

Medyatik Görüntü ve Göstergebilimsel Okuma

M. Mücahit Küçükyılmaz

Giriş

Modern yaşam pratikleri içinde kaçınılmaz bir biçimde baş köşeye kurulan iletişim araçları, teknolojik ilerlemenin de destek vermesiyle, bugün, sadece eğlendirme, bilgi aktarma ya da ulus kimliği oluşturmada yoğun olarak kullanılan propaganda araçları değil; aynı zamanda birer üretim aracıdır. Medya, kendi ontolojik doğasını tartışmalı kılacak biçimde, artık haberleri kendisinden aldığımız aygıt olmanın ötesine geçerek, haberin ve gerçekliğin “üretim” yeri fonksiyonunu da üstlenmiştir. Örneğin, gerçekliğe yüklenen değer, onun ne kadar “görünür” olduğu ile anlam kazanmaktadır. Bir başka deyişle, “Görünmüyorsanız, yoksunuz” dur ve yaşam denilen şey kamusal alanda görünebildiğiniz (= varolduğunuz) ölçüde tatmin edici olmaktadır. Burada, Tanrıya ya da metafizik unsurlara inananların kadim ve kendilerince en yalın ve sağlam olarak gördükleri; “Görmediğim şeye inanmam” veya “Varsa niye görünmüyor?” şeklindeki argümanlarıyla modern iletişim teknolojisinin imaj fetişizmi arasındaki uyum dikkat çekicidir. Artık, herhangi bir aygıt yapmaksızın, iletişim sektöründe görev alan her türlü görüşten kişi için değişmez bir ölçü olarak kabul edilmektedir ki; görüntüsü olmayan hiçbir olay haber formatında sunulamaz ve medyada kendine yer bulamaz. Yayınlansa dahi, yazılı ve görsel medya için o, ancak bir dolgu malzemesi niteliğindedir; vatandaşın veya tüketicinin ilgisini fazla çekmeyeceği baştan kabul edilmiştir. Medya açısından zarf mazrufun, biçim içeriğin, dolayısıyla görüntü gerçekliğin önüne geçmiş durumdadır. Böyle olunca, medyayı anlamak için onun kullandığı dilin ve sembollerin iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu bakımdan klasik dilbilim çalışmalarından öte *göstergelerin* dilini ayrıca çözümle-

mek gerekmektedir. Klasik dilbilim için dil, kültür, toplumsal yaşam, tarihî arka plan ve bunların etkisiyle oluşmuş dilbilgisi kurallarından ibaretken; Roland Barthes’ın tanımıyla, “bir biçimler bilimi olan *göstergebilim (semiology)*”¹ anlamları içeriklerinden ayrı olarak inceler. İsviçreli Dilbilimci Ferdinand de Saussure de, evrenin göstergelerden ibaret olduğunu söyleyerek, anlamın, göstergelerin çözümlenmesiyle ortaya çıkacağını öne sürmektedir.

Oluşumu itibarıyla uzun, zahmetli ve çok katımlı bir süreç gerektiren kültürün, yüksek nitelikli sanat eserleri, folklorik yapılar veya ağırlıklı olarak insan unsurunca karakterize olan ürünler yerine ticarî bir ürün derekesine düşürülerek tüketime uygun hale sokulmasında medyatikleştirmenin ve görüntü kaygısının etkisi inkar edilemez. Hatta bir etkiden öte, Frankfurt Okulunun eleştirel kuramcılarınca dile getirildiği gibi, kitle iletişim araçlarının bizzat bir kültür üretim ve pazarlama işlevine soyundu(ruldu)ğu günümüzde, medyatik (araçsal) görüntü gerçekliğe meydan okumaktadır.

O halde, kendi iç işleyişinde uyguladığı kuralları ve kendine özgü araçsal jargonu, dışarıda kalan alanlara da dayatan ve böylelikle kamusal alanda yasama, yürütme ve yargı erklerinden sonra Dördüncü Kuvvet niteliği kazanan medyanın dilini nasıl anlayabiliriz ya da onu anlamak için bize gereken nedir? Kültürlerin birbirini, “ben”in “öteki”ni algılayışında simgelerin önem kazandığı post-modern dönemde *göstergebilim*, bir kavrama yöntemi olarak kompleks anlam yapılarını çözümlenmede yararlı bir başvuru aracı olabilir mi? Özellikle, medya-finans-iktidar arasındaki varoluşsal ilişki göz önünde bulundurulduğunda, medyanın yazılı ve görsel dilinin sıradan ve “popü-

1 Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yay., Ankara 1998, s. 142.

ler” bir bakış açısından çok; sorgulayıcı, eleştirel ve bilinçli bir gözle yorumlanmaya muhtaç olduğu açıktır. Acaba bugün ulaştığı noktada göstergebilim, gösteren+gösterilen=gösterge ve anlam/biçim/ gönderge gibi temel kavramlarıyla tutarlı ve pek çok genel durumda geçerli bir analiz yönteminin taşıdığı niteliklere sahip midir? Hele ki, 20. yüzyılın totaliter ve otoriter rejimlerinin elinde ürkütücü bir propaganda aracına dönüşen; bugün de sofist gelenekten tevarüs edilen retorik tecrübesini gölgede bırakarak etkili bir manipülasyon, dezenformasyon, mizenformasyon, sürenformasyon ve baştan çıkarma (séduction) aracı haline gelen medya ve onun imaj ağırlıklı dünyası, yukarıdaki kavramlar ışığında daha farklı ve bilinçli bir perspektiften okunabilir mi? Kısacası *göstergebilim*, klasik dilbilimden farklı olarak, görüntü-gerçeklik ayrımının kavranmasına ve medyatik (araçlarla sunulan) görüntünün çözümlenmesine ilişkin bize ne söyleyebilmektedir ve ya yeni değerlendirme imkanları sunabilmekte midir?

