of UNESCO*, (Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1984), s.217.

içermemektedir. Buna rağmen, mesleki ahlâkın uluslararası yönlerini dikkate almama eğiliminin sözkonusu sosyo-politik sistemlerin basit bir yansıması olduğunu iddia etmek güçtür. Nitekim, uluslararası ilişkileri kuvvetle vurgulayan ahlâk yasaları her iki Almanya (Doğu ve Batı), Avusturya ve Belçika'da bulunduğu gibi Küba ve Mısır'da da bulunmaktadır (42).

Bu tür kesişen eğilimler açısından uluslararası nitelikte bir iletişim ahlâk yasasının oluşturulması hususu genel olarak benimsenen bir alternatif olarak gündemdeki yerini korumaktadır. Örneğin, bu yönde ileri sürülen bir görüşe göre, herbiri belirli bir ülkeye mensup kitle iletişim araçlarının ve gazetecilerin toplumsal sınırlamalar ve kurumsal baskılar altında çalışmaları nedeniyle, toplumsal yükümlülüklerden arınmış bir kitle iletişim sürecinin düşünülmemesi ve uluslararası iletişime ilişkin sorumlulukların siyasal tercihlere dayanan yorumlara açık olması evrensel düzeyde uygulanacak bir iletişim ahlâk yasasının gerçekleşme şansını azaltmaktadır; ancak yine de, uluslararası sorumlulukların sınırlarını çizen temel bir çerçevenin oluşturulması açısından böyle bir ahlâk yasasının meslek mensupları tarafından oluşturularak kabul edilmesi gerekir. Gerek uluslararası sorumluluklara ilişkin siyasal yanı ağır basan kurallardan, gerekse uzun yıllar boyunca meslek bünyesinde oluşan teknik ve pratik ihtiyaçlar için öngörülen ahlâk ve davranış kurallarının bileşiminden oluşacak bu uluslararası ahlâk yasası, asgari ölçülerde uygulandığı takdirde bile, uluslararası iletişimin içeriğinde bir kalite yükselmesine neden olacaktır (43).

2. Türkiye'deki Durum

a. Dış Haber Dengesinin Oluşturduğu Genel Çerçeve

Uluslararası gazetecilik ahlâk ilkelerinin Türkiye'de ne ölçüde benimsendiğini ortaya koyabilmek için öncelikle ülkemizin uluslararası haberleşme ve iletişim düzeni içindeki konumuna bir göz atalım. Türk basınında dış haberlerin yeri, önemi ve temsil oranını inceleyen 1982 tarihli bir araştırmanın vardığı sonuçlara göre, Türkiye'deki dış haberlerin yüzde 60'ı dört büyük Batılı ajanstan ve diğer Batılı

(42) a.g.e., s. 218.

(43) Mahmut Oktay, "Kitle İletişim Araçlarının Uluslararası Sorumluluğu ve İletişim Ahlâk Kuralları" (Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1990), s. 460.

kaynaklardan gelmektedir. Haberlerin ülkelere göre dağılımı açısından ise Batılı ülkelerin temsil oranı yüzde 60'dan fazladır. Bu yönde, Türk basınına yansıyan dış haberlerin yoğun bir kısmının, Türkiye'nin tarihsel, kültürel, dinsel vb. bağlarının ve ortaklıklarının bulunduğu Orta Doğu ve Balkanlarla değil, ülkenin bağımlılık ilişkisi içinde bulunduğu ABD ve Batı Avrupa ile ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır. Araştırmacının ifadesiyle 'bu yönlerle ilgili haberler kamuoyunu büyük ölçüde meşgul ederken, haberlerin içinde Batı kültürü ve yaşam biçimi yansıtılmakta, insanlar kendi bölgelerinin sorunlarından soyutlanmaktadır. Bağımlılık ilişkisi içinde bulunduğumuz yöreler dışındaki özellikle karşıt toplumsal/siyasal sistemlere tabi bulunan bölgelere ait haberler ise hep bir bunalım, felaket, kargaşa, başarısızlık vb. içermekte, böylece içinde yaşanılan toplumsal sistem, üstü kapalı da olsa aklanarak, diğerleri yerilmektedir.' Araştırmacıya göre, Türk kamuoyu dünya sorunlarını gerçek anlamda kavramaktan alıkonmakta, daha çok duygusal niteliği ve sansasyon gücü ağır basan olaylarla meşgul edilmektedir ve bu tür haberler bazı gazetelerde yüzde 90'a kadar varmaktadır (44).

Öte yandan, Türkiye'de dış haberciliğin değerlendirilmesi çerçevesinde Türk basını ile dış siyasi karar alıcılarının ilişkileri üzerinde duran başka bir çalışmanın ortaya koyduğu bulgulara göre, günlük gazetelerin dış politika konularına diğer konulara oranla çok farklı bir oranda ağırlık verdiğiinden söz etmek pek de mümkün değildir. Diğer taraftan ülkenin dış politika karar alıcılarının dış dünya hakkında edinmek istedikleri bilgiler konusunda günlük gazete basınıının sunabildiği imkanların, diğer ülkelere oranla sınırlı olduğu söylenebilir; çünkü ülkemiz günlük gazete basınında dış politika ile ilgili olarak yer alan haberlerden çoğu kısa ve diğer kitle iletişim araçlarından kolayca elde edilebilecek türdendir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, ülkemiz basınında dış politika ile ilgili konulara görev yapan dış haber muhabiri kadrosunun sınırlılığıdır (45).

Bir tür yetersizlik ve sınırlılıkları da içeren haberde dışa bağımlılık sorununu yine Türk basını açısından araştıran 1991 tarihli yeni bir araştırmanın ortaya koyduğu bulgular uyarınca, dış haberlerin yüz-

(44) Zafer Özcan, "Uluslararası Haber Yapısı ve Türk Basınında Yer Alan Dış Haberlerle İlgili Bir İnceleme", *İletişim*, Sayı: 4 (1982).

(45) Faruk Sönmezöğlu, "Türkiye'de Dış Haberciliğin Değerlendirilmesi", *Dış Politika Basını ve Basında Dış Politika*, Hürriyet Vakfı 1983 Yılı 6. Seminer Tutanakları, İstanbul, 1984, s. 123.

de 83.5'inin kaynağı yabancıdır. Dış haberlerin yüzde 23.5'i AP, AFP, RTR ve TASS'dan oluşan 4 büyük haber ajansına aittir. Türk basınının yayımladığı dış haberlerde kendi kaynaklarının payı yalnızca yüzde 16.5'tir. Dış haberlerin yüzde 17.2'si sadece ABD ile ilgili gelişmelerden söz etmektedir. Dış haberler içinde, tüm gelişmiş ülkelerin payı yüzde 52.4, gelişmekte olan ülkelerin payı yüzde 17.6, Türkiye'ye komşu ülkelerin payı yüzde 13.2 ve Türkiye ile ilgili haberlerin payı yüzde 16.8 oranlarında bulunmaktadır. Haberlerin çıkış yeri, gelişmiş ülkeler ağırlıklıdır. Yalnızca ABD kentlerinin payı, yüzde 16.8 oranındadır (46).

Görüldüğü gibi Türkiye'nin dış habercilik alanındaki konumu, dışa bağımlı bir görünüm sergilemektedir. Üstelik bu görünüm giderek artan bir süreklilik de arz etmektedir. Nitekim örnek olarak ele aldığımız araştırmaların da ortaya koyduğu üzere 1982 yılında yüzde 60'a varan haberde dışa bağımlılık oranı, yaklaşık on yıl sonra yüzde 83.5'e ulaşmıştır. Dış haberlerde Batı'nın ağırlığı ise, yaklaşık olarak aynı düzeyde kalmıştır. Bu yönde, Türk basınının da diğer gelişmekte olan ülke basınları gibi, uluslararası iletişim düzenindeki dengesizliğin olumsuzluklarından pay aldığını söylemek mümkündür.

b. Hukuksal Mevzuat

Oluşturmaya çalıştığımız bu genel çerçeve içinde şimdi de Türkiye'deki basın ve radyo-televizyon sistemine ilişkin hükümler içeren yasa ve yönetmeliklerin uluslararası normları benimseme düzeylerini incelemeye geçebiliriz. Bu yönde Türk Ceza Kanununun 127. maddesinin 3. bendine göre, Türkiye devletini tarafsızlık ilanına, tarafsızlığını devam ettirmeye, savaş ilanına zorlamak için gereken hareketleri yapmak üzere yabancı ile anlaşma fiilini cezalandırılmaktadır. Bu anlaşmanın konusunu, basın yoluyla propaganda yapma hareketi teşkil ettiğinde, fiilin cezası ağırlaştırılmaktadır. Bu şekilde, basın yoluyla, devletin dış politikasını tarafsızlık ya da savaş ilanı şeklinde saptamaya yönelik propaganda yapmak üzere anlaşmak suç teşkil etmektedir (47).

(46) İdris Adil, **Haberde Dışa Bağımlılık**, (İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayını: 30, 1991), s. 136.

(47) Çetin Özek, **Türk Basın Hukuku**, (İstanbul: İ.Ü. Hukuk Fakültesi Yayını: 538, 1978), ss. 433-434.

2954 sayılı **Radyo Televizyon Kanunu**'nun 9. maddesinin son fıkrasında yurt dışına yapılacak yayınlarda, devletin her alanda tanıtılmasına ve yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye Cumhuriyeti ile ilişkilerinin sürdürülmesine yardımcı olma ilkeleri vurgulanmıştır (48). Ayrıca Kanun'un 24. maddesinde de TRT'nin dış yayınlar konusunda Dışişleri Bakanlığının saptayacağı esaslara bağlı kalacağı ve dış ilişkilerle ilgili yorumlarda kaynak belirtilip belirtilmeyeceği hususunda da Dışişleri Bakanlığının görüşünün gözönünde tutulacağı belirtilmektedir (49).

TRT Kanununun öngördüğü düzenlemelerden biri de **Türkiye'nin Sesi Radyosu Yabancı Dil Yayınları İlkeleri**'dir. Bu ilkeler uyarınca:

TRT Yasası esasları içinde,

a. Barış ilkesi ışığında Birleşmiş Milletler prensiplerine bağlı kalarak korumak azim ve kararını sürekli vurgulamak,

b. T.C.'nin insan haklarına ve demokratik ilkelere bağlı olduğu inancını yerleştirmeye çalışmak. Bu ilkelerin uygulanmasında öncülük etme isteğimizi vurgulamak,

c. T.C.'nin ülke ve millet bölünmezliğine karşı kullanılacak bütün dış tehdit ve yıkıcı, bölücü unsurlarla kesin mücadele azim ve kararında olduğunu dünyaya açıklamak,

d. Yurtdışındaki temsilci ve temsilciliklerimize karşı girişilen suikast ve sabotajların önlenmesi ve olayların gerçek nedenleri ile tanıtılması yönünde dünya kamuoyunu oluşturmaya çalışmak,

e. Uluslararası hukuk kurallarına uygun olarak, insan hak ve hürriyetlerinin uluslararası dostluk ve anlayışın gerçekleşmesine ve gelişmesine yardımcı olmak,

f. Türkiye hakkındaki olumsuz propogandaları etkisiz kılmak,

g. Türkiye'yi ekonomik, kültürel ve turistik yanları ile tanıtırken Türk kültür, sanat, edebiyat ve müziğini en iyi örnekleriyle vermek(50).

TRT Kurumunun 1989'da yayınlanan Reklam Yönetmeliğinde ise şu hükümler yer almaktadır:

Madde 7: Atatürk, Türk milletine mal olmuş kişiler, Türk ve yabancı devlet büyükleri, dini kişiler ve dini konular hiçbir suretle, toplumun değer hükümlerini zedeleyecek ve bunları istismar edecek şekilde reklâm konusu yapılamaz.

(48) Kayıhan İçel, **Kitle Haberleşme Hukuku**, (İstanbul: İ.Ü. Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayını: 1, 1985), s. 285.

(49) a.g.e., s. 294.

(50) Sezer Akarcalı, "Propaganda Aracı Olarak Dış Yayınlar" (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1989), ss.364-365.

Madde 18: Milli marşlar ile kurumun üyesi olduğu milletlerarası yayın kuruluşlarının sinyalleri hiçbir şekilde; askeri marşlar ve mehter müziği, karakterine uygun konular dışında, reklâm yayınlarına dahil edilemez, sinyal ve geçiş müziği olarak kullanılamaz.

c. İlkesel Gelişmeler

Türkiye'deki basın ahlâk yasalarına gelince, bu konuda iyimser olabilmek ne yazık ki mümkün değildir. Nitekim, ülkemizde ne 1960 yılında İstanbul Gazeteciler Cemiyeti ve İstanbul Gazeteciler Sendikası'nın kurduğu bir komisyon tarafından oluşturulan basın ahlâk yasası, ne de 1986 yılında gerçeklik kazanan Basın Meslek İlkeleri gazetecilerin, uluslararası sorumluluklarında söz eden ilkeler içermemektedirler.

Esasen bu konu, gerek basın, gerek üniversite, gerekse diğer entellektüel kesimlerden hakettiği ilgiyi görememiştir. Nitekim, konuyu enine boyuna ele alan tek kapsamlı bilimsel toplantı, 1980 yılında Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Çalışma ve Sosyal Hizmetler bölümü tarafından, "Uluslararası Anlayışın Güçlendirilmesi ve İnsan Haklarının Yaygınlaştırılmasına Kitle İletişim Araçlarının Katkısı Semineri" adı altında gerçekleşmiştir. Seminerde Türkiye'nin konuya duyarsızlığı birçok katılımcı tarafından dile getirilen ortak bir husustur. Bu duyarsızlığın kırılmasında ise en büyük görev kitle iletişim araçlarına yüklenmiştir. Örneğin, bu yönde, Ertuğrul Özkök, yeni kuşakların Birleşmiş Milletlerce alınan kararları benimseyerek yetişmeleri için kitle iletişim araçlarının yardımcı olmaları gereğini ifade ederken (51), Yılmaz Ateş, bu gereğin ancak demokratik bir basın ve siyasal çevrelerin etkilerinden arındırılmış özerk bir TRT ile yerine getirilebileceğini vurgulamıştır (52). Hüsamettin Ünsal'a göre ise, özellikle iletişim çalışanları ile ilgili örgütlerin tüm çabaları, kitle iletişim hakkını tam olarak elde etme ve kullanma bilinci oluşturmaya dönük olmalıdır. UNESCO Bildirgesinde yer alan ilkelerin ülke düzeyinde yaşama geçirilebilmeleri, ancak bu bilincin uygulanma yollarının etkin bir biçimde belirginleştirilebilmeleriyle mümkündür (53).

(51) Uluslararası Anlayışın Güçlendirilmesi ve İnsan Haklarının Yaygınlaştırılmasına Kitle İletişim Araçlarının Katkısı Semineri (Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayını, 1980), s. 41.

(52) a.g.e., s. 57.

(53) a.g.e., s. 54.

1980 yılında gerçekleştirilen seminerde ileri sürülen bu tür görüşler, aradan geçen yıllar zarfında günün koşullarına göre yeniden gözden geçirilmek yerine bir kenara bırakılmışlardır. Ancak son yıllarda İletişim Araştırmaları Derneği'nin (İLAD) çıkardığı "İletişim Araştırma" ve UNESCO Türkiye Milli Komisyonu İletişim Komitesi'nin çıkardığı "İletişim Dünyası" gibi bültenlerden, bazı popüler ve akademik dergilerden ve yayınlanan kitaplardan da görülebileceği gibi, iletişim meslek ahlâkı ülkemizde artık görece olarak güncelleşmeye başlamıştır (54). Bu yönde, örneğin, "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" tartışmasının bir yansıması olarak belirginleşen "gazetecilerin sahip oldukları sorumlulukların, kendilerine verilecek haklarla birlikte düşünülmesi gereği" artık Türkiye'de de konuşulan konular arasına girmiştir. Nitekim, gazetecilerin mesleklerini sağlıklı bir biçimde yerine getirebilmelerini sağlayacak ayrıntılı bir haklar ve görevler yelpazesinin oluşturulması gereği artık iletişim gündeminde daha fazla yinelenir olmuştur (55).

SONUÇ

1980'li yıllarda kendinden önceki "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" tartışmasının radikal havasını korumayı başarabilen gazetecilik meslek ahlâkı anlayışı kazandığı bu ivmeyle yeni gelişmeler karşısında çok fazla bireysel ve profesyonel kalan eski görüntüsünü yenilemiş ve geçmiş dönemlere oranla toplumsal kaygıları daha fazla ön plana çıkaran bir kimliğe bürünmüştür. Nitekim, bu toplumsal anlayış, ekonomik ve toplumsal gelişme kavramından evrensel insanlık değerlerine kadar uzanan bir ilkeleştirme süreciyle belirgin bir vurgu kazanmıştır. Söz konusu süreç ise doğruluk, dürüstlük, nesnellik ve sorumluluk gibi soyut ahlâki değerleri ön plana çıkaran tipik Batılı gelenekten bir anlamda kopuşu simgelemektedir.

Böylelikle gazetecilere atfedilen mesleki rol artık yalnızca genel anlamda doğruyu değil, insan haklarına ve kültürel bağımsızlığa saygı

(54) İletişim meslek ahlâkına dolaylı ya da dolaysız olarak değinen kaynaklardan bazıları şunlardır: Zeynep Alemdar, **Oyunun Kuralı**, (Ankara: Bilgi Yayınevi, 1990); Mahmut İhsan Özgen, **Basın Ahlâk Kuralları ve Yasalar**, (İstanbul: Kardeşler Basımevi, 1988).

(55) "İletişim Hakkı ve Sorumluluğu", **İletişim Dünyası**, S.7 (Temmuz/Ağustos 1987).

gibi evrensel insanlık değerlerini de gözetecek biçimde genişlemiştir. Gazeteci de böylelikle çeşitli sosyo-politik çıkarlar ve değerler karşısında bağımsız ve tarafsız kalarak olayları ve düşünceleri yansıtmakla görevli bir aracı olmaktan çıkarak benimsediği değerler doğrultusunda etkin işlevler yüklenen bir aktör konumuna yükselmiştir.

Ancak bu durumun, sanıldığığının aksine, enformasyon alanında özel bir "politizasyona" yol açacağını iddia edebilmek güçtür. İletişim ahlâk ilkeleri olsa olsa barış, demokrasi ve insan hakları gibi evrensel olarak tanınmış değerlerden uzaklaşan politikalara karşı bir sığınak oluşturabilir. Kaldı ki, kim ne derse desin, gazetecilik fazlasıyla siyasal bir özellik taşır ve gelecekte de öyle olmaya devam edecektir. Bu durumda profesyonel ahlâkın yapacağı her seçim, dolaylı ya da dolaysız bir siyasal tercihi yansıtacaktır. Sorun, hangi seçimin politik, hangisinin ise apolitik olduğu değil, savunulan siyasal yönelimin niteliğidir. Bu açıdan yeni profesyonel ahlâk, uluslararası toplumun evrensel değerleri gibi "tarafsız" bir temelin üzerinde yükselmektedir.