Çalışma boyunca üç temelden oluşan diyalektik bir araştırma yöntemi söz konusudur. Konunun genel çizgilerini ortaya koyan Giriş kısmından sonraki birinci aşamada medya-görüntü ilişkisi ve bu ilişkinin nesnel gerçeklik algısına yansıma biçimi üzerinde durulacaktır.

İkinci aşama ise, göstergebilimin ortaya çıkışını, ona zemin hazırlayan koşulları ve bu bağlamda sürrealist ressam René Magritte’in çok konuşulan “Bu bir pipo değildir” (1927) adlı tablosunun yorumlanmasını içermektedir.

Kuramsal çerçevenin çizildiği ilk iki kısımdan sonra, tümevarım yöntemiyle ulaşılan sonuçlar üçüncü aşamada ele alınmakta ve konuya ilişkin çeşitli örnekler incelenmektedir. Ayrıca, başlı başına bir göstergeler evreni olan kitle iletişim araçlarının simgeleri kullanımına ve kültürler arası ilişkilerde semgesel etkenlerin önemine değinilmektedir. Son olarak, elde edilen yeni sonuçların problematikte ortaya konulan sorular çerçevesinde değerlendirmesi yapılmaktadır.

I. Medyatik Görüntü

Latince *ortada bulunan, aradaki, araç* demek olan *medium* sözcüğünden gelen ve günümüzde yaygın olarak kitle iletişim

araçları için veya genel anlamda basın için kullanılan *medya* sözcüğü, iletişimin araçsal niteliğini belirtmektedir. Medyatik sıfatının kullanıldığı her türlü iletişim durumunda akla ilk gelmesi gereken; temel iletişim sürecinde verici (*émetteur*) ve alıcı (*récepteur*) arasında, bir diğer kavramsallaştırma ile, kaynak (*source*) ve hedef (*cible*) arasında bir ileti (*message*) aracının varlığının söz konusu olduğudur. İletinin maddi varlığı, iletişimin olduğu koşullara bağlı olarak, ses, alfabe veya her türlü biçimiyle bir görüntü (*image*) olabilir. Her ikisinin de görsel niteliğinin baskın olması ve zihinsel algılama aşamasında benzerlikler taşımaları bakımından, alfabe harflerinin anlamlı bir bütün oluşturmasıyla ortaya çıkan yazılı iletimin de aslında bir görüntü olduğu söylenebilir. Yazı ve görüntü arasındaki bu işlevsel yakınlığa karşın, yazıyı, ontolojik kökenini borçlu olduğu söz ile birlikte ele almak daha faydalı olacaktır. Çünkü, özellikle dönemselsel bir incelemeye tâbi tutulduğunda, yazının, sözün doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan bir iletişim aracı olduğu ve benzer bir şekilde oluşan resimle (görüntü) sık sık çatıştığı görülür. Ancak burada öncelikle inceleme konusu olan, kitle iletişim araçlarının sunduğu medyatik görüntü; bir diğer deyişle, gerçekliğin araçlar yoluyla yeniden sunumudur.

a. Temel İletişim Sürecinde Görüntü

Temel iletişim sürecini basit veya karmaşık bir süreç olarak tanımlayan pek çok teori vardır. Bütün teorilerin, değişik adlandırmalarla da olsa, vazgeçemediği üç öge bu süreçte zorunlu olarak bulunmaktadır: Kaynak-mesaj-hedef.² Her halükârda, iletişimin gerçekleşebilmesi için, bir iletinin göndericisi, iletinin kendisi ve onun algılayıcısı olmalıdır. İletişimin başarısı, kaynaktaki verici ile hedefteki alıcı arasında bir anlam ortaklığının kurulup kurulmamasına bağlıdır. Verici (v), hedeflediği alıcıya (a) iletiyi ulaştırmak için öncelikle onu kodlamakta ve bir kanal yardımıyla alıcıya yollamaktadır. Bundan sonra alıcı, kendisine gelen kodlanmış iletiyi doğru algılayabilmek için bir çözümlenme, kod açma faaliyetine girişmektedir. Kod açımının ardından, iletinin anlamına uygun olarak, alıcı kendi iletisini kodlamakta ve yine bir kanal aracılığıyla vericiye

göndermektedir. Az önce verici konumunda olan v, o an için alıcıya; alıcı konumunda olan a ise vericiye dönüşmekte ve bu rol değişiminin sonucunda iletişim gerçekleşmektedir. Süreç tek taraflı işlese ve alıcı iletişime bağlı olarak cevabını kodlayıp geri yollamasa idi, bunu iletişim değil; ancak iletim olarak adlandırmak mümkün olabilirdi.