Çalışma boyunca biçimlenen diğer bir husus da halkın doğru haber alma, kitle iletişim araçlarına ulaşma ve kitle iletişim sürecine katılma hakkına saygı ilkelerini de kapsayan uluslararası iletişim ahlâk yasalarının son yıllarda bireyin ve toplumun kendilerini ifade edebilme konusunda eşit haklar taşımaları gerektiğini savunan "iletişim hakkı" kavramıyla bütünleşmekte olduğudur. Nitekim bu bağlamda, gazetecilerin haber yazma özgürlüğüne ve mümkün olan en üst düzeyde haberlere ulaşma kolaylığına sahip olmaları ve haberleri halka eksiksiz yansıtmaları gereği de altı çizilen diğer hususlar arasında yer almaktadır. Bu oluşumların ışığı altında iletişim hakkı kavramının yakın gelecek itibarıyla etki alanını genişletebilme olasılığı, kitle iletişim kurumlarını düzenleme sürecine yönelik olarak yeni yeni geliştirilmekte olan "demokratik-katılımcı" yaklaşımın da giderek güçleneceği umudunu canlı tutmaktadır.

Öte yandan, uluslararası düzlemde oluşan bu tür anlayış farklılaşmalarına rağmen, Türkiye'de gazetecilik meslek ahlâkının uluslararası boyutuna ilişkin olarak varolan durumun oldukça yetersiz kaldığı iddia edilebilir. Nitekim, Türk Basın Ahlâk İlkeleri uluslararası alana toplumcu kaygılar ve demokratikleşme eğilimleri bir yana, soyut değerlere dayalı muğlak yaklaşımlarla bile atıfta bulunmamaktadır. Bu yetersizlik, diğer uluslar ve bölgeler açısından da geçerliyse de, Türkiye'de gazetecilik meslek ahlâkının boyutları ve

bunların olası ulusal yansımaları entellektüel çevrelerde bile henüz layıkıyla anlaşılabilmiş değildir. Bu nedenle, sözkonusu yetersizlik, Türkiye’de kendisini daha ağır bir biçimde hissettirmektedir.

Uluslararası ekonomik ve iletişimsele eşitsizlik ve dengesizliklerin yarattığı olumsuzluklardan dolaysız etkilenen ülkemizin, gelişmiş ülkelere, daha çok da kendi gibi gelişmekte olan ülkelere yönelik sorunları dile getiren bu tür global eğilimlere ilgisiz kalması gerçekten oldukça düşündürücüdür. Radyo televizyon yayıncılığından uydu yayıncılığına ve bilgisayar iletişimine kadar enformasyon/iletişim alanının global niteliğinden ayrı düşünülmediği, kitle iletişim sistemlerine ilişkin geleneksel anlayışların ise yeniden sorgulandığı bir dönemde bu durumun ülkenin uluslararası ilişkilerine kadar uzanan bir çerçeve içinde kısmi bir perspektif darlığına yol açabileceğini ileri sürmek pek de abartılı bir hüküm olmayacaktır. Dolayısıyla uluslararası iletişime ilişkin sorunların ve bunların ulusal düzeydeki güncel yansımalarının yakından izlenmesi, halen oluşturulmaya çalışılan tartışma ortamının ise nitelik ve nicelik açıdan güçlendirilmesi Türk gazetecilerinin ve aydınlarının etkin katılımını bekleyen konular arasında önemli önceliklerden birini oluşturmaktadır.

KAYNAKLAR

- Adil, İdris. **Haberde Dışa Bağımlılık**. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayını: 30, 1991.
- Akarcalı, Sezer. “Propaganda Aracı Olarak Dış Yayınlar”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1989.
- Alemdar, Korkmaz. “Yeni Bir Radyo Televizyon Düzeni”, **İletişim Dünyası**, Sayı: 7, (Ocak-Şubat 1992), ss. 1-2.
- Alemdar, Zeynep. **Oyunun Kuralı**. Ankara: Bilgi Yayınevi, 1990.
- Batmaz, Veysel. “Özel Televizyona Hukuksal Çerçeve Hazırlanırken”, **Monitör**, Sayı: 122, (23 Mart 1992), ss. 12-13.
- Berkman, Bülent. “Herşeye Rağmen Özel Televizyon”, **Milliyet Sanat**, Sayı: 257, (1 Şubat 1991), ss. 2-4.
- Bruun, Lars. “Contemporary Codes-A Review”, Lars Bruun (der.), **Professional Codes in Journalism**. Prague: International Organization of Journalists, 1979.

- International Commission for the Study of Communication Problems. **Many Voices, One World**. Paris: Unesco Press, 1980.
- İçel, Kayıhan. **Kitle Haberleşme Hukuku**. İstanbul: İ.Ü. Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayını: 1, 1985.
- "İletişim Hakkı ve Sorumluluğu", **İletişim Dünyası**, S.: 7 (Temmuz-Ağustos, 1987).
- Jones, Clement. **Mass Media Codes of Ethics and Councils**. Paris: Unesco Reports and Papers on Mass Communication, Special Issue, 1980.
- Kubka, Jiri, Kaarle Nordenstreng. **Useful Recollections: Excursion into the History of the International Movement of Journalists-I**. Prague: International Organization of Journalists, 1986.
- . **Useful Recollections: Excursion into the History of the International Movement of Journalists-II**, Prague: International Organization of Journalists, 1988.
- Masmoudi, Mustapha. "The New World Information Order", George Gerbner, Marsha Siefert (der.), **World Communications**. New York: Longman, 1984.
- Mowlana, Hamid. "Communication, World Order and the Human Potential: Toward an Ethical Framework", Andrew Arno, Wimal Dissanayake (der.), **The News Media in National and International Conflict**. Boulder: Westview Press, 1984.
- . **Global Information and World Communication**. New York: Longman, 1986.
- Nordenstreng, Kaarle. **The Mass Media Declaration of Unesco**. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1984.
- . "Professionalism in Transition: Journalistic Ethics", Ullamaija Kivikuru, Tapio Varis (der.), **Approaches to International Communication: Textbook for Journalism Communication**. Helsinki: Finnish National Commission for Unesco, 1986.
- . "Historical Highlights", Kaarle Nordenstreng, Hifzı Topuz (der.), **Journalist: Status, Rights and Responsibilities**. Prague: International Organization of Journalists, 1989.
- Nordenstreng, Kaarle, Hifzı Topuz. **Journalist: Status, Rights and Responsibilities**. Prague: International Organization of Journalists, 1989.

- Oktay, Mahmut. "Kitle İletişim Araçlarının Uluslararası Sorumluluğu ve İletişim Ahlâk Kuralları", Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1990.
- Özcan, Zafer. "Uluslararası Haber Yapısı ve Türk Basınında Yer Alan Dış haberle İlgili Bir İnceleme", **İletişim**, Sayı: 4, (1982), ss. 297-341.
- Özek, Çetin. **Türk Basın Hukuku**. İstanbul: İ.Ü. Hukuk Fakültesi Yayını: 538, 1978.
- Özgen, Mahmut İhsan. **Basın Ahlâk Kuralları ve Yasalar**. İstanbul: Kardeşler Basımevi, 1988.
- Sönmezoglu, Faruk. "Türkiye'de Dış Haberciliğin Değerlendirilmesi", **Dış Politika Basını ve Basında Dış Politika**. Hürriyet Vakfı 1983 Yılı 6. Seminer Tutanakları, İstanbul, 1984.
- Topuz, Hıfzı. "Summary of Rights and Responsibilities", Kaarle Nordenstreng, Hıfzı Topuz (der.), **Journalist: Status, Rights and Responsibilities**. Prague: International Organization of Journalist, 1989.
- Uluslararası Anlayışın Güçlendirilmesi ve İnsan Haklarının Yaygınlaştırılmasına Kitle İletişim Araçlarının Katkısı Semineri**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayını, 1980.

KİTAP YAYIMCILIĞINDA TANITIM (PROMOSYON)

Ar. Gr. Halil İbrahim GÜRCAN*

GİRİŞ

Kitap yayıncılığı, bir yazarın düşüncelerini kağıda veya bilgisayara yazmasıyla başlayıp bir yayımevinin eseri yayımlama kararına bağlı olarak editörlük işlemlerine, dizgi, sayfa düzenleme, montaj, baskı ve cilt aşamalarını takiben basılı ürün haline getirilmesi ile devam eden ve bu basılı ürünün kitapçılar aracılığı ile okura ulaştırılmasını kapsayan bir süreçtir. Bu yayıncılık sürecinde, basılı eserin çok ya da az satması, yayım faaliyetinin başarı veya başarısızlığını; başka bir deyişle yayımevi ve yazar açısından iyi gelir getirmesi veya getirmemesini ifade eder. Yayıncılıkta başarı veya başarısızlık büyük oranda tanıtıma (promosyona) bağlıdır.

Avrupa ve Amerika'da kitap yayıncılığı Türkiye'den çok önce başladığından, Türkiye'ye göre çok daha ticari ve profesyonel bir yapı kazanmıştır. Örneğin, Cambridge University Press'in bir yayımevi olarak kurulması 1534 yılında, Oxford University Press'in ise 1586'da gerçekleşmiştir. İngiltere'de ilk ticari yayımevi ise 1724'de kurulan Longman olmuştur (1). Bugün bu üç yayımevi, Britanya'nın en büyük yayımevlerinden olması yanında, kardeş-şirketleri ile de Amerika'da

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi Basım ve Yayıncılık Bölümü

(1) Lynette Owen, **Selling Rights**, (London: Blueprint, 1991), s. 1.

yayımcılık faaliyetinde bulunmakta ve hemen hemen dünyanın tüm ülkelerine, ürettikleri kitapları ihraç etmektedirler. Britanya yayımcıları, günümüzde en fazla kitap yayımını gerçekleştirmektedirler (üretilen kitapların yaklaşık yüzde 30'u ülke dışına satılmaktadır) (2).

Bu arada, Britanya'da 1988 yılında 525 milyon adetten fazla kitap satılmıştır ki, kişi başına 9 adet kitap düşmektedir. Bu miktar, dünyadaki kitap satınalma oranının kişi başına en yüksek değerlerinden birini ifade etmektedir (3). Bunun yanısıra, 1990 yılında İngiltere'de 63.980 kitap, Amerika'da da 44.218 kitap üretilmiştir (4). Böylesine çok sayıda kitap üretilen ülkelerdeki yayımcıların yayımlarını tanıtmak amacıyla değişik yollar izlemelerini gerekli kılmaktadır. Burada kitap yayımcılığı sürecinde tanıtım işlevi ve bunun hangi şekillerde yapılabileceğine ilişkin İngiltere ve Amerika'da yoğun bir şekilde kullanılan yöntemler üzerinde durulacaktır.

* * *

"Tanıtım" (ve reklam), yayımcılık sektöründe, üretilen kitabın satışını arttırmak için gerekli işlemleri kapsayan bir işlevi tanımlamaktadır. Kitap tanıtımındaki amaç, yalnızca kitap hakkında okurları haberdar etmek değil, aynı zamanda kitapçıları, kitap dağıtıcılarını -top-tancılarını-, kütüphanecileri, öğretmenleri ve kitap mümessillerini(5) de yayımlanmış ve yayımlanacak olan kitaplar hakkında bilgilendirmektir.

Yayımevlerindeki tanıtım ve reklam birimlerinin de amacı, kitle iletişim araçlarını, kitap sektörünü, yayımevinin bilinçli (sürekli) müşterilerini, üretilen veya üretilecek kitap hakkında bilgilendirerek, kitap satın alımı için teşvik etmektir. Yurt içi ve yurt dışındaki kitap alıcıları, tanıtım materyallerini, sipariş verirken referans olarak kullanırlar. Yayımcılıkta halkla ilişkiler faaliyeti, ücretsiz tanıtım imkanı yaratması yanında, firmanın iyi imajının medyaya ve diğer yazarlara duyurulmasını içermektedir (6).

(2) Giles N. Clark, **Inside Book Publishing**, (London: Blueprint, 1990), s. 12.

(3) **Book Publishing in the U.K., Key Facts 1989**, (London The Publishers Association, 1989), s. 3.

(4) **The Bookseller**, 21 February 1992, s. 443.

(5) Kitapçılara ve okullara yönelik olarak yeni yayımlanacak ya da halihazırda elde mevcut olan kitapların tanıtımını yapan ve isteklilerin siparişlerini alan kişiler.

(6) Giles, N. Clark, **y.g.k.**, s. 75.

KİTAP TANITIM STRATEJİSİ

Kitap tanıtımında, yayımevlerinin belli stratejiler uygulaması gerekmektedir. Yayımevi, kitap tanıtımının hangi yolla/yollarla yapılacağına karar verdikten sonra bunu uygulamaya geçirmesi için eserin yazarından da yararlanır. Yazardan ve onun görüşlerinden yararlanma, kitap tanıtımının daha etkili yapılabilmesine imkan tanıyacaktır.

Bir yazar, eserini teslim edip yayım kararı alındıktan sonra, yayımevine editör aracılığı ile bir anket formu doldurarak vermektedir. Bu formda kişisel bilgiler, biyografi, kitabın arka kapağında kullanılabilir özet yazı, kitabın bir özeti, kitabın belli başlı satış noktalarının nereler olabileceği ve hedeflenen okur kitlesi, daha önce kendisi ile yapılmış radyo-TV veya gazete röportajları varsa bunlara ilişkin açıklamalara yer verilir. Bu form, yayımevinin tanıtım stratejisinde kullanılabileceği materyaller olabileceği gibi, tanıtım bölümü, bunlardan ayrı olarak, yani yazarın belirttiklerinin dışında hazırlanan materyalleri tanıtım kampanyasında kullanabilir (7).

TANITIM PLANLAMASI VE MALİYETİ

Bir kitabın tanıtım faaliyetine girişmeden önce, tanıtımı yapılacak kitap için planlama yapılarak tanıtım maliyetinin çıkartılması gereklidir. Bir eserin yayımına karar verdikten sonra, o eserin yayımevine maliyetinin hesaplanması; başka bir deyişle kitabın bütçesinin çıkartılması, yayımevinin yapacağı giderleri önceden belirleyerek, eserin kitap haline dönüştürülüp okura sunulmasındaki süreçte yer alan harcamalar için kaynak ayrılması ve buna bağlı olarak da yayımevinin giderlerini kontrol altında tutabilmesi imkanı sağlamaktadır. Özellikle orta ve büyük ölçekli yayımevleri, her yıl çok miktarda kitap yayımladıklarından dolayı, her kitap için bir bütçe yapılması, her kitabın yayımevine maliyetinin ne olacağını belirlenmesi, gelir ve giderlerin kontrol altında tutulmasına yardımcı olduğu gibi, tanıtım ve reklam faaliyetlerinin de her kitabın bütçesine göre düzenlenmesine imkan vermektedir.

Kitap tanıtım faaliyetinin ne şekilde yapılacağı ve hangi yollar kullanılacağı (yazılı veya sözlü basına reklam, bilgilendirme formu, poster, satış panoları gibi) kitabın bütçesine göre planlanması, kiti-

(7) Giles, N. Clark, y.g.k., s. 77

bın tanıtımının daha sistemli bir şekilde yapılmasını sağlayacaktır. Tanıtım faaliyetleri, çoğunlukla eser yayıma hazırlanırken; başka bir deyişle eserin editörlüğü, dizgisi, baskısı yapılırken; kitabın dağıtımına verilmesi, yani yayımlanma tarihinden birkaç ay önce tanıtım faaliyetlerinin başlaması ve sürdürülmesi gerekmektedir.

Bir kitabın tanıtım planlamasında ve bütçesinin hazırlanmasında, tanıtım materyalinin gönderilmesindeki posta ücreti ve bu tanıtım materyallerinin basım maliyeti iyi hesap edilmelidir. Örneğin, bir yayımcı, bir kitabın tanıtımı için hazırlanan broşürden 10 bin adet bastırarak bunu, kitabın satışını arttırabilecek ve yeni talepler doğurabilecek kişilere göndermesi durumunda, broşürün baskı ve postalama masrafları önceden tam olarak belirlenmemiş ise, yayımevinin kitap satışından elde edeceği geliri belli oranda azaltacaktır.

Yayımcı veya editör, kitabın tanıtım masraflarının mümkün olduğunca, satış fiyatına eklenmesi ve bu suretle de elde edilecek gelirden hesaplanmamış bir düşüş yaratılmaması konusunda iyi bir fikre sahip olmalıdır. Aksi takdirde, kitabın satışından elde edilecek gelirin bir kısmı, önceden hesaplanmamış olan tanıtım masraflarına gidecek ve o kitaptan sağlanan kâr azalacak veya zarar artacaktır. Yayımevleri, her yayımladığı kitaptan kâr elde edemeyebilir. Bazen de planlananın dışında, bir kitabın yayımından beklenen satış gerçekleşmediğinden yayımevi o kitaptan zarar edebilir. Bunun yanında, hiç beklenmediği halde bazı kitaplar da kısa sürede "en iyi satan kitaplar" listesinde kısa sürede yer alarak yayımevine planlananın dışında, sürpriz bir kâr getirebilir ve kitabın yeni baskılarının yapılması imkanı doğabilir.

Bir kitabın tanıtımının imkan dahilinde diğer bazı kitaplarla birlikte yapılması, her kitap için tek tek yapılacak tanıtım harcamalarının daha düşük oranda olmasını sağlar. Bir yazarın başka kitapları ile, yayımlanacak kitabın birlikte tanıtımının yapılması, hem konuyla ilgilenenlerin değişik yazarlara ait, aynı dönemde ve aynı konudaki yayımları öğrenebilme imkanı sağlayabilir, hem de bir yazarın sürekli okuyucusunun, o yazarın çıkan/çıkacak son kitaplarına ilişkin derli toplu bilgi edinebilme imkanı yaratabilir.

Yeni yayımlanacak kitapların gazete veya dergilerde birlikte reklamının yapılması, reklam harcamasının kitaplara ortaklaşa paylaştırılmasını sağlayarak, tanıtım maliyetinin azalmasında etken bir faktör olacaktır. Ayrıca bir yayımevinin, büyük reklam vererek yayımla-

nacak tüm kitapları, okuyuculara ve diğer ilgili kişilere (öğretmenlere, kitapçılara vb.) duyurmasının vereceği etki, her kitap için verilecek küçük ilanlardan çok daha etkili olacak ve reklam maliyetini de düşürecektir.

Tanıtım bölümü, mali yıl bitmezden en az bir ay önce finansman müdürüne, gelecek yıl yapılacak tanıtım harcamaları konusunda bilgi vermelidir. Bu, yayımevinin geleceğe yönelik yatırımlarında daha bilinçli ve programlı davranılmasını sağlayacaktır. Tanıtım bölümünün finansman müdürüne vereceği bilgide, örnek olarak şu bilgiler bulunabilir (8):

- Yayımevinin yıllık yayım kataloğundan ne kadar basılacağı, kimlere postalanacağı (adresleri ile birlikte);
- Stok sipariş listeleri (stock order lists), daha önce yayımlanmış ve yayımlanacak kitapların satış fiyatlarına ilişkin bilgiler; eldeki mevcut kitapların listesi;
- 6 aylık periyotlarla, yayımlanacak kitaplarla ilgili hazırlanacak liste ve broşürlerin basımı ve postalanmasına ilişkin bilgiler yer almalıdır.