İnsanların, toplu yaşayan ve birbiriyle karşılıklı etkileşim halinde bulunan varlıklar olarak iletişim kurmakta “ilkel” dönemlerden beri kullanageldikleri en yalın araçlar sözyazı ve görüntüdür. En az iki kişinin düşüncelerini, duygularını paylaşması veya birinin diğerine emir-komuta zincirine bağlı olarak bildirimde bulunması ve onun da bunu ret ya da kabul etmesi *konuşma* olarak adlandırılır. Konuşma, bir söz söyleme eylemidir ve tek kişinin kendi kendine söz söylemesi olan *söylenmeden* farklıdır. “Konuşma sırasında konuşma âlet ve vasıtalarının hareket tarzları, seçilen sesler –ki biz bunlara ilim dilinde *fonem* diyoruz- ve kelime şekilleri ile onların sıralanmaları, bir düzene sokulmaları hep önceden konuşulanlara bağlıdır; belleğimizde sakladığımız örneklerle göre vücut bulur.”³ Söz, zihinden bağımsız değildir ve bir diğer kadim kavrama aracı olarak yazı, sözün daha ayrıntılandırılmış, somutlaştırılmış, fonemler dışında başka maddî biçimler kullanılarak görselleştirilmiş ve zamana karşı direnç kazanmış bir türüvidir. Bu bakımdan yazı, sözün doğal bir uzantısıdır ve birbirini olumlu anlamda tamamlayan bu iki iletişim aracı arasında tarihin herhangi bir döneminde karşıtlığa veya çatışmaya rastlanmaz.

Görüntüye gelince, o böyle değildir. Gerek “kadim” dönemlerde bir duygu veya düşüncüyü ifade etmekte kullanılan resimde; gerekse ikonografi, minyatür; ya da perspektifle anılan Rönesans ürünü modern resimde anlam, yazıya ve hele hele söze nazaran oldukça karmaşık ve dolaylı olarak vardır. İleti kaygısı taşıyıp taşımadığı kesin olmadığı için bir sanat kolu olan resmi dışta tutsak bile, bir iletişim ve kavrama aracı olarak görüntü, iletişim sürecinin kod açımı aşamasında sağlıklı enformasyon sunmak konusunda yetersiz kalmaktadır. Çünkü gö-

rüntü, hareketli (televizyon) veya durağan (fotoğraf) olsun, tek başına bir gerçekliği bütünüyle aktaramaz. Bununla beraber, onun konu edindiği gerçekliği sınırlı bir çerçeveye içerisinde, çok canlı bir şekilde taklit etme yeteneği vardır ve bu özelliği nedeniyle hem daha ikna edici, hem de, paradoksal bir biçimde, aldatıcı olabilmektedir. Bundan dolayı, kutsal metinler görüntülü değildir; sözün (vahyin) yazılı formudur. Allah insanlarla peygamberleri aracılığıyla konuşur (*Kelimetullah*);⁴ fakat insanlara görünmez. Hatta Söz, Kur’an’ın bir diğer adıdır;⁵ yazı ve kalem de üzerine yemin edilen kavramlardandır.⁶ Tek tanrılı dinlerde söz ve yazı övülürken resim ya da heykel daha çok paganizme ait unsurlar olarak değerlendirilir ve hoş görülmez. Hıristiyanlıkta yoğun bir biçimde kullanılan ikonlar, Azize Meryem, Oğul İsa ve Melek Cebrail figürleri ise dinin aslından değil; sonraki izleyicilerin pagan Roma kültürüyle fazlasıyla iç içe geçmiş olmalarından ortaya çıkmıştır.

Görüntü-yazı karşıtlığı konusunda en önemli nokta, sözün ve yazının gerçekliği tarif etmeye çalışmasına karşın, görüntünün çoğu zaman gerçekliğin kendisi olduğu izlenimini doğurmasıdır. Bir başka deyişle, söz ve yazı alçakgönüllü bir açıklama işlevi görürken; görüntü, temsil ettiği gerçekliğin yerini alma iddiasını taşımakta ya da iletişime katılan bireyler tarafından öyle algılanmaktadır. Picasso’nun ünlü, “O balık değil; resim!” sözünü, sergiyi gezen bir bayanın, altında “Balık” yazan bir tablo için, “Bunun neresi balık?” sorusu üzerine söylemesi bu açıdan ilginçtir. Ressam, gerçeklikle onun görüntülü yorumu arasındaki farkı bilmektedir; fakat sergiye katılan sanatsever, zihnindeki gerçeklik algısının kendisine oynadığı oyunu fark edememektedir. Söz ve yazı gerçekliğin anlaşılmasında birer araç işlevi yüklenirken; resim ve özellikle heykel, bir iletişim aracı olmanın ötesine geçerek, ilkel zihinde ontolojik bir yanılsamaya neden olabilmektedir. Örneğin, çocuklarda görüntü ve gerçeklik ayrımı yeterince gelişmediği için bir çocuk, kendisine gösterilen fotoğraf-taki şekli annesi olarak düşünebilmekte ve annesinin gerçekliğine verdiği tepkiyi fotoğraftaki nesneye de göstermektedir. Puta ta-

3 Necip Üçok, *Genel Dilbilim=Lengüistik*, Ankara 1946, s. 4.

4 *Kur’an-ı Kerim*, 9/40.

5 *Kur’an-ı Kerim*, 18/6, 9/40, 56/81, 4/78, 17/41, 6/115, 10/37, 12/111, 69/44-46, 41/44, 42/7, 6/115.