Tanıtım harcamalarını kolayca izleyebilmek için şöyle bir çizelge tutulabilir:

Konu	Ay	Bütçeden ayrılan miktar	Gerçek harcama	Fark
Reklamlar	Haziran	\$1000	\$975	(\$25)
Broşürler	Haziran	\$3000	\$3100	(\$100)
Zarflar	Haziran	\$250	\$300	(\$50)

TANITIM HARCAMASI

Bir yayımevi tarafından değişik türde ve isimde kitapların yayımlanması; bu kitapların değişik pazarlara ve baskı miktarlarına sahip bulunması; elde edilebilecek gelirden değişik oranların hesap edilmesi; tanıtım için fazla bir harcama yapılmasını engellemektedir. Ancak yayımına umut bağlanan ve iyi satacağı beklenen kitaplar hariç...

(8) **Book Promotion, Sales and Distribution**, (London: Book House Training Centre/ Unesco, 1991) ss. 65-66.

Tanıtım faaliyetleri için yayımevleri, çoğunlukla yıllık satış gelirlerinin yüzde 3 ile yüzde 7'sini tanıtım harcamalarına ayırabilmektedirler. Bu tanıtım bütçesi tüm tanıtım materyalleri ve faaliyetlerini kapsamaktadır: Kataloglar, reklamlar, yayıma başlama kokteylleri gibi (9).

YAZARA VE KİTABA İLİŞKİN BİLGİLER

Yazar, eserinin yayım kararının alınmasını izleyen zamanda, (eserin editörlük işlemlerinin yapılması sırasında) eserin editörü tarafından kendisine verilen bir anket formunu doldurarak editörüne teslim eder. Editör, doldurulan bu formun bir örneğini tanıtım bölümüne göndererek, eserin tanıtımında kullanılacak bazı unsurların yazar tarafından hazırlanmasını sağlamış olur. Bu anket formunda; yazara ilişkin kişisel bilgiler, biyografi, kapakta kullanılacak bir özet yazı, "bilgilendirme formu"nda ve kataloglarda kullanılacak eserin bir özeti, kitabın olası belli-başlı satış yerlerinin nereler olabileceği (örneğin, üniversiteler, okullar, havaalanları, teknik bir kitap ise fabrikalar gibi), varsa daha önceden yayımlanmış eserlerinin listesi ve eğer kendisi ile daha önce bir yayım veya yayım organı tarafından röportaj yapılmışsa bunlara ilişkin bilgiler ve gazete/dergilerde daha önce kendisi hakkında yazılar yayımlanmışsa buna ilişkin bilgilerle, bunlardan birer örnek, anket formu ile birlikte editöre yazar tarafından verilir.

Yayımevi tanıtım bölümü, bu bilgileri, yapacağı tanıtım faaliyetlerinde kullanabilecek ve bu bilgilerin hazır olarak bulunması, yayımevine ekstra bir çaba ve zaman harcatmadan tanıtım faaliyetlerini organize etmesine yardımcı olacaktır.

BİLGİLENDİRME FORMU (advance information sheet)

Bilgilendirme formu, yayımlanacak bir kitap hakkında, kitabın satışını doğrudan etkileyebilecek kişilere, genellikle kitapçılara gönderilerek, bu kişilerden sipariş alma amacına yönelik olarak hazırlanan ve kitap hakkında özet bilgilerin yer aldığı, genellikle tek sayfalık tanıtım materyalidir. Bilgilendirme formu, yayım kararı alınır-alınmaz hazırlanmalı ve gerekli kişilere ivedilikle gönderilmelidir. Bu form, yayımevinin satış elemanlarına ve ajanslara, yayımevinin sürekli müş-

(9) **Book Promotion, Sales and Distribution, y.g.k., s. 66.**

terilerine; örneğin kütüphanecilere, kitap dağıtıcılarına, eğitimcilere, öğretmenlere, uzmanlara, üniversite öğretim üyelerine gönderilmektedir. Bu kişilerin isimlerinin yer aldığı listeler sürekli el altında bulundurulur, her yeni yayım hakkında bunların bilgilendirilmesi, satış açısından büyük önem taşımaktadır.

Bilgilendirme formunun, sonradan hazırlanan diğer tanıtım materyalleri, ki bunlar: Kataloglar, reklam metinleri ve kitapların arka kapaklarında yer alan özet yazı için kaynak olduğu gözönüne alınırsa, bu formun gerçeğe en uygun şekilde hazırlanması gerekmektedir. Bir bilgilendirme formunda şu unsurlar yer alabilir:

BİLGİLENDİRME FORMU

Kitap Adı :
Yazar :
Editör :
Kitap ebadı : Sayfa sayısı :
ISBN :
Fotoğraf ve grafikler :
Beklenen fiyatı :
Beklenen yayım günü :
Kitabın içeriği hakkında kısa açıklama :
.....
.....
Yazar hakkında bazı kaydadeğer açıklamalar :
.....
.....
Kitabı satın alabilecek kitle :
.....
.....

BİBLİYOGRAFLAR

Birçok ülke, milli kütüphaneleri kanalıyla, ülke genelinde bir yıl içinde yayımlanan kitapların listelerini yayımlamaktadırlar. Bu bibliyografyalarda yer alabilmek için herhangi bir ücret gerekmezken, yayımevlerinin her yayımından ücretsiz nüsha/nüshalarını milli kütüphaneye teslim etmesi gerekmektedir ki, birçok ülkede bu yasal bir zorunluluk olarak hükme bağlanmıştır.

Bibliyografyalar, bazı okurlar ve de özellikle araştırmacılar için bir başvuru kaynağı olduğundan, bu bibliyografyalarda yayımevlerinin yayımladıkları kitapların tam listesinin bulunması ve bu suretle kitapların ücretsiz tanıtımının yapılması, satışı artırıcı bir unsur olarak görölmektedir.

TANITIM MATERYALİ OLARAK KİTAP KAPAĞI

Genel konularla ilgili kitap yayımcılığında, kapağın tanıtım amacıyla kullanılması, satışa yardımcı önemli bir ögedir. Kitapçılar, kitabın neye benzediğini görmek isterler; ayrıca eğitim ve akademik kitaplarda da aynı sebepten kitap kapağı örneği faydalıdır. Kitabın kapağının, tespit edilen yayım gününden 4 ay öncesinden hazır olmasıdır.

Kitap kapağının bir an önce hazır olması, editöryel, üretim ve tanıtım bölümlerinin yakın irtibat içinde olmasını gerektirir. Bu irtibat, kitabın satışını etkileyecek diğer faaliyetlerde de gereklidir. Yayımcı veya editör, eserin üretim süreci başlar-başlamaz (dizgisi, sayfa düzenlemesi) kapak sayfasına konacak özet yazıyı tedarik ederek tanıtım bölümüne vermesi gereklidir (10).

Kitap kapağı veya karton-kapaklı kitaplarda (paperback) kapak dizaynı, bir kitabın en iyi reklam unsurudur. Bu sebepten, yayımcı veya kitabın editörü, yayımevindeki sayfa düzenleyiciye veya serbest çalışan düzenleyiciye kitap, yazarı ve kitabın hitap edeceği hedef kitle hakkında detaylı bilgi vererek, kapak düzenlemesinin bu bilgiler ışığında, kitap satışını arttıracak şekilde yapılmasını sağlamalıdır (11).

Sayfa düzenleyicinin amacı, kitap, kitapçı raflarında satışa sunulduğunda albenisini arttırmaktır. Kitabın albenisini arttırmak için kapakta kullanılan yazı karakteri, puntosu ve kapaktaki baskı renkleri ile fotoğraf veya illüstrasyonların cazip ve iyi bir şekilde seçilmesi ve kolayca okunabilir, seçilebilir olması önem taşımaktadır.

KATALOGLAR ve YENİ KİTAP LİSTELERİ

Kataloglar ve yeni yayımlanacak kitapların listeleri, kitapçılar ve kütüphaneciler için, yayımları takip etmekte, bu katalog ve listelerden yararlanarak siparişte bulunmakta önemli tanıtım araçlarındandır.

(10) **Book Promotion, Sales and Distribution**, y.g.k., ss. 72-73.

(11) Alison Baverstock, **How to Market Books**, (London: Kogan Page, 1990), s. 91.

Eğer bir yayımevinin yayım programında birçok çeşit kitap yayımı varsa, yayımevi yılda bir veya iki defa olmak üzere, halihazırda varolan ve yeni çıkacak olan kitapları bu kataloglar vasıtasıyla, kitapçılara, kütüphanecilere, kitap dağıtıcılarına ve kitap mümessillerine göndermektedirler.

Birçok yayımevi şirketi, kataloglardaki renkli kitap kapakları örneklerinin basım maliyetinin yüksekliğinden dolayı, siyah-beyaz fotoğraflarla basılan kitap kataloglarını yeğlemektedirler.

REKLAM

Özellikle ulusal basında, bir kitabın reklamını yapmak oldukça pahalıya malolmaktadır.

Yazarlar, yayımcılarının kendi reklamlarını yapmalarını; başka bir deyişle isimlerini duyurmalarını isterler. Genellikle, yazarı memnun edebilmek ve diğer yazarların da ilgisini çekebilmek amacıyla reklama para harcanır. Kitap sektöründeki reklamların, zaman zaman firmanın ismini korumak için kullanıldığı da olmaktadır. Reklamlar, kitabın yayım gününden önce yayımlanmalı ve reklam örnekleri de kitapçıların satış panolarında veya uygun buldukları yerlerde sergilenmelidir (posterler veya çıkartmalarla...).

Bazı özel dergilerde kitap reklamı yapmak, gazetelere göre daha ucuza malolabilir. Bu özel dergiler, küçük tirajlı, fakat kitap alabilecek okur kitlesi olan ve bu kitabın hedef kitle grubunu oluşturan okurları olan dergiler olabilir.

Eğitimle ilgili dergilere verilen reklamlarda, öğretmenlerin kitabı inceleyip öğrencilerine tavsiye etmelerini sağlamak amacıyla inceleme nüshalarının gönderilmesini sağlamak için bir kupon da yayımlanabilir.

Eğer reklam ulusal basın organlarına verilecekse, reklam için yayım organına ödenecek miktara ilaveten, kitap reklamının daha ilginç ve çekici olmasını sağlamak amacıyla profesyonel reklam düzenleyicisi ile anlaşarak bunun için fazladan bir ödeme yapılması gerekmektedir. Profesyonel düzenleyici, yayımevinin yayımladığı, yayımlayacağı kitapların okura çok daha cazip bir şekilde duyurulmasını ve okurun bu yeni yayımlardan haberdar edilerek satın almaları yolunda güdüleyici bir reklam düzenlemesi yapmak zorundadır (12).

(12) Alison Baverstock, y.g.k., s. 83.

MÜTALAA NÜSHALARI

Kitap üretim maliyeti yükseldikçe, ücretsiz dağıtılan mütalaa nüshalarının kimlere gönderileceğinin seçimi daha dikkatli yapılmalıdır. Çünkü ücretsiz nüshalar yayımevine fazladan bir gider getirmektedir. Yazarın, eserini teslim ettiğinde dolduracağı anket formunda, ücretsiz nüshalardan kimlere ve hangi gazetecilere gönderileceğine ilişkin tavsiyeleri alınabilir. Ücretsiz mütalaa nüshalarının tanıtım programındaki harcamalar içinde yeri, {birim maliyeti + paketlenme + postalama}dan oluşmaktadır. Ancak gazetecilere ve diğer ilgili kişilere dağıtılan ücretsiz nüshalar, yayımevinin üretilen kitaplardan, dağıtılan miktar kadarından gelecek satıştan feragat etmesi anlamına gelmektedir ve bu sebepten ücretsiz dağıtılan nüshaların kimlere gönderileceğinin ve gönderilen kişilerin gerçekten kitap satışını arttıracabilecek veya kitap tanıtımını yapabilecek kişilere gönderilmesi konusu önemli olmaktadır.

Yayımevleri, ücretsiz nüshaların kimlere, nerelere, ne zaman gönderildiği ve bu gönderilen kişilerin gazete veya dergilerde kitap hakkında yazdıkları yazıların derlendiği bir liste tutmaktadırlar ve bununla da tanıtım faaliyetlerini kontrol edebilmektedirler. Ayrıca yayımevinin hazırladığı bu listeden bir nüshası da yazara iletilmekte ve yazar da, gazete veya dergilerdeki kitap eleştirirlerinin eleştirilerini derli toplu bir listede görebilme imkanına kavuşabilmektedir (13).

Yayımevleri, ücretsiz nüshaların kimlere dağıtılacağını çoğunlukla bir liste halinde hazırlayarak, yazarın önerileri ve kitabın özelliklerine göre, bu listeye bazı ilaveler veya çıkartmalar yaparak her yeni kitap için ya hazır liste aynen kullanılmakta ya da kitaba göre yeni bir dağıtım listesi hazırlayabilmektedir. Yalnız gazete, dergi, radyo ve televizyonlarda, sürekli olarak kitap tanıtımı veya eleştirileri yapan kişilere her yeni yayımdan bir ücretsiz nüsha gönderilmesi, "kitap kurdu" denilebilecek ve sürekli olarak bu eleştirileri, programları okuyanlar veya dinleyenlere çok daha kolaylıkla ve reklama göre çok daha az bir harcamayla ulaşabilme imkanı verebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Yazılı ve sözlü basında kitap hakkında çıkan yazı ve eleştirilerin derlendiği listenin satış mümessillerine, ajanslara, kitap toptancıla-

(13) Book Promotion, Sales and Distribution, y.g.k., s. 74.

rına gönderilmesi de kitap tanıtımının daha işlevsel yapılabilmesine yardımcı olacaktır.

Özellikle eğitim kitapları yayıncılığında, bir kitabı öğrencilerine tavsiye eden ve bu kitabı almalarını sağlayan öğretmenlere yayıncılar, ücretsiz mütalaa nüshaları vermektedirler. Okulları dolaşan kitap mümessilleri vasıtasıyla ve öğretmenin yayımevine müracaatı ile ücretsiz nüsha kendisine ulaştırılmakta; öğretmenin kitabı inceleyip derslerde kullanabileceğine ve bunu öğrencilerine tavsiye edebileceğine karar vermesi ile birlikte, bu ücretsiz mütalaa nüshası öğretmende kalmakta; aksi takdirde, yani bu kitabı tavsiye etmeyecek ise, ya ücretsiz nüshayı yayımevine iade etmekte veya kitabın bedelini yayımevine ödeyerek kitaba sahip olabilmektedir.

KİTAP FUARLARI VE STANDLARI

Yayımevi, kitap fuarlarına katılmak ve bu fuarlarda stand açmak istiyorsa, bu işi organize edecek kişi veya kişileri istihdam etmelidir. Kitap fuarları, kitap tanıtımının bizzat okurla yüzyüze iletişim içinde yapıldığı ve doğrudan yayımeviden okura kitap satışının gerçekleştiği organizasyonlar olması sebebiyle önemlidir. Yayımevinin bu işle görevlendireceği kişi, fuarda yayımevinin reklamını yapmak ve standta yeni yayımların okura daha cazip olarak tanıtılması, duyurulması için stand düzenlemesinde büyük hassasiyet göstermelidir. Yeni yayımları okurun çok kolay görebileceği yerlere yerleştirmeli, yayımevinin büyük umut bağladığı kitapları, okura en kolay yoldan tanıtılabilmenin, duyurabilmenin ve onları bu kitabı almaları konusunda etkileyebilmenin çarelerini aramalı ve stand düzenlemesini, stand aydınlatmasını ona göre yapmalıdır.

Eğer bir konferans veya toplantıya yayımevi davetliyse, bu toplantı ve konferansta da yayımevinin yayımlarını davetlilere tanıtmak imkanı vardır. Bu işle de fuarlar için görevlendirilen kişi, toplantı veya konferans salonunun uygun bir yerinde bir stand kurarak, yayımevinin ve yayımladıkları kitapların tanıtımını yapabilmektedirler (14).

SATIŞ PANOLARI (point-of-sale)

Bunlar, dizi kitapları veya özel kitaplar için reklam yaparak satış yapabilme imkanı sağlayan, dönen veya serbest durumdaki kitap

(14) *Book Promotion, Sales and Distribution*, y.g.k., s. 79.

standları, posterler, kitap markörleri gibi yardımcı öğelerdir. Bunların üretim maliyeti oldukça pahalıdır. Kitap standlarının gerektiği gibi kullanılması, posterlerle de desteklenerek sağlanmalıdır.

Katlanmalı kitap standları posta ile kitapçılara gönderilebilir ve kitapçılar bu standları açarak kullanabilir; ancak postada meydana gelebilecek ezilme, kırılmalar bu standların kurulmasında sorunlar yaratabilir. Ayrıca, birçok kitapçı, bu satış panolarını veya standlarını kuracakları mekan bulamayabilir ve dolayısıyla da kullanamayabilirler; bu da satış panoları ile planlanan satışı artırıcı tanıtımı engelleyebilecektir (15).

YAYIM GÜNÜ KOKTEYLLERİ (launching parties)

Bir kitabın yayım günü kokteyli, ideal bir halkla ilişkiler olayıdır; fakat bu kokteyller, davetli grubunun kalabalığı oranında oldukça maliyetli olmaktadır. Bu kokteyllere, basın kuruluşları temsilcileri ile kitap eleştirmenlerinin davet edilmesi, kitap tanıtımında çok önemlidir. Gazeteciler, bu kokteyller vasıtasıyla davetlilerle görüşerek kitap, yazar ve yayımevi hakkında özel haberler çıkarabilmektedirler.

Yayım günü kokteylleri, eğer doğru kişiler davet edilmişse, basının ilgisini çekmektedir. Bu kokteylden çekilecek fotoğrafların gazete ve dergilerde yer alması, radyo ve TV'de kokteylden bahsedilmesi okurun dikkatini yeni yayım üzerinde toplayacaktır. Eğer kokteyde gazeteciler fotoğraf çekmemiş veya çekememişlerse, yayımevi, kokteyl süresince fotoğraf çekecek bir kişi ile anlaşarak bunun çektiği fotoğrafları doğru yayın organlarına; başka bir deyişle, kokteyle katılan, gazete ya da dergilerinde, kokteyille ve kitapla ilgili haber ve yazı yazabilecek yerlere göndermelidir (16).

(15) **Book Promotion, Sales and Distribution**, y.g.k., s. 79.

(16) **Book Promotion, Sales and Distribution**, y.g.k., ss. 79-80; Alison Baverstock, y.g.k., s. 168.

KAYNAKÇA

Alison Baverstock, **How to Market Books**, (London: Kogan Page, 1990).

Book Promotion, Sales and Distribution, (London: Book House Training Centre/Unesco, 1991).

Book Publishing in the U.K., Key Facts 1989, (London: The Publishers Association, 1989).

Giles N. Clark, **Inside Book Publishing**, (London: Blueprint, 1990).

Lynette Owen, **Selling Rights**. (London: Blueprint, 1991).

The Bookseller, 21 February 1992.