6 *Kur’an-ı Kerim*, 68/1, 96/4.

pıcılığın da arkaik toplumlara özgü bir durum oluşu, görüntü ve gerçeklik algısının yeterince ayrışmamasıyla bağlantılıdır. Modern dönemdeyse daha rasyonel temellere oturtulmuş; ancak özünde zihnin ilkel ve çocuksu algılarına dayanan bir görüntü fetişizmi hüküm sürmektedir. Öyle ki, görüntüsü olmayanın gerçekliği bile tartışılmakta; hatta kitle iletişim araçlarıyla sunulan görüntüler, söz ve yazı ile desteklenerek, izleyiciye, gerçeğin ta kendisiyle karşı karşıya olduğu söylenmektedir. İmaj düşüncesi konusunda uzmanlaşmış felsefeci Marie-José Mondzain, izleyicinin medya aracılığıyla iletilen gerçeğin görüntüsü karşısındaki durumunu “balkon etkisi” teorisiyle açıklayarak şöyle diyor: “Medya gösterdiği şeylerin -bir su baskınının, Cezayir’deki bir katliamın, bir grevin- bize gösterildiği gibi olduklarına bizi inandırır. İşin arkasında aygıtların, kurgunun, bir yağın zorunluluğun ve kişisel tercihlerin olduğu gizlenerek, her şey izleyicinin bir gerçekliğe katılımı biçiminde gerçekleştirilir. Oysa, olay yerinde olan şey, asla gördüğümüzle aynı değildir. İşte, dünyanın kendi penceresinden görüldüğü gibi olduğuna inanmamızı salık veren ve “balkon etkisi” olarak adlandırdığım şey tam da budur.”⁷

b. Fotografik Görüntü ve Nesnel Gerçeklik Algısı

Aslında bir şeyin varlığına tek delil, o şeyin bizzat kendi varlığıdır. Bu varlık da var olduğunu en yalın biçimde ispatlamak için kendisi dışındaki varlıklara görünür. Ancak medyatik (araçsal) görüntüde söz konusu olan; varlığın gerçekliğini kendi iradesiyle ortaya koyması değil, bir varlığın gerçekliğinin kendisi dışındaki araçlar tarafından elde edilmiş görüntüsünün yeniden sunumudur. Resim, fotoğraf ya da kamerayla çekilen görüntüde bir takım mekanik ve elektronik süreçler etkili olduğu gibi, zamansal ve mekansal bağlamından koparılmış bir gerçeklik kesiti nesnel gerçeklikten çıkarak araçsal görüntüye dönüşmektedir. Fotoğraf, en basit anlamda, karanlık bir kutu (fotoğraf makinesi) yardımıyla, ışığa duyarlı malzemenin (film) üzerine görüntülerin kaydedildiği bir süreci kapsar.⁸ Fotoğrafçılıkta yapılan şey; bilinci dışlayarak sözkonusu ortamı ruhsuz

bir biçimde aktarmak veya gerçekliği dönüştürerek taklit etmektir. Romantik estetik anlayışı, oluşum sürecinde bilimselliğin ve gerçek nesnelere etkisi görüldüğü gerekçeyle, fotoğrafı ve sinemayı bir sanat olarak kabul etmese de, natüralistler fotoğrafı gerçekliğe yakınlığı nedeniyle güvenilir bulurlar. Ancak dönemin sınırlı imkanları (siyah-beyaz maddenin ton dağılımı ve pozlama toleransının düşüklüğü) ile çekilen fotoğraflarda, örneğin; manzara çekimlerinde bulutların gri (siyah-beyaz arası) olmaları yüzünden görüntülenememeleri, bu güveni biraz sarstı. Günümüzde fotoğraf-gerçeklik ilişkisi konusunda yaygın olarak benimsenen yargıyı, ressam Delacroix dile getirir: “Fotoğraf bize doğanın sırlarını aktaran bir çevirmendir. Ancak çeviri sırasında birçok yetersizlikleri vardır.”⁹

Gerçekliğin bir anını zaman ve mekan boyutundan kopararak ışık-gölge oyunuyla hapsedmeyi deneyen her fotoğrafçı –aynı konu üzerinde ve aynı zaman-mekan boyutunda çalışıyor olsa bile- farklı eserler ortaya koymuş olacaktır. Diyelim ki; “Boğazın Ruhı” konulu bir sergi için Beylerbeyi sahlini fotoğraflıyoruz. Fotoğrafçı tek kişiye, aynı mekanı aynı açıdan görüntüleyebilir. Elimizde tuttuğumuz fotoğraf ise, o mekânın belli bir zaman dilimindeki gerçekliğinin görüntüsüdür. Zaman ve mekânın gerçekliği devam etmektedir; fakat fotoğraf baskısının yapıldığı kağıdın üzerinde değil, ondan bağımsız bir süreklilik ve oluş halinde. Ayrıca, fotoğraflamanın aynı zaman içerisinde birkaç kez yapılması imkansızdır. Çünkü zaman süreklilik taşır ve hiçbir an diğeriyle aynı olamayacağı için zamansal gerçeklik her an değişmektedir. Bu değişimin fotoğraf üzerinde gözle algılanamıyor oluşu önemli değildir; fotoğrafları aynı kişinin çektiğini bilmemiz durumunda, zihinsel algılarımız zamansal farklılığı sezecektir. Bir diğer şekilde, gerçekliğin yakalanmasında zaman sorununu aşmak için aynı mekânı pek çok fotoğrafçının görüntülediğini varsayalım. Bu kez de, bütün deklanşörlere aynı anda basılmış olsa bile, ortaya çıkan görüntü hiçbir zaman aynı mekânın görüntüsü olmayacaktır. Çünkü her biri mekansal gerçekliğin kendi konumlandığı açıdan görüntüsünü elde edecek ve dolayısıyla gö-

7 Marie-José Mondzain, *Le Monde* gazetesi, 8 Eylül 1998.

8 İhsan Derman, *Fotoğraf ve Gerçeklik*, Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları, Eskişehir 1989, s. 3.

9 Aaron Scharf, *Art and Photography*, Penguin, London 1968, s. 120.

rüntüler birbirinden farklı olacaktır. Tıpkı, 64 kareden oluşan sınırlı bir alanda oynanan satrançta sayısız kombinasyonun mümkün oluşu gibi, fotoğrafı da neredeyse sınırsız farklılıkta görüntü elde edilebilir. Zaman ve mekan özelliklerinden kaynaklanan değişimlere (dönüşüm) fotoğrafçının bireysel öznelliğinden kaynaklanan yorum çeşitliliklerini de eklersek, ortaya çıkan şeyin gerçeklikle sadece bir bağlantısı olduğu söylenebilir. Susan Sontag bu bağlantı için “gerçekliğin minyatürü” tanımlamasını kullanarak onu şöyle açıklar: “Her şeyden önce fotoğraf, resim gibi yalnızca bir görüntü değildir. O, gerçekliğin bir yorumu, izidir. Bu iz, kardaki ayak izleri gibi doğrudan doğruya bir sürecin sonucudur. Resim, benzerlik açısından fotoğrafik standartlara ne kadar yaklaşırsa yaklaşsın, öznel bir yorumun görünümünü olmaktan öteye geçemez. Fakat fotoğraf görüntüsü direkt olarak, nesnelere yansıyan ışığın bıraktığı izlerdir. Ne kadar çarpıtılmış olursa olsun, görüntüde bulunanların bir zaman gerçekten var olduklarına doğrudan bir atıftır.”¹⁰ Sontag’ın yaptığı “yorum” nitelmesi, her ne kadar öznel olmaktan çok nesnel olsa da, incelenen örnekler çoğaltıldığında, öznellik etkisinin de ayrı ayrı fotoğrafçıların aynı konudaki çalışmalarında yoğun bir şekilde müdahil olduğu görülür. Fotoğraf görüntüsü ve ona model olan nesnel gerçeklik arasındaki fiziksel neden-sonuç ilişkisi çoğu kez yanıltıcı olmuş ve diğer etkenlerin sorgulanmasını perdelmiştir.¹¹ Örneğin, bir portre resmine tepki verirken, “X’e ne kadar benziyor” ya da “Y’ye hiç benzememiş” gibi özdeşlik ilgileri kurarız. Burada aslında, “Bu, X olamaz” düşüncesi bulunmaktadır ki; o görüntü elbette X’in kendisi değildir ve dolayısıyla, “Bu, X olamaz” cümlesi mantıken analojiktir. Ancak cümle, örtük olarak, “Bu, X olabilir” düşüncesini de içereceği için problemlidir. Yani, fotoğraftaki 2 boyutlu görüntü sinema görüntüsünde 3 boyutlu hale gelerek X’in gerçekliğini pek çok yönüyle yansıtabileceği bile, “Bu, X’tir” yargısı yüzde yüz doğru olmayacaktır. Çünkü X’in gerçekliğini bütün yönleriyle yine sadece X’in kendisi taşıyabilir. Bazen, Z de kendi fotoğrafına bakarken, çoğu zaman karşısındaki görüntünün kendisi olduğu gibi bir zihinsel yanılığa düşer

ve özdeşlik ilişkisini sorgulamayarak benzerlik ilişkisini araştırmaya girişir. (Bir şeyin taklidi aslına benzeyebilir; ancak aslına özdeş değildir.) Bazen, mekanik-fotografik sürecin kendini ele verdiği olur ve “Bu fotoğraf, X’e hiç benzemiyor” (Bu=fotoğraf; o=X’tir.) da diyebiliriz. İşte bu tepkiyi vermemize neden olan etken, fotoğrafın çok başarılı bir “imitasyon” imkanına sahip olduğunu fark ettiğimiz zamanlara özgü zihinsel karşılaştırma bilincimizdir. Bu konuda Roland Barthes, fotoğrafa konu olan nesne ile onun görüntüsü arasında bir indirgenme (*reduction*) söz konusu olsa bile, bunun hiçbir zaman bir dönüşüm (*transformation*) olmadığını, dolayısıyla alımlama süreci içerisinde kod açımı gerektirecek bir imgesel bütünle karşı karşıya olmadığımızı söyler.¹²

Sonuç olarak, fotoğraf görüntüsü, bireysel farklılıklardan etkilense de, nesnel gerçekliğin zaman ve mekan boyutundan koparılmış belli bir kesitin ışık-gölge yardımıyla dondurulmasıdır. Fotoğraf, olsa olsa görüntüsünü taşıdığı nesnel gerçeklikten ayrı bir gerçeklik niteliği kazanmış olabilir. Yani, Barthes’ın bahsettiği indirgenme ve dönüşüm kavramlarından da öte, bir taklit (*imitation*) sözkonusudur ve bu yüzden ikisi arasında bir benzerlik ilgisi yerine özdeşlik kurmak, araçsal görüntü ve nesnel gerçeklik ilişkisini sağlıklı bir değerlendirmeye tâbi tutmaya engeldir. Geçirdiği karmaşık fiziksel ve mekanik süreç ve teknolojiyle olan yoğun ilişkisi, onun sanat olma niteliğini tartışmalı hale soktuğu gibi, görüntüyle nesnel gerçekliğin ayrı şeyler olduğunu düşünmemize de neden olur. Hitler’in portresine tükürebiliriz; fakat kendisiyle karşılaştığımızda aynı tepkiyi verebileceğimiz şüphelidir.

II. Göstergibilimsel Okuma

Bu başlık altında yapılan şey, göstergebilimin ortaya çıkışı ve temel kavramlarının pragmatik bir yaklaşımla ele alınıp özetlenmesidir. Zaten henüz tam olarak kuramsal boyutu şekillenmemiş ve hâlâ hızla gelişmekte olan bu alan hakkında tutarlı, kalıcı ve tüm özel koşullar için geçerli olabilecek görüşler ileri sürmek imkansız görünmektedir. Yakın zamanda göstergelerin dili üzerinde önemli çalışmalar yapmış ve aşama-

10 Susan Sontag, *On Photography*, Penguin, Middlesex 1978, s. 154.

11 İhsan Derman, *a.g.e.*, s. 68.