KÖRFEZ KRİZİ DÖNEMİNDE THE GUARDIAN ve THE FINANCIAL TIMES'DA TÜRKİYE'NİN İMAJI

Ar. Gr. Nejdet ATABEK*

Bu çalışma İngiltere'de Leeds Üniversitesi'nde gördüğüm öğrenimim sırasında "Körfez Krizi Döneminde The Guardian ve The Financial Times Gazetelerinde Türkiye'nin İmajı" adlı mastır tezime dayanmaktadır.

Bu yazımda ilk olarak, iletişim dalındaki araştırmacıları bir ülkenin imajının başka bir ülkenin basınında nasıl olduğunu, dolayısıyla o ülkenin uluslararası imajını araştırmaya iten nedenleri kısaca belirlemeye çalışacağım. İkinci olarak, Türkiye ve diğer bazı ülkeler hakkında yapılan imaj çalışmalarını özetleyeceğim. Son bölümde de "Körfez Krizi Döneminde The Guardian ve The Financial Times'da Türkiye'nin İmajı"nı elde ettiğim bulgulara dayanarak açıklayacağım.

BASIN VE ULUSAL İMAJIN ÖNEMİ

1970'lerin ilk yıllarından itibaren gelişmekte olan ülkeler, ekonomik ve siyasal anlamda sanayileşmiş ülkeler karşısındaki dezavantajlı durumlarına bir tepki olarak Yeni Dünya İletişim Kuralı (**New World Information Order**) taleplerini uluslararası platformlarda dile

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi Basım ve Yayıncılık Bölümü

getirmeye başladılar. Bu ülkeler, batı ile aralarında zaten var olan ekonomik gelişmişlik farkının eski iletişim sisteminin devam etmesi durumunda daha da artacağından endişe ediyorlardı. Gelişmekte olan ülkelerin eski iletişim sistemine yönelttikleri eleştiriler kabaca şöyle özetlenebilir:

1- Uluslararası haber üretimi ve dağıtımı gelişmiş ülkelere ait medya kuruluşlarının kontrolündedir.

2- Uluslararası haber akışı gelişmiş batılı ülkelere doğru tek yönlüdür.

3- Sanayileşmiş ülkelerin sahip olduğu ve sürekli olarak geliştirdiği iletişim teknolojileri (iletişim uyduları, bilgisayar ağları vb.) bu ülkelerin uluslararası iletişim alanındaki üstünlüklerini geliştirmekte olan ülkelerle paylaşmaya çalışmaktadır.

Dış dünyadan haberdar olmamızı sağlayan kitle iletişim araçları, insanların düşüncelerini ve sahip oldukları imajlarını biçimlendirmede önemli bir yere sahiptir. Oluşan bu imajların (Lipman'ın deyişiyle "kafamızdaki resimlerin") uzun süre kalıcı olduğu da bir gerçektir (1). Bazı siyasi, ekonomik ve uluslararası ilişkilerden kaynaklanan nedenlerle bir gazetenin belirli bir ülke hakkında izlediği yayın politikası radikal olarak değişse dahi, okuyucuların o ülke hakkında önceden yayınlanmış haberler nedeniyle edindikleri imajı aynı hızla silmek mümkün değildir. Bu nedenle, dış haberler konusunda araştırma yapan Zaharopoulos'un da ileri sürdüğü gibi "bir ülke basınında yer alan belirli bir ulus hakkındaki haberlerin, o ülke insanlarının diğer ulus hakkındaki düşüncelerini etkilediği" genellikle kabul gören bir yaklaşımdır (2).

Uluslararası alanda kamuoyu oluşturma gücüne sahip batılı medyaların haber bültenlerinde, gelişmekte olan ülkelere meydana gelen oluşumları tüm yönleriyle gerektiği gibi içermemesi -bu ülkelere ancak doğal afet, askeri darbeler vb. olduğunda söz edilmesi- gelişmekte olan ülkeler hakkında yanlış bir ulusal imaj yaratıldığı yolunda iddiaların ortaya çıkmasına neden oldu. Eğer bir ülkenin imajı iyi değilse, o ülkenin uluslar topluluğunun saygın bir üyesi olarak temsil edilmesi, diğer ülkelerin onunla işbirliğine razı olması ve uluslararası kurumlardan kredi alması oldukça güçtür. Ayrıca, yabancı bir ülke hakkında haber almanın en önemli kaynaklarından birini oluşturan basının, dış işleri politikalarını yürüten kadrolar üzerinde büyük bir etkisi olduğu da tartışmasız bir gerçektir. Alexandre Craig, yabancı

lkeler hakkında bir ulusun basınında yer alan haberlerin o ulusun dış politikasını formüle eden, hayata geçiren ya da yorumlayan insanlar üzerindeki doğrudan etkisine işaret etmektedir. Ona göre, belirli bir ülke hakkında çıkan haberleri inceleyerek, bir dereceye kadar da olsa, o ülke ile haberlerin yayınlandığı ülke arasındaki ilişkilerin durumunu anlamak mümkündür. (3) Tüm bu nedenlerden dolayı, yaratılan bu ulusal imaj stratejik bir öneme sahip olup, sözü edilen ülkenin uluslararası alandaki prestijini ve çıkarlarını ilgilendiren konularda (ekonomik, siyasi, askeri) pazarlık gücünü önemli oranda etkilemektedir.

Bu etkiler altında, bir ulusun imajının diğer bir ulusun kitle iletişim araçlarında (zellikle basınında) nasıl olduğunu anlamak, başka bir deyişle imajı araştırılan ülkeyi "dışarıdan görmek" 1970'li yıllardan başlayarak iletişim bilimleri dalındaki araştırmacıların ilgi odağını oluşturmaktadır.

YABANCI BASINDA TÜRKİYE HAKKINDA İMAJ ARAşTIRMALARI

Bugüne kadar değişik ülkeler hakkında basında pek çok ulusal imaj araştırmaları yapılmış olmasına rağmen, Türkiye'nin imajını ortaya çıkarmak için bu alanda yapılan çalışmalar şaşılacak derecede azdır. Gazeteci-yazar **Haluk şahin**'in 1971'de verdiği "New York Times" da Türk Politikası: Karşılaştırmalı Bir İçerik Analizi" adlı master tezi Türkiye'nin imajı konusunda ilk araştırma olma özelliğine sahiptir. (4)

şahin, bu çalışmasında 1951-54 ve 1965-68 yılları arasında The New York Times'da Türkiye hakkında çıkan siyasi haberleri inceledi. Bu dönemlerin seçilmesinin nedeni: 1951-54 yılları Türk-Amerikan ilişkilerinin en uyumlu dönemi iken 1965-68 yıllarının iki devlet arasındaki anlaşmazlıkların tırmandığı bir süreci temsil etmesiydi. İçerik analizi yöntemi kullanan araştırmacı, The New York Times'da yer alan yabancı siyasi kişiliklere ve kurumlara yönelik haberlerin Amerikan dış politikasında gözlenen değişikliklerden etkilendiği sonucuna vardı. **şahin**'in diğer bir bulgusu ise, Amerikan ideal ve çıkarlarının uzun dönemde The New York Times'ın uluslararası gelişmelere yaklaşımını etkileyeceği yönündeydi.

Yabancı basında Türkiye'nin imajını ortaya çıkarmak için diğer bir çalışmayı da 1985 yılında **Robert B. Albitton** ve **Jarol B. Manheim** yaptılar (5). Bu bilim adamları, Amerikan basınında ulusal imajlarını düzeltmek için bu ülkenin halkla ilişkiler firmalarıyla 1974-78 yılları

arasında anlaşmalar imzalayan 25 ülke içinden (Türkiye'yi de kapsayacak şekilde) beş ülkeyi araştırmalarına konu ettiler. Anlaşma tarihinden itibaren 12 ay öncesi ve 12 ay sonrası dönemde The New York Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler incelendi. **Albitton ve Manheim**'in bulgularına göre, Amerikan halkla ilişkiler firmalarının işe karışmalarından sonra bu ülke basınında Türkiye hakkında çıkan haberler önemli ölçüde azaldı. İncelemeye alınan ülkelerin (Türkiye, Arjantin, Endonezya, Kore ve Filipinler) o yıllardaki durumlarını göz önünde bulunduran araştırmacılar, "halkla ilişkiler çalışmalarının asıl amacı, bu ülkeleri Amerikan kamuoyunun gözü önünden uzaklaştırmaktı, bu nedenle de sözü edilen ülkeler hakkında çıkan haberler azaltıldı" görüşünü savundular. **Albitton ve Manheim**'in diğer bir bulguları ise halkla ilişkiler firmalarının girişimleri sonucu The New York Times'da Türkiye hakkında yer alan olumlu haberlerin önemli oranda artmasıydı.

BAZI ULUSAL İMAJ ÇALIŞMALARI

Shoar-Gaffari Priouz (1986), 1968-78 yılları arasındaki İran'ın imajını The New York Times ve The Times'da inceledi. **Shoar**, her iki gazetenin de İran'ın dış olaylarına iç olaylarından daha fazla yer verdiğini ortaya koydu. Araştırmacının işaret ettiği noktalardan biri de bu yayın organlarının kendi ülkelerinin çıkarlarını ilgilendiren konular üzerinde yoğunlaştıklarıydı. Bir ülkenin dünya üzerindeki ilgi alanlarının ve çıkarlarının genellikle hükümetler tarafından belirlendiğine işaret eden **Shoar**, gazetelerin dış haberlerde çoğunlukla hükümet kaynaklarına bağımlı olmasından dolayı bu tür haberlerin seçiminde ve bunlara yaklaşımlarında hükümetler tarafından etkilendikleri sonucuna vardı (6).

Abdullahi (1990), 1970-86 yılları arasında Libya'nın imajını Londra'da yayınlanan The Times ve Afrika'da yayınlanan The Nigerian Daily News, The Tanzanian Daily News ve Nairobi Standard gazetelerinde araştırdı (7). The Times'da Libya'ya daha fazla yer verildiğini ortaya koyan **Abdullahi**, daha önceki araştırmacıların iddialarının aksine coğrafi uzaklığın bir ülke hakkında yayınlanan haberlerin miktarlarında belirleyici olmadığını kanıtladı. Ona göre, Libya ile ilgili haberlere The Times'da daha fazla yer verilmesi sosyoekonomik ve siyasal nedenlerden kaynaklanıyordu. **Abdullahi**, Libya ile ilgili haberlerin bütün gazeteler tarafından siyasî, ekonomik, askeri sorunlar ve terörizm çerçevesi içinde dünyaya duyurulduğunu saptadı. Araştırmacı, yal-

nızca batılı yayın organlarının değil Afrika'da yayınlanan gazetelerin de siyasi karışıklık ve kriz dönemlerinde Libya hakkındaki haberlere daha fazla yer verdiğini ortaya koydu.

Gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkeler basınındaki imajlarını araştırmak da iletişim alanında çalışan bilim adamlarının ilgi alanı içinde yer aldı. Amerika'nın Latin Amerikan basınındaki imajını araştıran **Wolfe** (1964), imajların da kökten değişikliklere uğrayabileceğini ortaya koydu (8). Latin Amerikan başkentlerinde günlük yayınlanan başlıca 20 gazeteyi inceleyen **Wolfe**, Amerika hakkında yayınlanan haberlerin büyük bölümünü hükümet ilişkilerinin ve ekonomik olayların oluşturduğunu buldu. Her geçen gün artmasına rağmen şiddet, soygun gibi Amerikan halkının sosyal problemlerine ise çok az yer verildiğini gösterdi. Araştırmacı bu gazetelerde Amerika'nın olumlu imajını demokratik, dost ve cömert; nötr olanını kuvvetli ve bolluk içinde; olumsuz imajını ise sığ, iğrenç, yayılmacı ve diktatörlerin dostu olarak belirledi.

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Bu araştırmanın amacı Türkiye'nin Körfez Savaşı döneminde The Guardian ve The Financial Times gazetelerindeki imajını ortaya çıkarmaktır. Şubat 1990 ve Ağustos 1991 tarihlerini kapsayan araştırma daha net sonuçlara ulaşabilmek amacıyla üç evrede ele alınmıştır: Körfez Savaşı'ndan önceki 6 ay (Şubat-Temmuz 1990), savaş dönemi 7 ay (Ağustos 1990-Şubat 1991) ve savaş sonrası dönem 6 ay (Mart-Ağustos 1991).

Kalitatif ve kantitatif içerik analizi yöntemi kullanılan bu araştırmada şu soruların yanıtları araştırılmaktadır:

1- Körfez Savaşı döneminde Türkiye'nin sözü edilen gazetelerdeki imajı nasıldır?

2- Savaş sırasında, öncesinde ve sonrasında bu gazetelerin Türkiye hakkında yayınladıkları haberlerin sayısında ve konu bakımından dağılımlarında herhangi bir değişiklik var mı?

Bu araştırmanın birincil kaynağını oluşturan The Guardian ve The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan yazılar, bu gazetelerin indekslerinden Türkiye başlığı altındaki haberlerin toplanmasıyla elde edildi. Bu başlık altında terörizm, Körfez Savaşı gibi diğer bölümlere atıfta bulunulduğunda, bu kısımlar da taranarak Türkiye hakkında yayınlanan tüm haberlere ulaşıldı.

The Guardian ve The Financial Times'in bu araştırma için seçilmesinin nedeni: Her ikisinin de ciddi, saygınlığı olan, siyasal yelpazede farklı konumlara sahip ve ulusal düzeyde günlük olarak yayınlanıyor olmasıdır. Mufazakar bir okuyucu kitlesine sahip olan The Financial Times, iş dünyasının yakından izlediği bir gazetedir. 1983 yılında bu gazetenin yurtdışında 45 bin okuru vardı.

Toplumun aydın kesimine hitap eden The Guardian'ın okuyucularını büyük oranda üniversite mezunları ve meslek yaşamında ilerleme kaydetmiş kişiler oluşturur. Bu gazete zaman zaman İşçi Partisi yanlısı bir tutum sergilese de siyasal yelpazedeki yeri liberal eğilimli olarak kabul edilir.

Bu araştırmanın amacı, araştırılan dönemde The Guardian ve The Financial Times gazetelerindeki Türkiye'nin imajını mümkün olduğunca doğru bir şekilde ortaya koymakla sınırlıdır. Bu nedenle, sözü edilen gazetelerde Türkiye hakkında çıkan haberlerin yanlısını çıkarmak ya da doğrulamak gibi her hangi bir çaba içerisine girilmemiştir.

THE GUARDIAN'DA TÜRKİYE

Körfez savaşı öncesi 6 aylık dönemde (Şubat-Temmuz 1990) The Guardian gazetesinde Türkiye hakkında çıkan haberler her aya düşen haber sayısı bakımından büyük farklılıklar gösterdi. Sözgelimi, nisanda 9, şubatta 3 haber yayınlanırken martta hiç bir haber gözükmedi. Bu dönemde Türkiye ile ilgili olarak bu gazetede çıkan haberlerin konularını asıl olarak insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörist hareketler oluşturdu.

Körfez Savaşı döneminde ise (Ağustos-Şubat 1991) The Guardian'da Türkiye ile ilgili olarak çıkan haberlerde sayısal anlamda belirgin bir artış gözlemlendi. Ancak bu artış sürekli değildi. Sözgelimi, savaş dönemi içerisinde yer almasına rağmen Türkiye ile ilgili olarak kasımda yalnızca 1 haber, aralıkta da 2 haber yer aldı. Diğer taraftan, bu dönem içerisinde Ağustos 1990'da 9 (Türkiye, Irak petrol boru hattını kapattı.) ve Ocak 1991'de 14 haberle (Türkiye müttefiklere Irak'a karşı İncirlik Üssü'nün kullanılması için izin verdi.) en yüksek haber sayılarına ulaşıldı.

Ağustos 1990'ın ilk günlerinde körfez Krizi başladığı zaman The Guardian'da Türkiye hakkında çıkan haberlerin konusunda ani bir değişiklik gözlemlendi. Kriz başlangıcından kara savaşının bittiği tarih olan

27 Şubat 1991'e kadar Türkiye ile ilgili çıkan haberler şu konular etrafında toplandı:

1- Türkiye'nin savaştan doğrudan etkilendiği ve taraf olduğu (Birleşmiş Milletler'in Irak'a uyguladığı ekonomik ambargo nedeniyle Türkiye'nin Irak petrol boru hattını kapatması; kara savaşı başlamadan hemen önce müttefiklerin İncirlik Üssü'nü kullanmalarına izin verilmesi; savaş sonunda Irak ordusunun önünden kaçan Kuzey Iraklı Kürtlerin Türkiye'ye sığınması).

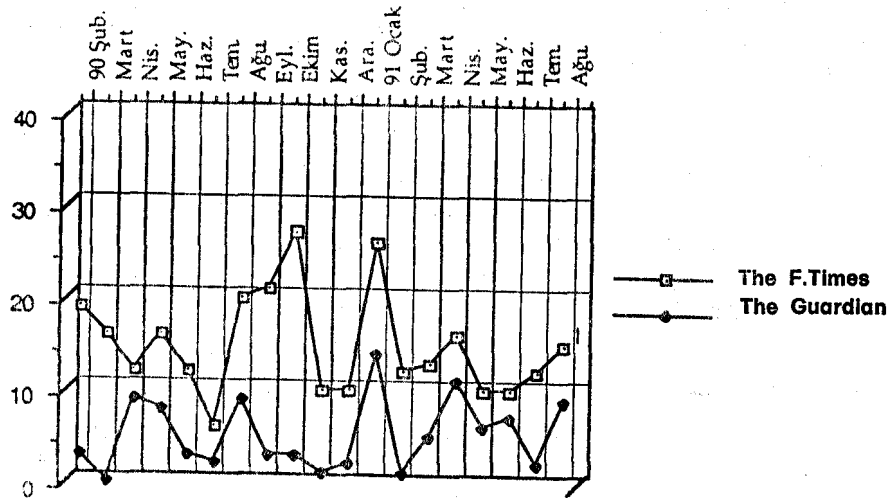
2- Batılı bir müttefik olarak Türkiye'nin jeostratejik önemi.

3- Türkiye'nin Körfez krizi döneminde batı ile girdiği işbirliğine bir tepki olarak, Türkiye'de yaşayan batılılara karşı terörist saldırılar.

4- Körfez Krizi'nin etkisiyle Türkiye'nin bulunduğu bölgede güçlenen durumu.

Bunların yanı sıra, işçilerin yüksek ücret için yaptığı grev ve yürüyüşler, Türkiye'nin **Asil Nadir**'in başkanlığını yaptığı Poll Peck International şirketinin içine düştüğü ekonomik krize tepkisi gibi haberler de yer aldı.

Körfez Savaşı'ndan sonraki 6 ay boyunca The Guardian'da Türkiye hakkında yayınlanan haberlerin aylar itibariyle dağılımı bölgedeki



The Guardian ve The Financial Times gazetelerinde Şubat 1990 - Ağustos 1991 tarihleri arasında Türkiye hakkında çıkan haberleri aylar itibariyle gösterir grafik. Not: Körfez Savaşı öncesi dönemde The Financial Times'in verdiği 10 sayfalık Türkiye eki grafiğe dahil edilmedi.