12 Roland Barthes, *Image-Music-Text*, çev. Stephen Heath, Fontana Press, Glasgow 1977, s. 17.

lar kaydetmiş Roland Barthes, Umberto Eco, Pierre Guiraud¹³ gibi araştırmacılar dahi ortak bir kavramsallaştırmadan söz etmekte zorlanmış ve dolayısıyla göstergebilimin bir bilim olup olmadığı konusunda ihtiyatlı davranmışlardır. Ancak, bireyler arası iletişimde kullanılan direkt dilin sözlü ve yazılı ifade biçimlerinden öte; imaya, çağrışıma, jest ve mimiklere dayalı ayrı ve özel anlaşma biçimlerini içeren üst dillerin varlığı çok eski dönemlerden beri bilinmektedir. Şiirde kullanılan edebî sanatlardan tevriye, istiare, mecaz, mübalağa, telmih, hüsn-i ta'lil ve tecahül-i arif, mısram görünen anlamının dışında başka anlamlara da işaret etmeleri bakımından kendi içinde tutarlı, anlaşılır ve özel birer anlam dünyası oluşturan dil yapılarıdır. Kültürel ve sanatsal gelişimin zorlamasıyla ve gramerin sınırlarının aşılmasıyla zaman içinde şekillenen bu tür iç bütünlüğe ve zâtiyete (*entité*) sahip gösterge yapılarının bir bilime konu olması gerekmektedir. Bu konudaki zorluk, birbirinden bağımsız araştırmacıların, yine birbiriyle çok az ortak yönü bulunan gösterge sistemleri üzerinde çalışarak, araştırma nesnelere elde ettikleri sonuçlarda bilimsel bir kesinliğe varamamalarıdır. Bunlara modern dönemde hızla ilerleyen ve teknolojik yenilikleri de arkasına alan iletişim araçlarının görüntüyü git-tikçe daha fazla öne çıkarmasını da eklersek, konuşma dili dışındaki iletişim yöntemlerinin baş döndürücü çeşitlenmesiyle birlikte, yaşamı çepeçevre kuşatan bir göstergeler evreninin ortasında bulunduğumuz gerçeğiyle karşılaşırız. Aracın bizatihi mesaj olduğunu söyleyen McLuhan'ın "Global Köy" tahmini tutmuştur;¹⁴ ancak onun iyimser kehanetlerinin tersine, en azından şimdilik, dünya bir global "Göstergeler Köyü"ne dönüşmüş ve insanlık ikinci bir Bâbil Kulesi keşmekeşini yaşar hale gelmiştir. Her ortaya çıkan yeni iletişim aracı, beraberinde kendi jargonunu oluşturmuş; önce mors alfabesi, ardından telefonun kendine has dili derken, *gazete dili*, *radio dili*, *sinema dili*, *televizyon dili* deyimleri hızla hayatımıza girmiştir. Üstelik bunlar, sağır-dilsiz alfabesi, askerî haberleşme işaretleri, trafik işaretleri, makine iletişimi (siberetik) gibi spesifik ve dar çerçevede kul-

lanılan bildirişim sistemlerinden farklı olarak toplumun tamamına ulaşma amacı ve iddiası taşıyan yaygın sistemlerdir. Dolayısıyla, kitle iletişim sisteminin bir yerinden ona dahil olan bireyler, araçların kendilerine ne dediklerinden çok, araçlarla kendilerine ne demek istediğini algılamak zorunda kalmaktadır. Böyle olunca, göstergelerin dilini çözümlenme amacıyla yola çıkan göstergebilim, "öteki" algısının göstergesel simgelerle gerçekleştirildiği günümüzde, bir kavrama ve yorumlama yöntemi olarak kompleks anlam yapılarını çözümlenmede yararlı olabilir. Özellikle, medyanın yazılı ve görsel dili göstergebilim için bereketli bir inceleme ortamı sunmaktadır. Biz de, bu çalışmada, göstergebilimin neliginden çok, konuyla doğrudan ilgili olarak, göstergebilimsel okumanın sunduğu imkanlara eğileceğiz. Elbette, göstergebilimden de kısaca söz etmek gerekecektir.

a. Gramerden Semiyolojiye

Göstergebilimle ilgili ilk çalışmalar Amerikan pragmatik filozof Charles Sanders Peirce ve İsviçreli dilbilimci, strüktüralist Ferdinand de Saussure tarafından 20. yüzyıl başlarında hemen hemen aynı dönemde, fakat birbirinden habersiz olarak gerçekleştirilmiştir. Saussure, *semiology* kavramını kullanırken C. S. Peirce, *semiotic* kavramını tercih eder ki; her iki kullanım da Türkçe'ye *göstergebilim* şeklinde çevrilebilir. Kelimenin esin kaynağı Yunanca' da *gösterge* anlamına gelen *sêmeion* sözcüğüdür.