HABER TÜRÜ	THE GUARDIAN			THE FINANCIAL TIMES		
	Savaş Öncesi	Körfez Savaşı	Savaş Sonrası	Savaş Öncesi	Körfez Savaşı	Savaş Sonrası
Körfez Savaşı	---	21	21	---	57	21
İnsan Hakları, Etnik Sorunlar ve Terör	12	3	13	19	3	14
İç Politika	---	---	4	12	7	9
Polly Peck International	---	3	---	---	27	---
Ekonomi	1	1	---	38	16	21
Diğer	12	4	5	12	16	5
TOPLAM	25	32	43	81	126	70

The Guardian ve The Financial Times'da çıkan Türkiye hakkındaki haberlerin konulara göre dağılımı.

Not: Savaş Öncesi dönem Şubat-Temmuz 1990, Körfez savaşı dönemi Ağustos 1990-Şubat 1991, Savaş Sonrası dönem de Şubat- Ağustos 1991 tarihlerini kapsamaktadır.

gelişmelere göre büyük farklılıklar gösterdi. Sözelimi, Kuzey Iraklı Kürtlerin savaş sonunda içine düştükleri zor durum nedeniyle nisan ayında Türkiye ile ilgili 11 haber yayınlanırken bu sayı temmuzda 2'ye düştü. Savaş sonrası The Guardian'da Türkiye hakkında yayınlanan haberlerin içeriği bu dönemdeki önemli olaylar ve Körfez Savaşı'nın etkileriyle belirlendi. Körfez Savaşı'nın etkisiyle Türkiye'nin bulunduğu bölgede ve uluslararası alanda artan önemi, savaş sonrası Kuzey Iraklı Kürtlerin Türkiye'ye sığınması, Türkiye'nin Kuzey Irak'taki teröristlere karşı yaptığı sınır ötesi hareket ve bazı iç politika haberleri bu dönemde Türkiye'den söz edilmesine neden oldu.

Açıkça görüldüğü gibi The Guardian'da Şubat 1990 ve Ağustos 1991 tarihleri arasında Türkiye hakkında yer alan haberlerin sayısal dağılımı aylar itibariyle büyük farklılıklar gösterdi. Bu araştırmanın ışığında, The Guardian'da Türkiye hakkında çıkan haberlerin kriz dönemlerinde arttığını söylemek mümkündür. İşaret edilmesi gereken diğer bir nokta da, savaş öncesi dönemde The Guardian'ın Türkiye hakkında yayınladığı haberlerde yalnızca insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizm konularına yer vermesi, sözü edilen dönemde

Türkiye'nin bu gazetede imajının olumsuz olmasına neden oldu. Başka bir deyişle, yalnızca insan hakları ihlalleri, terörizm gibi bir iki konu üzerine yoğunlaşarak bir ülkedeki diğer gelişmeleri görmezden gelmek o ülke hakkında olumsuz bir imajın belirmesine yol açar. Bu dönemde The Guardian'da Türkiye ile ilgili olarak değişik konulara (ekonomik gelişmeler, eğitim, kültür vb.) hemen hemen hiç yer verilmedi. Körfez Savaşı başladığında ise The Guardian'da Türkiye hakkında yer alan haberler sayısal olarak ve konu çeşitliliği bakımından büyük artış gösterdi. Gazete, Türkiye ile ilgili olarak yayınladığı haberlerin konusunu insan hakları ve terörizmden Türkiye'nin stratejik önemine ve batı için vazgeçilmez bir müttefik olduğuna kaydırarak daha az eleştirel oldu.

Savaş sonrası dönemde Türkiye'nin bu gazetede beliren imajının Ağustos 1991'e kadar (bu tarihte teröristlere karşı Kuzey Irak'da operasyon gerçekleştirildi) savaş dönemine kıyasla daha da iyileştiği söylenebilir. Bu durum, savaş nedeniyle Türkiye'nin bölgede güçlü bir devlet olarak belirmesi ve batı için artan öneminden kaynaklanıyordu.

THE FINANCIAL TIMES'DA TÜRKİYE

Körfez Savaşı'ndan önceki 6 aylık sürede (Şubat-Temmuz 1990) The Financial Times'da Türkiye ile ilgili olarak ayda ortalama 15 haber yer aldı. Bu dönemde Türkiye hakkında en az haber (6 adet) haziranda görüldü.

Haziran 1990 hariç savaş öncesi dönemde The Financial Times'da Türkiye hakkında yayınlanan haber sayısı hiç bir ayda 12'nin altına düşmedi. Kriz öncesi dönemde The Financial Times'da Türkiye hakkında yer alan haberler, ekonomi, iç politika, terör ve etnik sorunları kapsıyordu. Ancak, bu konulardan herhangi biri belirli bir yoğunluğa sahip değildi. İşaret edilmesi gereken bir başka nokta da, The Financial Times'ın savaş öncesi dönemde 10 sayfalık bir Türkiye eki verdiğidir. Bu ekte, insan haklarından ekonomiye kadar pek çok konuda bu gazetenin muhabirlerinin ve Türk yetkililerinin ayrıntılı araştırma ve açıklamaları yer aldı.

Körfez Krizi döneminde (Ağustos 1990-Şubat 1991) The Financial Times'da Türkiye hakkında yer alan haber sayısı bir önceki döneme göre bir kat arttı. Bu dönemde eylül (27 adet) ve ocak (26 adet) Türkiye ile ilgili en fazla haberin yayınlandığı aylar olurken kasım, aralık ve şubatta bu sayı ayda 10 habere kadar düştü.

Ağustos 1990'ın ilk günlerinden itibaren The Financial Times'da yer alan Türkiye ile ilgili haberlerin başlıca konusunu Körfez krizi oluşturdu. Ağustos ve Eylül 1990 tarihinde yayınlanan Türkiye hakkındaki haberlerin yüzde 80'inin konusu Körfez Krizi'yle ilgiliydi. Bunun takip eden 3 ay boyunca da (Ekim-Kasım-Aralık 1990) haberlerin yüzde 50'sinden fazlasını o dönemde ekonomik krize giren Polly Peck şirketiyle ilgili haberler doldurdu. Meyveden elektroniğe kadar pek çok alanda yatırımları bulunan bu uluslararası şirketin o zamanki başkanlığını Kıbrıs Türk asıllı **Asil Nadir** yapıyordu. The Financial Times'ın ekonomik konulara özel bir ilgisi olduğundan ve Polly Peck olayının büyüklüğü gazetesinin bu olayı kapsamlı bir biçimde vermesine neden oldu. Bu bağlamda, Asil Nadir'in Türk hükümetinden ve bankalarından yardım beklentisi The Financial Times'da geniş olarak yer aldı. Ancak, bu haberler Türkiye ile ilgili olmaktan çok ekonomik kriz içinde olan şirketin bu sorunlarını aşip aşamayacağıyla ilgili olduğundan bu araştırmada içerik bakımından incelenmedi.

1990'ın son 3 ayında (Ekim, Kasım ve Aralık) bu gazetede Körfez Savaşı ile ilgili olarak Türkiye hakkında çıkan haberler hızlı bir düşüş göstererek tüm haberler içinde yüzde 10'luk bir oranı oluşturdu. Bununla birlikte, Ocak 1991'de Körfez Krizi tırmandığında ve müttefikler İncirlik Üssü'nü Irak'a karşı kullanmak istediklerinde, The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler hızla artarak yeniden kriz başlangıcındaki düzeyine ulaştı. Körfez Krizi döneminin ilk 2 ayında Türkiye hakkında çıkan haberleri şu konular etrafında toplamak mümkündür;

1- Birleşmiş Milletler kararları çerçevesinde Irak petrol boru hattını kapatması için batının Türkiye'ye baskısı.

2- Kriz nedeniyle ortaya çıkan ekonomik kayıplarını karşılamak için batılı müttefiklerin ve petrol zengini Arap ülkelerinin Türkiye'ye yardımı.

3- Batılı bir müttefik olarak Türkiye'nin stratejik önemi.

Daha sonraki 3 ayda ise Polly Peck ile ilgili haberlerin yanı sıra Türkiye'deki batılı hedeflere yapılan terörist saldırılar ve bazı bakanların istifaları, Türkiye hakkında çıkan belli başlı haber konularını oluşturdu.

Körfez Savaşı'nın son 2 ayında (Ocak-Şubat 1991) Türkiye ile ilgili belli başlı haber konuları da şöyle sıralanabilir:

1- Türkiye'nin, İncirlik Üssü'nü Irak'a karşı kullanması için Amerika'ya izin vermesi.

2- Türkiye'nin batılı müttefiklerle işbirliği yapan dost bir ülke olduğu.

3- Irak'tan Türkiye'ye gelebilecek herhangi bir saldırı olasılığına karşı Türkiye'ye askeri yardım yapılması.

4- Tekstil, maden, kağıt ve çelik işçilerinin protesto yürüyüşleri ve grevler.

Savaş sonrası dönemde (Mart-Ağustos 1991) The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler savaş dönemine kıyasla daha azdı. Aylar itibariyle ortalama haber sayısı 10'un altına düşmekle birlikte nisan hariç hiç bir ayda da 13'ün üzerine çıkmadı. Bu ayda Türkiye ile ilgili çok sayıda haberin yer almasının nedeni, Irak lideri Saddam Hüseyin'e bağlı güçlerin Kuzey Iraklı Kürtlere saldırısı sonucu ortaya çıkan göçmen kriziydi.

Türkiye ile Amerika arasında gelişen ilişkiler, Kuzey Iraklı Kürtlerin Türkiye'ye sığınmaları ve buralarda karşılaştıkları problemler, Türkiye'deki terörizm, etnik sorunlar ve yüksek enflasyon oranı bu dönemde ele alınan belli başlı konulardı.

İncelenen dönemde (Şubat 1990 - Ağustos 1991) The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler (The Guardian'la karşılaştırıldığında) hem sayı bakımından oldukça yüksek hem de konu itibariyle çok çeşitliydi. Bu nedenlerden dolayı Türkiye'nin The Financial Times'da ortaya çıkan imajı olumlu olarak değerlendirilebilir. Bununla beraber, Körfez Krizi başladığında Türkiye hakkında çıkan haber sayısının hızla arttığını (özellikle krizin tırmandığı dönemlerde), savaş sonrası dönemde ise göreceli bir düşüş görüldüğünü belirtmek gerekir.

The Financial Times'ın Türkiye ile ilgili olarak yayınladığı haberler uluslararası politikadan terörizme, Türkiye'deki otomotiv sanayindeki yeni yatırımlardan İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın durumuna kadar çok çeşitli konuları içerdi. Fakat, özellikle savaş döneminde bu haber konuları arasındaki denge, Körfez Krizi boyunca yaşanan önemli olaylar nedeniyle diğer haber konularının azalması pahasına bozuldu. Sözelimi, Irak petrol boru hattının kapatılması için izin verildiği dönemlerde, Körfez Krizi ile ilgili haberler Türkiye hakkında yayınlanan tüm haberlerin yüzde 80'ini oluşturdu.

Türkiye'deki etnik sorunlar ve insan hakları ihlalleriyle ilgili iddialar, Türkiye'nin bu gazetede ki olumlu imajını gölgeleyen en önemli konulardır. The Financial Times, Türkiye'deki etnik sorunlar ve insan hakları ihlalleri ile ilgili haberlerinde hem insan hakları savunucusu grupların hem de Türk yetkililerin görüşlerine yer verdi. Ancak, Türk yetkililerinin görüşleri yalnızca Körfez Savaşı öncesi dönemde verilen 10 sayfalık Türkiye ekinde yer aldı.

Savaş döneminde Türkiye hakkında yayınlanan olumlu haber konuları (Türkiye'nin jeostratejik önemi ve bulunduğu bölgede güçlü bir batılı müttefik olması) artarken, olumsuz bir görüntüye yol açan haber konuları (terörizm, etnik sorunlar ve insan hakları ihlalleri iddiaları) gözle görülür biçimde azaldı.

Türkiye'nin bu gazetede beliren olumlu imajı, Körfez Savaşı sonrası dönemde Amerikan Başkanı Bush'un Türkiye'yi ziyaretiyle zirveye çıktı. Fakat, Ağustos 1991'de Türkiye'nin teröristlere karşı Irak sınırında gerçekleştirdiği hareketle birlikte haber konuları hızla değişti ve bu olumlu imaj gölgelendi.

SONUÇ

Bu araştırmanın sonuçlarına göre, Körfez Savaşı döneminde Türkiye'nin imajı savaş öncesi döneme göre hem The Guardian'da hem de The Financial Times'da büyük oranda iyileşmiştir. Türkiye hakkında olumlu haberlerin çıkmasının ve Böylece Türkiye'nin imajının iyileşmesinin nedeni, Körfez savaşı döneminde her iki gazetede de çıkan haberlerde Türkiye'den batı ile işbirliği içinde olan, jeostratejik öneme sahip aktif ve güçlü bir batılı müttefik olarak söz edilmesidir. Altı çizilmesi gereken diğer bir nokta da, kriz öncesi dönemde özellikle The Guardian'da Türkiye'deki insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizmle ilgili olarak pek çok haber çıkmasına rağmen kriz döneminde bu konularda hemen hemen yok denecek kadar az haberin yer aldığıdır. Sözü edilen dönemde terörizmle ilgili olarak yer alan bir kaç haberin konusunu da, Türkiye'nin Körfez Savaşı'ndaki batı yanlısı tutumunu protesto etmek amacıyla aşırı sol ve sağ örgütlerin Türkiye'deki batılı kişi ve kurumlara karşı giriştikleri terörist saldırılar oluşturdu.

The Guardian'ın politik (insan hakları, etnik sorunlar ve terörizm), The Financial Times'in da ekonomik haberlere daha fazla yer verme-

si, özellikle Körfez Krizi'nden önceki dönemde bu gazetelerde beliren Türkiye imajının çok farklı olmasına neden oldu. Araştırmaya konu olan dönemde, yüksek enflasyon oranı hariç diğer ekonomik haberler genellikle Türkiye için olumsuz bir imaj çizmiyordu. Aksine, Türk ekonomisinin sürekli bir biçimde büyüdüğü ve belirgin bir iyileşme gösterdiği bu tür haberlerin içeriğini oluşturdu.

Özellikle The Guardian'da yer alan insan hakları ihlalleriyle ilgili iddialar, etnik sorunlar ve terörizm ise Türkiye hakkında olumsuz imaj yaratan belli başlı konuları oluşturdu. Gazetede yer alan bu içerikteki haberler genellikle Uluslararası Af Örgütü ve Türkiye İnsan Hakları Derneği'nin raporlarına dayanıyordu.

Körfez Krizi'nden önceki dönemde The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler The Guardian'la karşılaştırıldığında sayı bakımından oldukça fazla, ele alınan konular bakımından da çok çeşitliydi. Üstelik The Financial Times bu dönemde 10 sayfalık bir Türkiye eki verdi. Tüm bu nedenler, Körfez Krizi öncesi dönemdeki Türkiye imajının niçin The Guardian ve The Financial Times'da farklı olarak ortaya çıktığını açıklar.

Ağustos 1990'ın ilk günlerinde Körfez krizi başladığında her iki gazetede de Türkiye ve kriz konulu haberler yoğunluk kazandı. Bu dönemde Türkiye hakkında çıkan haberlerde gözlenen önemli artış Türkiye'nin imajının iyileşmesine çok büyük katkıda bulundu. Çünkü, yalnızca olumsuz haberler değil, bir ülke hakkında az haber vermek, hiç haber yayınlamamak ya da sürekli belirli konuları işlemek de o ülkenin olumsuz bir imaja sahip olmasına neden olabilir. Körfez Krizi'nin başlamasıyla birlikte, The Guardian'ın Türkiye ile ilgili olarak ele aldığı insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizm gibi konulardan Türkiye'nin dost ve aktif bir batılı müttefik olduğuna ilişkin haber türlerine ani bir geçiş gözlemlendi. Bu durum, bir önceki dönemde Türkiye hakkında beliren olumsuz imajın birden bire değişmesine yol açtı.

Körfez krizi'nin sonuna doğru her iki gazete de Türkiye'nin bulunduğu bölgede süper bir güç olarak ortaya çıkmakta olduğunu işleyen bir çok yorumlar görülmeye başladı. Bu arada şunu da belirtmek gerekir ki, Türkiye'nin bulunduğu bölgede gücünü gittikçe arttırdığına ilişkin haberler sürekli Yunanistan'la karşılaştırmalı bir biçimde verildi.

Savaş sonrası Türkiye hakkındaki olumlu haberler her iki gazetede de Ağustos 1991'e kadar devam etti. Bu tarihte Türkiye'nin Ku-

zey Irak'taki terörist kamplarına karşı gerçekleştirdiği sınır ötesi hareket, bu gazetelerde tekrar Türkiye için başlıca olumsuz imaj unsuru olan insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizm konularının gündeme gelmesine yol açtı.

Bu araştırmada incelenen tüm dönemler göz önüne alındığında, The Guardian'da beliren Türkiye imajının Körfez Savaşı nedeniyle büyük bir değişiklik gösterdiği söylenebilir. The Financial Times'deki Türkiye imajı ise önemli bir değişiklik göstermedi.

KAYNAKLAR

1. Lippman Walter: "The World Outside and the Pictures in Our Heads", in Shram Wilbur and Roberts Donald F., The Process and Effects of Mass Communications, University of Illinois Press, London, 1972, sayfa 265-286.
2. Zaharopoulos Thimios: The Image of the US in the Greek Press, Journalism Quarterly, Vol. 36, No. 2, 1972, sayfa 188-192.
3. Craig Alexandre : The Media and Foreign Policy, International Journal, Vol. 31, 1975-76, sayfa 319-336.
4. Şahin Haluk: Turkish Politics in The New York Times: A Comparative Content Analysis, Journalism Quarterly, Vol. 50, No. 4, Winter 1973, sayfa 685-689.
5. Albritton Robert B. and Manheim Jarol B.: Public Relations Effort for the Third World: Image in the News, Journal of Communication, Vol. 35, No. 1, Winter 1985, sayfa 43-59.
6. Shoar-Gaffari Priouz: Iran in The New York Times 1968-78, Ph.D. Thesis, Syracuse University, New York, 1986.
7. Abdullahi A.: A One World One Voice?: Libyan Affairs Coverage by One European and Three African Newspapers 1970-86, Ph.D. Thesis, University of Leicester, England, 1990.
8. Wolfe Wayne: Image of the United States in the Latin American Press, Journalism Quarterly, Vol, 41, No. 1, Winter 1964, sayfa 79-86.

İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASINDA BASINDA "BİRLEŞMİŞ MİLLETLER" HAKKINDA SORULAR

Nilgün GÜRKAN

A. İkinci Dünya Savaşı Sonrası Yeni Düzen:

1945 yılı dünyada son yıllarda çözülüşüne tanık olduğumuz dengelerin kurulmaya başladığı yıldır. İkinci dünya savaşının nereye varacağı 1944 yılında ortaya çıkmış, Mihver devletlerin Müttefikler karşısındaki yenilgisi gün geçtikçe netleşmiştir. Savaş sonrası ortaya çıkan uluslararası denge, Müttefiklerin istediği yönde ve bu ülkelerin siyasal rejimi demokrasiyi de ön plana çıkaracak biçimde oluşmaktadır.

Nitekim, Müttefikler arasında yer alan Sovyetler Birliği farklı siyasal rejimi ve savaş sonrası çıkar politikaları doğrultusunda Batılı egemen ülkelerin çizgisine girmediği için giderek soğuk savaş gündeme gelmiştir.

Bugün nasıl "Yeni Dünya Düzeni" diye bir düzenden söz ediliyor- sa 1945 yılında da altı yıl süren bir savaşın yorgunluğuyla bir barış düzeni istenmektedir. 1945 Nisanında ölen ABD Başkanı Roosevelt, bir türlü önüne geçemediği savaş çıktığında kongreye gönderdiği mesajda, yeryüzünden savaş militarizminin kaldırılarak insanlığın özgür- lük ve barışa kavuşabilmesi için, Amerika'nın demokrasilere yardım etmesi gerektiğini bildiriyor ve "insanlık için ebedi bir program teş- kil edecek dört hürriyet"i ilan ediyordu. Atlantik yasasını hazırla-

yan; Moskova, Tahran ve Kırım konferanslarında savaş sonrası barış ve güvenliğin korunması için uluslararası bir kuruluşun gerekliliğini belirten ve San Fransisko konferansının temellerini atan Roosevelt, yeryüzünden militarizmi söküp atmak ve istikrarlı bir barış için insanları dört korkudan, (açlık, işsizlik, söz ve düşünce hürriyeti yok-sunluğundan) kurtaracak ilkelerin varolduğu bir yaşam istiyordu. ABD'nin otuzikinci Başkanı Roosevelt öldüğünde gazeteler onun ide-allerinin arkasında bütün bir insanlığın olduğunu yazdı (1).

B. Savaş Sonrası Türkiye ve Türk Basını:

Dünyada yeni dengeler oluşurken Türkiye'nin Almanya ve Japonya'ya savaş ilan ederek Müttefikler cephesinde yer alışı basında destekleyici yazılarla karşılaşmıştır. TBMM de alınan savaş kararın-dan sonra, 24 Şubat 1945 tarihli Ulus gazetesinde Falih Rıfhi Atay, "Dünkü tarihi karar" başlıklı yazısında şöyle yazmaktadır:

"...Türkiye halkoyu, İkinci Dünya Harbinin Avrupa kıtasındaki baş-lıca sorumlusu Almanya ve Uzakdoğu'daki sorumlusu da Japonya olduğunda hiç bir gün şüphe etmemiştir ..."

Aynı gün Asım Us, Vakıf'teki "Harb İlanımızın Manası" başlıklı yazısında, "Cumhuriyet Hükümetinin 1939 yılında imzaladığı Türk İngiliz ittifakıyla harp ve sulh siyasetinin ana yolunu da çizdiğini" belirtmekte, Necmeddin Sadak, Akşam'da Türkiye'nin altı yıldır süre-gelen sağlam ve gerçek duruma yeni bir şekil verdiğini yazmaktadır. Hüseyin Cahit Yalçın ise Tanin'de 26 Şubat 1945 tarihinde "Türkiye'nin Kararı Karşısında" başlığıyla yazdığı yazısında, alınan kararla herhangi bir çıkar beklenmediğini anlatmaktadır.

"... biz demokrasi devletlerinin yanında mevki almakla hiç bir mad-di ve şahsi menfaat peşinde koşmuş değiliz. Türkiye, Başkan Roosevelt'in ve Başvekil Churchill'in müdafaa ettikleri prensiplerin fiile konulduğunu görmekten başka hiç bir şey istemiyor. Biz Atlan-tik Misakının bir kılavuz olmakla kalmayarak bir kanun kuvvetini kes-betmesi uğrunda demokrat milletlerin girişecekleri mücadelede dai-ma beraber yürüyeceğiz ve bu uğurda her fedakarlığa katlanacağız."

24 Şubat 1945'de Washington'da Türkiye Maslahatgüzarı Birleş-miş Milletler'e iştirak vesikasını imzalamıştır. Türkiye Demokratik ül-

(1) Bkz. 13 Nisan 1945 tarihli gazeteler.

kelerin yanındaki yeri için adım adım ilerlemektedir ve 6 Mart 1945 de Türkiye San Francisco'ya resmen davet edilir. Oysa Arjantin, Portekiz, İspanya, İsveç ve İsviçre davet edilmemiştir. Zekeriya Sertel, Tan gazetesinde 7 Nisan tarihine Türkiye'yi nelerin beklediğini belirtmektedir:

"... Türkiye Birleşmiş Milletler tarafına geçmek ve San Fransisko konferansına iştirak etmekle, Birleşmiş Milletlerin harp sonrasına ait verecekleri bütün kararları ve alacakları bütün tedbirleri kabule mecbur olacaktır."

Sertel'in yaptığı hatırlatmanın bir başka yanı, bu işbirliğinin getireceği siyasal, ekonomik sonuçlara ilişkindir.

"Bunun en tabii neticesi olarak Amerika ile aramızda öteden beri tatbik edilen ödünç verme ve kiralama anlaşmasını imza etmek olmuştur. Bunun arkasından Birleşmiş Milletler mali konferansında verilen ve harpten sonra milletlerarası bir banka ile bir fon tesisi icab ettiren kararları kabule mecburuz. Şimdiye kadar yapılmış olan diğer Birleşmiş Milletler konferanslarının da kararlarına uyacağız. San Fransisko konferansı muvaffak olursa, o vakit harp sonrası dünya teşkilatına iştirak ederek bir takım taahhütlere gireceğiz. Ayrıca San Fransisko'da 43 millet murahhaslarına imza ettirilmek üzere hazırlanan insan hakları beyannamesini imzalayacağız Bu konferans yarınki dünya nizamının temellerini atacak ve bütün milletler yarınki varlıklarını bu temele dayanarak kurmağa mecbur olacaklardır."

O günlerde, Türkiye'nin dış politikası belli olduktan sonra basındaki yazılar genellikle Batı ile iyi ilişkileri, bu ilişkilerin tarihini vurgulayan yazılardır. Bu arada demokratik rejimle yönetilmeyen ülkeler hakkında yazılara da rastlanmaktadır. Bunlardan biri, İspanyol diktatörü General Franko hakkında Yeni Sabah gazetesinde çıkan yazıdır. Son uluslararası gelişmeler karşısında İspanya'nın Avrupa'daki yalnızlığı vurgulamakta, ayrıca İspanya'ya İngiltere veya Amerika'ya yaklaşması önerilmekte, yoksa geç kalabileceği hatırlatılmaktadır.(2)

"... İspanya'nın tecrid edilmiş bir halde Avrupa'nın bir ucunda kalması, Madrit devlet adamlarının canını sıkabilir. Fakat bu yalnızlık yarışında lağar bir beygir üzerinde şansını denemiş bir oyuncunun hüsrandan başka bir mahiyette olamaz Bütün dünya, demokrasi-lerin zaferi ile halk hakimiyetine doğru kaymakta iken Madrit bu

(2) Yeni Sabah, "Franco'nun Feryadı", 6 Nisan 1945.

yükselen denizin ortasında sert bir askeri kaya gibi kalmağa devam edebilir mi? ... İç efkar İspanya'nın içine daldığı yalnızlık gayyasından kurtulmasını anlaşılan ısrarla istemektedir. İngiltere ve Amerika'ya temayül ederek eski yolu bırakmak vakti çoktan gelmiştir. Eğer geçmediyse. Çünkü biraz daha vakit geçecek olursa, Hitlerizm ve Japon satveti de kalmayacağına göre, tren otobüs her şey kaçırılmış olabilir."

C. Türk Basınında San Fransisko Konferansı ve BM'in İşlevine İlişkin Sorular:

Türk basınında savaşı kazanan Batılı Müttefiklerle dostluğu vurgulayan yazılar, 1945 yılının Nisan ayında San Fransisko'da yapılacak konferans öncesinde değişik sorular içermeye başlamıştır. Sorular başlangıçta Birleşmiş Milletler bünyesinde yer alacak büyük devletlerin "oy kullanması" çerçevesinde toplanmaktadır. Çünkü Amerika, İngiltere ve Sovyetler Birliği'nin üçer oya sahip olmaları, diğer devletlerin yalnız birer oya sahip olmaları sözkonusudur.

Yeni kuruluşun Yalta'da üç büyük devlet arasında kararlaştırılan şeklinde "Bütün Birleşmiş Devletler yarınki dünya teşkilatına iştirak edeceklerdir. Daha önceki Milletler Cemiyetinde olduğu gibi bir konsey bulunacak ve konsey yeni dünya teşkilatı namına dünyanın bütün işlerini müzakere ve tedvir edecektir" denmektedir. Konsey beşi daimi, altısı geçici olarak onbir devletin üyelerinden oluşacaktır. Daimi beş devlet: ABD, İngiltere, Sovyet Rusya, Fransa, Çin; diğer altı devlet de San Fransisko Konferansında birleşmiş devletler tarafından seçilecektir.

Daha sonra "veto" meselesine dönüşecek olan büyük devletlerin söz hakkı, basında o günlerde "barışı teşkilatlandırmak kolay bir şey değildir, kurulacak düzenin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi oy meselesinin çözülüşüne bağlıdır" şeklinde ele alınmaktadır. Üç büyük devletin sorunların çözümünü tekellerine almaları ve San Fransisko'da yapılması kararlaştırılan toplantıya rağmen, üç devletin liderlerinin aralarında yaptıkları toplantılarla çözümler getirmeleri konusunda, 5 Nisan 1945 tarihinde Akşam gazetesinde Necmeddin Sadak, "Üçler İlacı" başlığı altında şunları yazmaktadır:

"...yeniden çıkan sürtüşme ve çekişmeleri ortadan kaldırmak için yine üçler toplantısına başvurmak, kötülüğü onu doğuran sebeplerle

iyileştirmeye çalışmak gibidir. Çünkü son günlerde göze çarpan politika kargaşalığı hep bu üçler konuşmasından çıkmıştır..... Dünya üç devletin değildir. Her nasılsa yeryüzünde bu üçten başka milletler de olagelmıştır... Sadece İngiltere'nin, Amerika'nın, Rusyanın görüş köşelerinden dünyaya bakma ta çok eksik bir bakış olur."

Daha sonra Dışişleri Bakanlığı da yapacak olan Sadak, üçlü konuşmaların bir yere varmadığını belirtirken, bu varamayışın nedenini de üç büyük devlet arasındaki rejim ayrılığına bağlamaktadır (3).

İkinci dünya savaşı üç büyük devletin cephelerde yaptığı işbirliğiyle kazanılmıştır ve savaş sonrası sürekli bir barışın da yine bu üç büyük devlet arasında siyaset sahnesindeki uzlaşmayla doğacağı düşünülmektedir. Ancak savaş sonrası yeni dünya düzeninde, barış ve güvenliğin korunması için üç büyük devlet arasındaki birliğin yetmeyeceği düşüncesiyle uluslararası bir kurul hazırlanmaktadır ve bu kurulun eski (savaşı önleyememiş) Millîetler Cemiyetinden daha yetkili, daha sözünü geçirir bir mekanizma olması istenmektedir. Necmeddin Sadak üç büyük devletin bu kuruldaki egemenliği için şöyle demektedir:

"Mantiğa uymayan nokta budur: Ya, üç devletin beraberliği, sulhu ve emniyeti korumaya yeter, yeni bir milletlerarası kurula ihtiyaç yoktur. Yahut, üç devletin işbirliği, sulh ve emniyeti korumaya yetmediği için milletlerarası bir teşkilat kuruluyor. Şu halde bu teşkilatın, üç devlet işbirliğinden müstakil olarak harekete geçmesi, her hangi bir tecavüz karşısında otomatik şekilde işlemesi lazımdır." (4)

San Fransisko Konferansının başladığı gün Akşam gazetesinde "Sulh ve Emniyet Pamuk İpliğine bile bağlanamıyor" başlıklı yazıda yine BM Güvenlik Konseyinin durumu ele alınmıştır.

"Sulhu ve emniyeti bozan, tecavüze kalkışan bir devlet hakkında zecri tedbirler, askeri harekete ancak bu konsey karar verebilir. Fakat konseyin çoğunlukla vereceği kararlarda beş büyük devletin ittifakı şarttır. Demek oluyor ki büyük devletlerden biri başka bir memlekete tecavüz ederse ona karşı hiç bir tedbir alınmayacaktır, çünkü kararda bu devletin kendi oyu şarttır. Tecavüzler ve harpler hep, büyük denilen devletlerden çıktığına göre, yeni kurulacak teşkilat tecavüze

(3) Necmeddin Sadak, "Üçler İlacı", Akşam, 5 Nisan 1945.

(4) "Üçler İlacı", a.g.m.

asla engel olamayacaktır. O halde bu milletlerarası kurul, bu kadar zahmet ve didişme ile kime karşı hazırlanıyor?" (5).

Yeni dünya düzeninin kuruluşunda birleşmiş devletlerce yapılan San Fransisko Konferansına rağmen, ideal bir yapılanmanın sağlanamayışı üç büyük devletin kendi aralarında yaptıkları "üçler" toplantısını tekrar gündeme getirmiştir. Vakit gazetesi başyazarı Asım Us, 1 Haziran 1945 de yazdığı yazısında "San Fransisko Konferansında ortaya çıkan durumdan anlaşıldığına göre, Dünya milletlerinin yarınki mukadderatı üçlerin birleşmesine ve anlaşmasına bağlıdır" demektedir. ABD, İngiltere ve Sovyetler Birliği'nin tutumları ve San Fransisko Konferansının vardığı nokta üzerine Hüseyin Cahit alaycı bir tavırla şöyle yazmaktadır:

"Harbe bir son vermek için dünya iki defa harbe girişti. İlk harpten sonra hayal inkisarına uğradı. İkinci harpten de elleri boş çıkacağına kanaatimiz var. İlan edilen hedeflerin hiç birine varılmadı. Çünkü üç veya dört büyük devlet tarafından Almanya'nın işgali gayeyi teşkil etmiyordu... Naziler ve faşistler ayaklar altında çiğnendi, fakat bir taarruza uğramak korkusuna son verildi mi? Küçük milletlerin hürriyet ve istiklalleri sağlandı mı? Bir an olsun ağızlarını açmak cesaretinde buldukları takdirde, terbiyesiz çocuklar imiş gibi tekdedilmektedirler. Onlara 'kuvvetli değilsiniz, kendinizi müdafaadan acızsınız, insanlığı sulh içinde yaşatmak mesuliyeti bize aittir' denilerek ağızları kapatılıyor. Harp boşuna yapıldı. Küçük devletlerin başarılarında asılı duran tehdit kalkmadı. Yine kuvvet herşeye hakim bulunmaktadır ... Tıpkı eskisi gibi" (6).

Vatan gazetesi başyazarı Ahmet Emin Yalman anılarında, 25 Nisan 1945 de başlayıp 26 Haziran'a kadar süren San Fransisko Konferansı sırasında "büyüklerin ölçüsüz vetosuna dayanan sistemin ortılığı oyalayacağını" kabul ederek isyan duyduğunu ve o günlerde bu duygusunda yalnız olmadığını yazmaktadır (7). Millet sıfatıyla henüz tanınmayan Hindistan, Burma, Kore, Afrika sömürgeleri, İngiliz Antil adaları, Portorico, o zaman Hollanda'ya bağlı olan Cava, Sumatra gibi topluluklar, Birleşmiş Milletler profesinin büyüklerin sömürge sahibi olmasını hoş görmemesine karşı ayaklanmışlar, San Fransisko

(5) Necmettin Sadak, Akşam, 25 Nisan 1945.

(6) "Kazanılan Harp", Tanin, 6 Haziran 1945.

(7) Ahmet Emin Yalman, "Yakın Tarihte Gördüklerim Geçirdiklerim, İstanbul, Rey Yay., Cilt 4, 1970, s. 17.

Konferansının karşısında Mahkum Milletler Kongresini kurarak çalışmaya girişmişlerdir. Yalman o ortamı şöyle anlatmaktadır:

"Burası geri oldukları iddiasıyla yabancı boyunduruğu altında köle gibi tutulan, fakat kendilerini reşit ve olgun sayan istiklal özlemi içinde kıvranan milletlerin dünyasıydı. Birleşmiş Milletler için hazırlanan projenin büyük devletlerin emperyalizmini koruduğunu görünce, başlarının çaresine bakmaya karar vermişler, bir araya gelmişler ve San Fransisko'yu istiklal uğruna savaş meydanına çevirmişlerdi" (8).

San Fransisko Konferansının sonuçları ve meydana getirilen BM Anayasası hakkında 10 Temmuz 1945 de Ahmet Emin Yalman, Vatan gazetesinde şunları yazmaktadır:

"Bugün umumiyetle milletlerin münasebetlerine hakim olan kıymetler, sevgi, anlayış, insaf, işbirliği değildir. Nefret, husumet, kin, vehim ve ihtirastır... İnsanlığın felaketi; fert itibarı ile pek çok insanda mevcut cömert, temiz ve asil meyillere rağmen her memleketin umumi hayatında gurura, ihtiras, vehme ve nefrete ait kıymetlerin iyi satıcı ve bol alıcı bulabilmesinden ibarettir. Bundan dolayıdır ki San Fransisko konferansı ölü doğmuştur. Barışa ve emniyete herkesin bol bol iltifat etmesine ve milyonlarca insanın bu kıymetler uğruna ölüme sevk edilmesine rağmen, barış, sevgi yolları insanlık ideallerine giden bütün güzel yollar bu anda karanlıklara gömülmüş bulunmaktadır... Vüçuda getirilen emniyet anayasasının bir korkuluk kadar kıymeti yoktur."

Atatürk döneminin Dışişleri bakanlarından Tefik Rüştü Aras ise, 31 Temmuz 1945 günü Tan gazetesinde yazdığı "San Fransisko Siyaseti" başlıklı yazısında, dünyada barışı koruyacak BM'e biraz daha umutla bakmaya, Güvenlik Konseyinde egemenliğin üç devlet yerine beş devlette olmasıyla teselli bulmaya çalışmaktadır:

"Beş büyük devletin bu hususta imtiyazlı olmaları insanlık için gaye olan müsavi haklar ve tek dünya emeline pek uygun değilse de, dünya durumu günün realite ve imkanları zaviyesinden mütalaa edilince hayal sukutunda mübalağaya düşülmemek lazım gelir... dileyelim muzaffer üç devlet arasında ahenkli işbirliği olsun. Emniyet konseyinde imtiyazlı durumun üç devlete hasredilmeyip de beş devlete teşmil edilmiş olması isabetli ve göze daha az batıcı sayılabilir."

(8) Yalman, a.g.e., s. 18.

D. Seksenli Yıllarda Başlayan Yeni Düzen:

Seksenli yıllar ikinci dünya savaşı sonrasında oluşan dengelerin Avrupa'da, Sovyetler Birliğinde çözülmeye başladığı yıllardır. Gözümüzün önünde parçalanan Yugoslavya ve derken bu ülkede patlayan kıvılcım... Bosna-Hersek olaylarında BM'in insiyatifsizliği bu kuruluşa eleştirilerin yöneltilmesine neden olmuştur.