Göstergebilim, sözlükbilimi (*lexicologie*), sözcükkökenbilimi (*etymologie*), anlambilimi (*semantique*), cümlebilimi (*syntaxe*) gibi disiplinleri içinde bulunduran dilbilim (*linguistique*)'den türemiştir; fakat Saussure onun dilbilimi de kapsayan daha genel bir alan olacağından kuşku duymaz. "Göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim tasarlanabilir: Sosyal psikolojiye, bunun sonucu olarak genel psikolojiye bağlanabilecek bir bilim. Göstergebilim (Fr. Sémiologie < Yun. Sêmeion 'gösterge'den) diye adlandıracağız biz bunu. Göstergebilim, göstergelerin ne olduğunu, hangi yasalara bağlandığını öğretecek bize. Henüz yok böyle bir bilim; onun için, göstergebilimin nasıl

13 Prof. Dr. Mehmet Yalçın, *Göstergebilime Sakıncılı Bir Yaklaşım* (P. Guiraud'nun *Göstergebilim* kitabına önsözden).

14 Marshall McLuhan, *Understanding media: the extensions of man*, New York, 1964.

bir şey olacağını söyleyemeyiz. Ama kurulması gerekli; yeri önceden belli. Dilbilim, bu genel nitelikli bilimin bir bölümünden başka bir şey değil. Onun için, göstergebilimin bulacağı yasalar dilbilime de uygulanabilecek.”¹⁵ Hatta daha da ileri giderek, dilbilime diğer bilimlerde arasında bir yer açabilmeyi, onu göstergebilime bağlamaya borçlu olduklarını söyler.

Evrende var olan her nesneyi, kendi taşıdığı anlamın dışında başka bir gerçekliği de işaret eden bir gösterge olarak tanımladıktan sonra, bir anlaşma ve kavrama aracı olan dilin ve de onu araştırma konusu yapan dilbilimin göstergebilim içinde, ona bağlı bir bölüm olarak kabul edilmesi gerekir. Ancak, Saussure’ün aksine, bu alanda dilin ayrıcalıklı ve özerk bir yeri bulunduğunu düşünenler de az değildir. Kadim çağlardan günümüze gelinceye kadar kullanılan bütün iletişim sistemleri içerisinde iç bütünlüğü olan, yaygın kullanım alanı bulunan ve insan toplulukları tarafından ortak iletişim birimi olarak üzerinde uzlaşılan diller, bireysel ve toplumsal yaşamın şekillenmesinde ve kültürün oluşmasında bütün diğer göstergeler sisteminin toplamından belki de daha fazla işlev görmüştür. Bu durum da, göstergebilimi, “dilsel olmayan göstergelerin incelenmesi” biçiminde tanımlamaya imkan veriyor.¹⁶ Saussure de, kavramları belirten bir göstergeler sistemi olarak nitelendiği dili yazıyla, kutsal nitelikli simgesel törenlerle, toplumda nezaket belirtisi sayılan davranış biçimleriyle, sağır-dilsiz alfabetiyle, askerlerin bildirişim biçimleriyle vb. karşılaştırdıktan sonra, -bir dilbilimci olarak- onun bütün gösterge sistemlerinin en önemlisi olduğunu ifade eder.

Göstergelerin toplum içindeki yaşamlarını inceleyen göstergebilim, bir gösterge olarak dili dinamik (hareketli) bir bağlamda (*contexte*) inceler ve özellikle gramerin kuralcı, şabloncu ve statik (durağan) yaklaşımına tepki gösterir. Buna göre anlam üretimini sadece gramer kurallarının şekillendirdiği bir yapıya atfetmek mümkün değildir. Örneğin, sokakta giderken tanımadığımız bir kimsenin, “Saatiniz var mı?” sorusuna nasıl tepki veririz? Böyle bir durumda, genellikle, saatin kaç olduğunu söyleriz ve o kişi de istediği cevabı almış olur. Oysa gramer bilgisi

açısından verilen tepkinin, “Evet, var!” cevabından ibaret olması gerekirdi. Çünkü, biçimsel olarak bize, saatin kaç olduğu değil, saate sahip olup olmadığımız sorulmuştur. Gerçekte, görünen dilbilgisi kurallarının birkaç adım önünde giden ve toplumsal uzlaşmaya dayanan bir iletişimin varlığı söz konusudur. Buna göre, işitimi imgesi olan ses=*gösteren*; zihne gelen anlam=*gösterilen*; anlamı ve ses dizilişiyle bir bütün olarak, “Saatiniz var mı?” sorusu=*gösterge* olmaktadır. İletişimin başarıyla gerçekleşmesi ise, muhataplar arasında göstergeler yoluyla bir anlam ortaklığı kurulmasına ve gösterenin ifade ettiği gösterilen üzerinde uzlaşılmasına bağlıdır. Bir başka örnekte, “Saddam’ın başında kara bulutlar dolaşüyor” denince, gramer bize, o kişinin başının etrafında kara bulutlar aramayı telkin eder. Oysa ortak dil ve kültür tecrübelerimizden yola çıkarak deyimden göndergesel anlamını kavrar ve Saddam’ın başının dertte olduğu yargısına ulaşırız. Burada, sözcüklerin sesleri=*gösteren*; deyimden anlamı=*gösterilen*; ikisi birliktedir=*gösterge* olmaktadır. Yine, “Bir Hürriyet istiyorum!” deyince bâyî bize gazete uzatacağıdır. Böyle bir ortamda, *hürriyet* sözcüğünün sözlük karşılığı olan özgürlük aklı gelmemektedir. Çünkü, *göstergenin* oluşumu, daha önceki deneyimlerimizle oluşan algılarımızdan ve içinde bulunduğumuz bağlamdan bağımsız değildir.