19 Ocak 1993 tarihli Hürriyet gazetesinde Mümtaz Soysal, dengelerin değiştiği bir dünyada BM'in konumunu şöyle anlatmaktadır:

"Pek fiyakalı bir adla 'Yeni Dünya Düzeni' denen düzen, BM paranası gerisinde Batılı büyük devletlerce oynanan bir komediye, bir orta oyununa dönüşmüştür. Amerika ve İngiltere'nin ve bazen de Fransa'nın çıkarları doğrultusunda alınan kararlar, Güvenlik Konseyi kararı olarak yutturulmakta ve BM Genel sekreteri sıfatı taşıyan bir memur tarafından uygulanmaktadır. BM'nin artık Birinci Dünya Savaşı sonrasında İngiliz-Fransız çıkarlarının savunucusu durumundaki Cemiyet-i Ahvam'dan, yani Milletler Cemiyeti'nden farkı kalmadı. Tek fark şimdi oynanan oyunun ileri teknoloji kullanan bir beyin yıkama mekanizmasıyla çok daha kolay kabul ettirilmesinden ibarettir."

Aynı gün Oktay Ekşi de Hürriyet gazetesinde, Ocak ayında Müttefiklerin Irak'a karşı hareketleri dolayısıyla benzer bir yorumu yapmaktadır. Müttefiklerin davranışı için Ekşi şöyle demektedir:

"Hayır o, BM Güvenlik Konseyinin şu sayılı kararıdır diyen desin. ABD, İngiltere ve Fransa'nın kararıdır!"

Bu arada Bosna-Hersek sorunu bir türlü çözümlenemezken, ABD'nin öncülüğünü çektiği Irak'a ders verme kararı şu soruyu gündeme getirmiştir: "Tek bir süper gücün, ABD'nin egemenliği altındaki bir dünya nasıl olacaktır?". Bir zamanlar Sovyetler Birliği'nin, şimdi Rusya'nın Türkiye Büyükelçisi Çerçişev, gazetelere verdiği demecinde belli bir endişeyi de taşıyarak, "Rusya'nın ABD karşısında hala bir süper güç olduğunu" söylemiştir. Ancak Çerçişev'in bu sözleri 1993'ün Ocak ayında gazetelerde ancak küçük bir haber olarak yer alabilmektedir.

BM'i işlevsiz bir kuruluş durumuna sokan olaylarla birlikte, 1945 yılında gazetelerin vurguladıkları nokta bir kez daha gündeme gelmiştir. Hüseyin Cahit Yalçın'ın 6 Haziran 1945 de Tanin gazetesinde sa-

vaş sonrası oluşan yeni düzen için yazdıkları bugün için de söylen-
diğinde yanlış olamayacaktır (9).

“Yine kuvvet her şeye hakim bulunmaktadır. Kuvvete sahip olmayan
daima suçludur...”

Ahmet Emin Yalman'ın San Fransisko'da toplanan Birleşmiş Mil-
letlerin oluşturduğu anayasanın ardından düştüğü ümitsizlikle, daha
sonra Potsdam'da toplanan Başkan Truman, Attlee ve Stalin'e hita-
ben yazdığı başyazıda ise şöyle söylenmektedir (10):

“... Şimdi diyorsunuz ki: Dünyaya hakim olan kuvvetler bizim elimiz-
dedir. Bu sebeple hak da bizimdir. Söz ayağa düşmesin, yarın ki dün-
yaya düzen vermek işini kimse ile danışmadan biz üzerimize alacağız.
Bu lisanınız uğrunda döğüşmek iddiasında bulunduğunuz demokrasi-
nin dili değildir. Kudretten sarhoş olanların diktatörlerin Kayzerlerin,
Hitlerin, Mussolinilerin dilidir ... Siz prensipleri unutmakta ve inkar
etmekte ısrar ederseniz, hakkı yerine getirmek zaruretini duymazsa-
nız ... kendi hesaplarınız menfaat paylaşmak ihtirasına kendinizi kap-
tırırsanız ... tarihin ikmal imtihanını kaybedeceksiniz. O zaman dünya
karanlıkta kalacak. Asıl yükünü ... yine siz kocamanlar çekeceksiniz.
Büyükler diyemiyorum. Çünkü büyüklük sıfatını ancak insanlık imti-
hanında iyi numara aldıktan sonra hak edebilirsiniz...”

(9) “Kazanılan Harp”, a.g.m.

(10) Ahmet Emin Yalman, “Potsdam'da Toplanınlara Açık Hitap”, Vatan, 17 Tem-
muz 1945.

BASINDA ÖZDENETİM

Faruk UĞURLU*

Toplumların gündemindeki en önemli sorunlardan biri, olayların, tam doğru ve eksiksiz biçimde aktarılıp aktarılmadığı konusudur. Toplumun bilgilendirilmesi görevi çeşitli kurumların yanı sıra kitle iletişim araçlarında çalışanlara düşmektedir. Gazeteciler Radyo Televizyon çalışanları ya da tüm iletişimciler. Bu iletişimcilerden olan gazeteciler kamuoyunun bağımsız temsilcileri olduğu için sık sık mesleki sorunlarla karşılaşmakta, resmî müdahale olmadan bir çözüme ulaşma zorunluluğu içinde birtakım kurallar ve yöntemler geliştirmek durumunda kalmaktadırlar. Basında özdenetim diye tanımlanan konu, işte bu kuralların yöntemlerin bütünüdür. Özdenetim hiçbir yasaya göre suç olmadığı halde, ahlâk kurallarına aykırı sayılan yazılardan dolayı gazetecilerin sadece meslekî açıdan denetlenmesidir.

Basında özdenetim farklı iki anlam taşır. Gazetecilerin kendi kendini kontrolü anlamının yanısıra, basın çalışanlarının ve organlarının kendi istekleriyle oluşturdukları kuralların uygulanmasını sağlayan organ anlamını da taşımaktadır.

Basının kendi istekleriyle oluşturduğu sistem, ancak sanayileşmiş demokratik toplumlarda yani özgürlük ve rekabet ortamlarında gerçek anlamıyla yerine getirilebilir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, devlet tarafından kurulmuş ya da gayriresmi olarak devletin denetiminde olan türleri vardır.

(*) Açıköğretim Fakültesi

Teorik olarak sansürün Anayasa'da yasak olmasına rağmen, özdenetim kavramı bir meslek-içi düzenleme olduğu için bunun Anayasa'ya aykırı olmadığı düşüncesi gelişmiştir. Aynı zamanda bu kuralara uymak zorunluluk değil, kişinin özgür iradesine bağlı bir olaydır.

İletişimcinin haklarını ve sorumluluğunu belirleyen ve yaygın deyişle basın ahlakı, basının kendi kendini denetimi ve bunların uygulanmasını gözeten basın konseyi, medya konseyleri, basın ombudsmanları, (ombudsman'lık İskandinav ülkelerinde görülen bir uygulamadır. Tek kişinin devamlı hakemliği) veya gazeteci odaları olarak ortaya çıkmıştır.

1- Basın Konseyi:

Kamu yararına bağımsız bir gözlemcilik görevi üstlenen basını da gözlemesi gerektiği inancıyla ortaya çıkan basın konseyinin ilk uygulaması 1916 yılında İsveç'te görülmüştür. Basın mensuplarından başka halktan temsilcilerin de katılabildiği haberler, yorumlar sonucu onurları çıkarları zarar gören kişilerin şikayetleri üzerine konuyu inceliyerek sonucunu kamuoyuna duyurmaktır. Konsey kuralları kendisi koyacaksa, yine iki olasılık vardır: Konsey ya hemen harekete geçer ya da deneylerin ışığında hareket etmek için bekler. Konsey ihfallelere dikkatini çekmesi için halka güvenirse de soruşturma başlatmak hakkına sahiptir.

Görevleri:

- Hükümetin ihmali ya da husumetine karşı haber alma özgürlüğü için mücadele etmek, konsey istenen yasalar konusunda danışmanlıkta bulunarak dördüncü kuvvet ile diğer üçü arasındaki ilişkiyi iyileştirmeye çalışır ve kısıtlayıcı yasa önermelerine ya da yönetimin haklarına el uzatmasına muhalefet etmesi için kamuoyunu harekete getirir.
- Kâr güdüm ki davrananlarca haber akışına hile karıştırılması ya da bu akışın kısıtlanmasına karşın haber alma özgürlüğü için mücadele etmek, konsey bu amaçla, basının evrimi konusunda sürekli bilgi sahibi olur ve halkı, herhangi bir tehlikeli gelişmeden haberdar eder.
- Kaliteli eğitimi ve araştırmayı teşvik ederek, basının iyileştirilmesi yolunda mücadele vermek.

Basın Konseylerinin Oluşumu;

- 1- Üçlü Karma Basın Konseyleri: Yayın organı sahipleri, gazeteciler ve halktan oluşur (Avusturalya).
- 2- İkili Karma Basın Konseyleri: Gazeteciler ve halktan oluşur (Hollanda).
- 3- İkili profesyonel Basın Konseyleri: Gazete sahipleri ve gazetecilerden oluşur (B.Almanya).
- 4- Yalnızca Gazete Sahiplerinden oluşan Basın Konseyleri: (Japonya).
- 5- Yalnızca Gazetecilerden Oluşan Basın Konseyleri: (İtalya)
- 6- Hükümetin de Temsilci Bulundurduğu Basın Konseyleri: Bunlara Endonezya'da olduğu gibi resmi, Filipinler'de olduğu gibi gayri resmi hükümet temsilcilerinin bulunduğu konseylerde dahildir.

Konseylerin tarihi yönden gelişimine bakıldığında örneğini İtalya'da gördüğümüz yalnızca gazetecilerden oluşan konseylerden, Yayın organı sahipleri, gazeteciler ve halktan oluşan üçlü karma basın konseylerine doğru bir hareket izlenmektedir. Bu sonucu doğuran neden ise gazeteciliğin bir meslek olarak gelişirken kamusal sorumluluğunun bilincine varması, toplumla bir bütün olarak var olduğu ve ona karşı sorumlu olduğu mantığını kavramasıdır. Böylece bir anlamda basın kimin için ve nasıl varolmasını gerektiğini belirleyerek toplumun da özdenetim mekanizmasına az da olma katılımını sağlamıştır. Basın Konseylerinin amacı hiçbir zaman gazetecileri cezalandırmak olmamalıdır. Bu nedenle verilen cezalar teşhir veya kınama şeklindedir. Ancak, seyrek te olsa, gazetecilere meslekten men, para cezalarında uygulandığı görülmektedir.

Konsey modelinin eleştirilenleri genellikle basının gözlemcisi-ningene basın olması gerektiğini, basın dışı katılımlı bir örgüt tarafından denetlenmenin basın özgürlüğüne gölge düşüreceğini savunurlar. Bazıları ise konsey kararlarının mahkemelerde basın aleyhine kullanılabileceği kuşkusunu dile getirirler.

2- Ombudsman:

Ombudsmanlar karar yetkisi olan ve başında meslekten bir yargıç bulunan kuruluşlardır. Bu özdenetim modeli İsveç uygulamasından

esinlenilerek geliştirilmiştir. Bunlar, bir konuyu şikayet olmaksızın elelelabilecekleri gibi başvuru ları da değerlendirirler. Örneğin, İsveç'te uygulanan biçimi ile ombudsman, okuyucuların basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri kişidir. Ombudsman'ın hükümet ile hiçbir bağı yoktur ve maaşı Yayıncılar Derneğindeki gazeteciler tarafından ödenir.

Tüm yayın organlarına karşı sorumlu olan genel ombudsmanların yanında bir gazete ile ilgili ombudsman'lar da vardır. Yani isteyen basın organı, özdenetim amacı ile bünyesinde sadece kendi yayın içeriğini izleyecek bir ombudsman bulundurur. Bu model çerçevesinde ombudsman kurum için yazılı eleştiriler yayınlayarak gazetecilere mesleki sorumluluklarını hatırlatmanın yanısıra haber ve yorumlarla ilgili okuyucu şikayetlerini değerlendirerek gazetede ki yanlışlıkların tekrarlanmasını önlemeye çalışır.

Ombudsman tarafsızlığını koruyabilmek için gazetenin hazırlanma aşamasına katılmaz, gazeteyi okuyucular gibi çıktığı zaman görür. Bunlar gazetenin patronuna ve genel yayın müdürüne karşı sorumlu değildirler. Ayrıca gazetelerinde yayınlanan sütunlarında okuyucu ile gazete arasında iletişim kurup, gazeteye yönelik eleştirileri ve okuyucu şikayetlerini dile getirirler.

3- Gazeteci Odaları:

Avukat Odaları, Tabibler Odaları gibi özdenetim uygulanması sürecinde "Gazeteci Odaları" da oluşturulmuştur. Bu sisteme İtalya'da rastlıyoruz. Söz konusu odalar bir kanunla kurulmaktadır. Gazetecilerin hepsi "Albo" denilen özel bir kütüğe kaydolmak zorundadırlar. Albo'ya kayıtlı 21 yaşını doldurmuş, 18 ay devamlı gazetecilik yapmış ve imtihandan geçmiş profesyonel gazeteciler aralarından dokuz kişi seçerler. Kurulan bölgesel konsey üç yıl süre ile bölgesini yönetir ve denetler. Roma'da, Adalet Bakanlığında merkezi olan Milli Konseye her bölge üç veya daha fazla temsilci gönderir. Milli Konsey adına seçilen dokuz kişilik bir yönetim komitesi İtalyan basınıni yönetmekte ve denetlemektedir. Milli Konseyin yetkileri sınırsızdır: Uyarma, takbih cezaları dışında üyelerini iki aydan bir yıla kadar meslekten uzaklaştırabileceği gibi "Albo"dan adını silmekle meslekten bile atabilir.

Nedeni ve biçimi ne olursa olsun, özdenetim amacı ile ortaya çıkan basın kurallarının temelinde üç ana görüş vardır:

- 1- Günümüzde çok yoğun hale gelen haber akışının, kamuoyu üzerinde yapabileceği zararlı etkilerin denetlenmesi,
- 2- Basın ya da genel olarak iletişim alanında çalışan insanların mesleklerini yerine getirirken karşı karşıya oldukları yoğun baskılardan bir ölçüde uzak kalmak istemeleri,
- 3- Basınla ilgili kuralları geliştiren insanların, çok sınırlı bazı kolların dışında toplumdaki haber ve bilgi akışının hiçbir engelle karşılaşmadan sağlıklı olarak yürümesini istemeleridir.

Demokratik ülkelerin aksine, **sosyalist ülkelerde özenetim sistemi görülmez.** Çünkü bu ülkelerdeki özgürlük anlayışı, iletişim araçlarının toplumsal rolü konusundaki tanımlamalar batı dünyasındakilerden çok farklıdır. Örneği, Sovyetler Birliği Gazeteciler Örgütü, çalışmalarında Marksist-Leninist kurama, komünist partisi ve Sovyet hükümetinin politikalarına bağlı kalmayı görev sayar. Bu sosyalizmin kurulmasını kendisine temel hedef olarak alan bir yönetimin kitle iletişim araçlarında beklentilerine uygundur ve sosyalist ülkelerdeki meslek kuralları da bu doğrultuda şekillenmiştir.

Müeyyidesi

Kendi kendini kontrol sistemi ancak mesleki müeyyidelere dayanabilir. Bunun dışında bir müeyyide aramak, bu sistemin mantığına, espirisine ters düşer. Bu kuruluşların kararlarının ilk akla gelen özelliği manevi etkileridir. Bu herşeyden önce, Basın Konseyi tarafından kamuoyunun bilgisine sunulan genel çağrılar, tavsiyeler, kanaatler ve tavır koymalar için yeterlidir. Kamuoyunun basına verdiği önem gözönünde tutulursa bilhassa bir gazeteciyi, yayıncıyı veya bir basın organını hedef alan bir eleştirinin manevi etkisi küçümsememelidir. Basın Konseyleri şeklindeki kuruluşların teşhirden başka yaptırımları uygulayabilme yetkisi ile donatılması bu kuruluşların niteliği ile bağdaşmaz. Ancak bazı ülkelerde bir eleştirinin sadece yayınlanmasını aşan başka müeyyidelerinde mevcut olduğunu görürüz. Örneğin İtalya'da disiplini temin için, ihtar, iki aydan bir seneye kadar sürebilen yayın yasağı ve birde gazetecilerin meslek listesinden ihracı söz konusu olabilmektedir. Güney Kore'de ihtar, tasvip etmeme ve meslek listesinden ihracı öngörülmektedir. Hindistan Basın Konseyinin yetkileri çok geniştir. Konsey basın ahlak yasalarını çiğnemiş olan gazeteci veya işvereni için soruşturma açar. Konseyi hiç bir kuvvet soruşturmadan alıkoymaz ve konseyin kararları kesindir.

Hiçbir mahkeme tarafından ele alınamaz. Konseyin medeni kanunun verdiği yetkilerle kurulan bir mahkeme kadar yetkisi vardır.

TÜRK HUKUKUNDA HABERLEŞME ÖZGÜRLÜĞÜ

Anayasanın 25. maddesi düşünce ve kanaat hürriyeti başlığı altında şöyle demektedir. "Herkes düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. Her ne sebeple ve amaçla olursa olsun kimse düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz". 26. madde ise "Herkes düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim ve başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini kapsar" hükmünü getirerek düşünce ve kanaatlerin iletişim özgürlüğü içindeki yerini saptamaktadır. Çağdaş hür ve demokratik rejimlerin iletişim özgürlüğünü yaşamsal temel bir ilke olarak kabul edip, bu özgürlüğü anayasal güvence altına almaları bir görev olarak nitelenebilir. 1982 Anayasası Türkiye'de basın özgürlüğünü 28, 29 ve 30. maddelerinde düzenlemiştir. Bu maddelerin içerdiği hükümlere göre, basın özgürdür ve sansür edilemez. Basımevi kurmak, süreli ve süresiz yayınlar çıkarmak, önceden izin alma ve mali teminat yatırma koşuluna bağlanamaz. Devlet, basın ve haber alma özgürlüklerini sağlayıcı önlemleri alır. Yayın yasağı, ancak yargılama görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak için, yasayla belirtilecek sınırlar içinde konabilir, Süreli ve süresiz yayınları, suç soruşturma ve kovuşturması dışında bir nedenle zapt ve müsadere edilmez hükmünü 128. maddede düzenlemiştir. Süreli yayınlar, devletin ve öbür kamu tüzel kişilerinin araç ve olanaklarından eşitlik ilkesine göre yararlanır (m. 29). Yasalara uygun olarak kurulan basımevi ve eklentileri, devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Cumhuriyet'in temel ilkelerine ve millî güvenliğe karşı işlenmiş bir suçtan mahkum olma hali dışında, suç aleti olduğu gerekçesiyle zapt ve müsadere edilemez ve işletilmekten alıkonamaz (m. 30). Öte yandan Anayasa'nın sözü edilen düzenlemeleri, basın yoluyla düşünce açıklamalarına bazı hallerde bir sansür getirmekte, dağıtımın önlenmesi konusunda kolluk güçlerine de yetki vermektedir. Bundan başka Basın Kanunu'nun 31. maddesine göre, yabancı ülkelerde basılmış yapıtların yurda sokulmasının Bakanlar Kurulu'nca yasaklanabilmesi, dolaylı biçimde basın özgürlüğü'nün de sınırlanması sonucunu yaratabilir.

Kendi Kendini Kontrol Kavramı

Kendi kendini kontrol kavramı; birbirinden farklı iki anlam taşımaktadır. Şöyle ki: Kavram, basın alanında çalışan bir kimsenin bir olay karşısında ilerideki sorumluluğunu düşünerek, kendi kendini kontrol etmesini ve o olay karşısındaki tutumunu ifade ettiği gibi, basın organlarının yine bu organlar tarafından meydana getirilmiş kurullar tarafından denetlenmesini içerir. Uygulamada kendi kendini kontrol kavramı; basın organlarının kendilerinin meydana getirdiği kurullar tarafından denetlenmesini, yani yukarıdaki ikinci tanımla ifade eder.

Kendi Kendini Kontrol Etmenin Amacı;

Genel Olarak,

Günümüzde, düşünce özgürlüğünün haberleşme özgürlüğü sayesinde fiili bir değer kazanacağı görüşü tartışmasız kabul edilmektedir. Haberleşme özgürlüğü haber, fikir ve kanaatlerin başta basın olmak üzere televizyon ve sinema gibi kitle iletişim araçları ile serbestçe alınması ve yayılması olarak tarif edilmektedir.

Görevin yerine getirilmesi için özgürlük şarttır. Fakat görevde özgürlükten doğmaktadır. Kitle haberleşmesi gibi önemli bir görevi yüklenen hürriyetin bir başı bozukluk değil, amacına uygun bir görevin kullanılması olduğu açıktır. Demek oluyor ki, basının (ve haberleşmenin) görevi gereği olarak, görev yararına denetimi gerekmektedir. Haberleşme özgürlüğü kötü kullanılmaya, amacından saptırılmaya başlayınca devlet haklı olarak basın üzerindeki denetimini arttırmaya çalışır. Oysa, bu basın özgürlüğü için bir tehlike kaynağını oluşturur. İşte bu tehlikeyi önlemenin en önemli şartı, devletin müdahalesini lüzumsuz kılacak ve hür basının bünyesine uygun bir denetim yolunun bulunmasıdır. Özgürlüğün kötüye kullanılması sonucu, basının görevini yerine getiremeyecek bir duruma düşmesini önlemek ve özgür, sorumlu bir basın yaratmak amacıyla denetlenmesi gerekmektedir.

Basının Denetlenmesi Gereksinimi

Kitleye hitap eden modern yayın araçlarının, özellikle basının günümüzde kitle toplumu için taşıdığı önem şüphe götürmez. Çağımızda parlamentonun bir bakıma halkla iktidar arasındaki diyalog bakımından, eski önemini yitirmesine rağmen basın bu ikisi arasında, böyle bir görevi yerine getirerek tek araç olarak kalmaktadır. Demok-

ratik sistem ancak, yurttaşların gerek içte gerekse dışta olup biten siyasal ve ekonomik olaylardan yeterince ve objektif olarak bilgi sahibi olmaları halinde düzenli işleyebilir. Öte yandan demokrasi yurttaşlarca yapılacak sürekli ve yapıcı bir eleştiriye de muhtaçtır. Basının bu bilgi verici ve eleştirici etkinliği modern toplumlarda önemli bir görev olarak kabul edilmiş ve benimsenmiştir. Birçok ülkede pek de uzun olmayan bir zamandan beri basın bu bilgi verici, eleştirici ve fikirlerin biçimlendirilmesinde yardımcı olan faaliyeti bir kamu görevi olarak kabul edilmiştir. Çünkü gazeteler haberlerini serbestçe elde edip, yayabilme hakkını, fikirlerini hür bir şekilde belirtebilme imkanını toplum ve kamu adına isterler. Basının kendine tanınan imkân ve imtiyazları toplum yararına kullanması gerekir. Hür ve demokratik rejimlerde, basının bilgi verici, aydınlatıcı, yönlendirici faaliyeti, toplumsal yaşamın denetleyici gücü olarak kabul edilmiştir.

Bu denetleyici göreve sahip kimseleri kim kontrol edecek veya siyasal iktidar müdahalesi olmaksızın basına verilmiş olan kamu görevinin sorumluluğu, bu bilince sahip kişiler tarafından yerine getirilmesi nasıl sağlanabilir.

Gerçekten, kitle iletişim araçları alanında 20.yy'da meydana gelen hızlı gelişmeler, artık bu araçların teknik güçlüğüne değil de, bu araçların kullanım güçlüğüne yaratmaktadır. Bugün haberleşme artık sosyal bir işlev haline dönüşmüş, Bu görev herhangi bir görevden çok daha fazla sorumluluklar ve tehlikeler taşır duruma gelmiştir.

Günümüzde gerek milletlerarası ve gerekse iç hukuklarda tanınan garantiler, haberleşme özgürlüğünün sağlanmasına yetmemektedir.

Modern çağın sağladığı teknolojik gelişmeler sonucu yığın haberleşme araçlarının toplumlar üzerinde yaptığı etkiler büyük olmakta ve bu yüzden basının kuvveti gün geçtikçe artmaktadır. Kitleler üzerindeki etkisiyle devleşen kuvvetine orantılı olarak basının bir tehlike kaynağı haline geldiği de inkâr edilemez bir gerçektir.

Kendi kendini kontrol, basın özgürlüğünün korunmasına ilişkin tedbirlerin en etkili olanıdır. Bu tedbir, basının kendi kendini kontrolünü sağlayacak ve basın özgürlüğünün suistimalinden doğabilecek, kötü sonuçların böylece meydana gelmesini önleyecek bir düzenin ortaya çıkması ve bu yolla bir basın ahlakının oluşturulması, basın mesleğinin ahlaki kuralları içinde kendi gelişimini, daha sıhhatli şartlar içinde yapması ve bu gelişimde meslek mensuplarının belli bir

dayanışma içinde bizzat kendi kendilerine yardımcı olmaları sağlanacaktır.

Kendi kendini kontrol etme gereğinin diğer bir tarafını, siyasal iktidar, siyasi partiler, baskı grupları, özel kişiler ve kamuoyu oluşturmaktadır. Hemen hemen bütün ülkelerde siyasal iktidar, siyasi partiler, baskı grupları ve hatta özel kişiler, kitle iletişim araçları üzerinde etki yapmak istemektedirler. Bu etkilerin sıkı bir fiili sansür halini alması ve düşünce özgürlüğünün gerçekleşmesini sağlayan haberleşme özgürlüğünün tehlikeye düşmesi mümkündür.

Yukarıdaki bilgilerin ışığında, basın özgürlüğünün kötüye kullanılmasını önlemek, devletin basın alanına müdahalesini gereksiz kılmak, özgür, sorumlu ve saygın bir basın yaratmak amacı basının kendi kendini kontrolü sistemini doğurmuştur.

Bu yolla sağlanacak bir iç denetim hukuki açıdan da basın alanına bir uygunluk gösterecektir. Özgürlük ve müdahale kavramları birbiriyle bağdaşmasalar bile, toplumsal yaşamda düzenlenmemiş bir özgürlüğünde düşünülmeceğini kabul edersek, aslında bu düzenlemenin özgürlük yararına olduğunu söyleyebiliriz. Bu davranış düzenlemesini kişinin hak ve özgürlüklerine dayanan demokratik ülkelerde normal denetim yolu, müeyyideye bağlanmış kazaî denetimdir. Ancak basın özgürlüğü kamusal bir görevi yerine getirdiğinden, farklı bir denetimi gerektirmektedir. Bu da haberleşme görevinin korunmasını amaçlayan bir iç idari denetimdir. Basının kendi kendini kontrol sisteminin uygulaması 1960'ların başına kadar İsveç (1916) İngiltere (1953), Almanya (1956), gibi ülkelerde görülmüş, 1960'dan sonra Türkiye (1960), Avusturya (1961), Güney Afrika (1962), İsrail (1963), Güney Kore (1964), Hindistan'da (1965) bu sistemleri kurmuşlardır.

Basın Ahlakı Yönünden Kendi Kendini Kontrol

Basın Ahlakı

Gazetecilerin kendilerinden beklenen mesleki ahlak kurallarına uygun hareketlerini sağlamak için, hukuki mevzuat yeterli olmamakta, bu eksiği manevi yaptırımlarla yerine getirmek ve pekiştirmek şart olmaktadır. Çünkü basını hukuki yönden fazla kayıtlamak, hem fikir özgürlüğünün hem de basın özgürlüğünün temel espirisine ters düşer. İşte bu nedenle basında bir meslek ahlakının oluşturulması ve geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Gazetecilerin görevlerini yerine getirirken, nasıl davranmaları gerektiğini gösteren basın ahlakı

kını, diğer bir ifadeyle, söz konusu kişilerin haklarını ve sorumluluklarını belirleyen kurallar olarak tanımlayabiliriz.

Türkiye'de Özdenetim Uygulamaları

Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de bu konu yıllardır basın gündemindedir. Türkiye'de özdenetim konusu 1930'lu yıllardan beri tartışılmaktadır. Bu tartışmaları gözden geçirdiğimizde önemli bir durum saptanır, Gazetecilerin ve tüm basın çalışanlarının ortak özlemi, basın üzerindeki yasal engellerin kaldırılıp gerçek anlamda bir basın özgürlüğünün kurulmasıdır. Ancak basının içindeki bulunduğu sorunların çözülmesi ya da en aza indirilmesi amacıyla bir özdenetim mekanizması kurulması konusunda farklı görüşler vardır. Bugüne kadar olan gelişmelere bakıldığında gazetecilerin giderek mesleki sorunlarını kendi içlerinde çözmeyi amaçladıkları görülür.

Türk basını özdenetim sistemindeki ilk ciddi denemesini 1960 yılında yapmıştır. 27 Mayıs ihtilalinden sonra basınla ilgili bütün yasaların uygulamadan kaldırılması basında bir özgürlük ortamı yaratmıştır. Bu özgürlüğü korumak ve gelebilecek olası sınırlamaları önlemek için Basın Şeref Divanı ve Basın Ahlak Yasası'nı hazırladı.

Ağustos 1960'da çalışmalarına başlayan Basın Şeref Divanı çok kısa bir sürede etkisini kaybetti. 1967 yılına gelindiğinde Divan, işlerliğini tamamen yitirmiştir.

Basın Şeref Divanı

24 Temmuz günü sansürün kalkmasının 50. ve ilk Türk gazetesinin 100. yıldönümü nedeni ile düzenlenen törende Basın Ahlak Yasasına uymayı kabul eden gazete, dergi ve ajans yöneticileri ile mesleki kurumların başkanları taahhütnameyi imzaladılar.

Taahhütname

Hürriyete liyakatin başta gelen şartının, hürriyet içinde kendi kendini kontrol edebilmek olduğuna inanan Türk Basın kuruluşları, demokrasinin temel unsurlarından olan Basın hürriyetinin topluma ve demokratik düzene en yararlı bir yolda işlemlerini sağlamak için tertip ettikleri "Ahlak Yasasına" ve bu yasa yürütmekle görevli Basın Şeref Divanının kararlarına uymayı kabul ve taahhüt ederler. Türkiye'de 132 kuruluş yasaya ve Basın Şeref Divanının alacağı kararlara uymayı kabul etmişlerdir. Kendi kendini kontrol sistemi ilk kurulduğu andan itibaren bütün Türk Basını kapsayan bir nitelik kazanmıştır. Basın Ahlak Yasası ve Dayandığı Temel İlkeler;

Ağustos 1960'da Basın Şeref Divanı üyelerinin belli olmasıyla yürürlüğe giren sistemin özellikleri şu noktalarda toplanıyordu. 10 maddelik Ahlak Yasası, bir yandan yasaklayıcı hükümler getirirken, diğer yandan da basın mensuplarına uymaları gereken bir takım görevler yükliyordu.

Yasaklanan Hususlar;

- Gazetecilik mesleğini, ahlaka aykırı özel amaç ve yararlar alet etmek ve kamu yararına zarar verici bir şekilde kullanmak,
- Müstehcen yayında bulunmak,
- Galiz kelimeler kullanmak,
- Şeref ve haysiyetlere karşı haksız yayın yapmak,
- Kamu yararını ilgilendirmeyen hallerde, kişilerin özel hayatlarını küçük düşürücü şekilde teşhir etmek,
- İftira ve isnatta bulunmak,
- Dini istismar etmek,
- Gerçeklerden maksatlı olarak ayrılmak,
- Kişisel kanaat ve görüşlere haberlerin metinlerinde yer vermek,
- Kamu yararı mutlak lüzum göstermedikçe mahrem kaydıyla verilen bilgileri yayınlamak,
- Haber başlıklarında, haberin ihtiva ettiği hususları tahrif etmek.

Gazetecilere yüklediği görevler ise,

- Doğruluğu şüphe uyandırabilen ve tahkiki gazetecilik imkânları içinde bulunan haberleri yayınlamadan önce tahkik etmek,
- Haber kaynaklarının mahremiyetini korumak ve kendisine verilen sırlara saygı göstermek,
- Ambargolara uymak,
- İlan niteliğindeki yayınların, ilan olduklarını tereddüte yer bırakmayacak şekilde belirtmek,
- Yanlış verilen bilgilerden dolayı yollanan haklı cevap veya tekzipleri en kısa zamanda ve yanlış verilmiş bilginin tesirini giderecek şekilde yayınlamak,

Basın Ahlak Yasasına uymayı taahhüt eden gazeteciler, Basın Şeref Divanınca alınan kararları ve çıkarılan bildirimleri yayınlamak zorunda idiler. Ayrıca taahhütnameyi imzalamış mevkuteler, her sayılarının kolayca görülebilecek bir yerinde Basın Ahlak Yasasına uymayı taahhüt ettiklerini belirteceklerdir,

Basın Şeref Divanının aldığı kararları ve bildirimleri kamuoyuna duyurması öngörülmüş, bu bildirimlerin yasaya uymayı taahhüt eden bütün yayın organlarında yayınlanması zarureti konmuştur. Bu nedenle, Türk Basınında kendi kendini kontrol sistemi kurulurken düşünülen müeyyide bu mecburiyetten doğan "teşhir"den ibaretti. Ahlaki nitelik taşıyan kuralların maddi ve cezai müeyyidelere dayanması uygun görülmemiştir. Teşhirin kamuoyunda yasayı ihlal eden gazetecilerin itibarını sarsacağına göre yeterli etkide bir yaptırım olacağı ümit edilmiştir.

Türk Basını, eski saygınlığını kazanmak, kendine düşen asal görevlerini yerine getirmek, siyasal iktidarın basına karşı olumsuz tutum ve davranışlarını yok etmek ve hepsinden önemlisi basın özgürlüğünü korumak ve geliştirmek için Kendi Kendini Kontrol Sistemini kurup etkinliğinin sağlanması gereksinimini şiddetle duymaktadır. Anılan bu gereksinimi giderme çalışmaları 1986 yılında başlayacak, 1988 yılında "Basın Konseyi" şeklinde ürününü verecektir.

Basın Konseyi

Türk Basını gönüllü bir kendi kendini kontrol kuruluşunun öneme inanarak Basın Konseyini kurmuştur. Basın Konseyi üç organdan oluşmaktadır. Basın Konseyi Üyeler Kurulu, Basın Konseyi Temsilciler Kurulu, Basın Konseyi Yüksek Kuruludur.

Basın Konseyi Sözleşmesi

Özgürlükçü bir demokratik sistemin temel taşı olan, halkın gerçekleri öğrenme hakkını savunmak; özgür ve sorumlu bir basını yaşamamızın bir parçası haline getirmek; basının ve basın mensuplarının, meslek uygulamalarını, özgür ve saygın bir basından beklenebilecek düzeyde sürdürmelerine yardımcı olmak üzere, bu amaçları Basın Meslek İlkeleri şeklinde düzenleyip benimseyen gazetecilerin imzaladıkları bu sözleşmeyle bir Basın Konseyi kurulmuştur.

Basın Konseyi 16 maddelik Basın Meslek İlkeleri'ni meydana getirmiştir. Bunlar aşağıda sıralanmıştır.

Basın Meslek İlkeleri

- Yayınlarda hiçkimse, ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz ve aşağılanamaz.
- Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.
- Bir kamu müessesesi olan gazetecilik mesleği ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.
- Kişileri ve kuruluşları eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez,
- Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.
- Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanamaz.
- Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.
- Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.
- Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse suçlu ilan edilemez.
- Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.
- Gazeteci kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel siyasal, ekonomik ve benzeri nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.
- Gazeteci, mesleğin saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumla haber araştırmaktan sakınır.
- Şiddet ve zorbalığı özendirici yayın yapmaktan kaçınılır.

- İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri tereddüte yer bırakmayacak şekilde belirtilir.
- Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.
- Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.

Basın organları farklı modeller uygulayabilecekleri gibi gazeteciler ve gazete sahipleri de ayrı ayrı yapılar oluşturabilirler. Ancak basını sınırlayan yasalar her tür yapılanma da gözardı edilmemelidir ve konseylerin ikinci bir sansür aracı olmalarına izin verilmemelidir.

Ortak amaç, basının okuyucu ile arasında sağlıklı bir diyalog kurması, saygınlığını arttırması ve kamuoyunu aydınlatma görevini en iyi biçimde yerine getirmesi ise, basın organlarının tek bir özdenetim modeli üzerinde anlaşmamaları ya da her birinin farklı bir yöntem izlemesi sorun değildir. Çünkü böyle bir amaçla yola çıkan basın farklı yollar izlese de mesleki sorumluluk açısından ortak bir noktada buluşacaktır.

SEMİNERLER VE SÜRELİ YAYINLAR

- Basının Kendi-Kendini Kontrolü Semineri, İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Türkiye Basın Enstitüsü, Ekonomik ve Sosyal Etüdler Konferans Heyeti, İstanbul, 1968.
- Basın Özgürlüğü ve Basın Konseyi, Parlamento Muhabirleri Derneği Yayınları 2, Ankara, 1986.
- Basın ve Basının Karşılaştığı Hukuki Sorunlar, Hürriyet Vakfı, 1983.
- Çağdaş Basın, ÇGD Yayın Organı Ankara, Temmuz 1987/Ocak 1988.
- İletişim Dünyası, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu İletişim Komitesi Yayını Temmuz-Ağustos 1987/Eylül-Ekim 1986.
- Özgür Bir Toplumda Basının Görevi, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları 9, İstanbul 1986.
- Türk Basınının Sorunları Sempozyumu, Ankara, 26-27 Mayıs 1986 Ankara Üniversitesi B.Y.Y.O. Yayını.

KAYNAKÇA

- Alemdar, Zeynep : Oyunun Kuralı-Basında Özdenetim. Ankara, 1988.
- Dönmezer, Sulhi : Basında Oto-Kontrol. İ.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi, 1969, Cilt 34, s. 1-4.
- Etkili, Gül : Türk Basınında Sansür-Oto-Sansür. İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1978.
- Oğraş, Nurten : Basının Kendi Kendine Kontrolü. İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1989.
- Savaş, Nuran : Kitle İletişim Araçlarında Oto-Kontrol. İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, 1989.
- Tikveş, Özkan : Basının Kendi-Kendini Kontrol Sisteminin Hukuki Yönü. İ.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi, 1969, Cilt 34, s. 1-4, s. 192.