Özellikle sözlü iletişimde semiyolojinin başvurduğu *gösteren-gösterilen-gösterge* üçlüsü, anlamın ifade edilmesinde (*expression*) başvurulabilecek daha açıklayıcı kavramlardır. Göstergebilimin temel kavramları kısaca şöyledir:

1. GÖSTEREN (*Signifiant-signifier*): *Göstergenin* maddi parçası olan *gösteren*, duyu organlarıyla algılanabilir bir *fiziksel biçimdir*. Saussure onu “bir işitimi imgesi” şeklinde tanımlayarak bir bakıma indirgese de, daha sonra gelen göstergebilimciler, özellikle Roland Barthes, bu dilbilim merkezli ve indirgeyici yaklaşımı aşmış ve *göstereni* daha geniş bir çerçevede tanımlamıştır. Buna göre *gösteren*, bir düşünceyi ya da anlamı dile getirmede kullanılan sözcükler, daha açıkçası, sözcüğün duyulan sesi ya da yazılı hali; bir fotoğrafın görünümü ve anlamlandırma sürecinin somut nesnesidir. Onun ileti-

15 Ferdinand de Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri*, çev. Berke Vardar, Multilingual, İstanbul 1998, s. 46.

16 Pierre Guiraud, *Göstergebilim*, çev. Mehmet Yalçın, İmge Kitabevi, Ankara 1994, s. 17.

şim faaliyetinde yer alması *gösterilenin* varlığıyla mümkündür.

2. GÖSTERİLEN (*Signifié-signified*): *Göstereni* anlama ya da yorumlamada kullandığımız zihinsel kavramdır. Buna göre iletişim sürecinde taraflardan birinin aktarmak istediği ve kastettiği anlam veya düşünce ile karşı tarafın zihninde oluşan da *gösterilen* olmaktadır. Bu ikisi arasındaki ortaklığın ve yakınlığın derecesi iletişim faaliyetinin başarısını belirlemektedir. *Gösterilen*, *gösterene* göre daha soyuttur ve ikisi birlikte *göstergeyi* meydana getirirler.

3. GÖSTERGE (*Signe-sign*): Anlamın temel birimi olarak *gösterge*, *gösterilen-gösteren* ikilisinden oluşur. Bu ikisi arasındaki ilişki nedensiz, saymacadır ve toplumsal uzlaşmaya dayanır. Örneğin, kökü, dalları, yaprakları ve bazen de meyvesi olan cisme Fransızların *arbre*, İngilizlerin *tree*, Türklerin *ağaç* veya Arapların *şecere* demelerinin mantıklı bir yanıtını aramak yersizdir. Bunlar, dilin doğal gelişimi içinde, zamanla yerleşmiş göstergelerdir ve insanlar bu göstergeleri iletişim faaliyetinde kullanabildiklerine göre sorun yoktur. Saussure'ün bir kağıt parçasına benzettiği *göstergenin* bir yüzü *gösteren*, diğer yüzü de *gösterilendir*. Bu ikisini çözümsel olarak ayırt edebilssek bile fiilen ayırmak mümkün değildir.¹⁷ *Göstergenin* üç temel niteliği vardır:

- Fiziksel bir biçimi olması gerekir.
- Kendisi dışında bir şeye gönderme yapması gerekir.
- İnsanlar tarafından bir gösterge olarak kabul edilmesi ve iletişim sürecinde kullanılması gerekir.

Bunlardan başka, *Biçim-Gönderge-Anlam*'dan oluşan Semiyotik Üçgen Şema, *göstergebilimin* yararlandığı bir diğer kavramlar dizisidir.

1. BİÇİM (*Forme*): Kelimenin yazılışı, fotoğrafın görünümü, kulağa ulaşan sestir. *Biçim*, *gösterene* tekabül eder. Ör: "At" sözcüğünün tek tek harflerden oluşmuş yazılı görüntüsü.

2. ANLAM (*Sens*): Bu da *gösterilene* tekabül etmektedir. *Anlam*, *psikolojik gerçekliktir*. Ör: Atın anlamı; 4 bacaklı, kuyruklu, yeleli, kişiyen ve hızlı koşan varlık.

3. GÖNDERGE (*Référent*): *Anlamı* temsil eden ve onun gönderme yaptığı nesnenin

zihin dışındaki varlığıdır. *Göndergenin* dış gerçeklik olduğu unutulur sık sık *anlam* ile karıştırıldığı görürüz. İletişim sürecinde ortaya çıkan anlamın ortak olması başarı ölçüsü iken, *gönderge* için böyle bir durum sözkonusu değildir. O, gözümüzde canlanan *fiziksel gerçekliktir*. Ör: At denince hatırladığımız herhangi bir at. Kara Murat'ın atı, Kırat ya da bildiğimiz herhangi bir atın kendisi. Kişilerin iletişim sürecinde kullandıkları göndergeler (nesnelere) kendi tercihlerine ve tecrübelerine göre farklılık gösterebilir; ancak anlam değişmez. Farklı atlara gönderme yapılsa bile, atın anlamı her yerde aynıdır.

b. "Bu Bir Pipo Değil"se Nedir?

Görsel sanatları ve onların gerçeklikle ilişkisini inceleyen kuramların tarihi, Belçikalı sürrealist ressam René Magritte'in (1898-1967) bir tablosundan sonra bambaşka bir seyir izlemeye başlar. Böylesine köklü bir değişimin nedeni olan tabloda resmedilen şey, aslında tek bir nesnenin görüntüsünden ibarettir: Bir pipo. Ancak piponun tek başına hiç de cezbedici olmayan sıradan görüntüsünü aniden olağanüstü kılan ve onun hâlâ da konuşuluyor olmasını sağlayan sadece bir cümledir. Piponun gerçekliğini gayet ustaca taklit eden ve onun iki boyutlu bir görüntüsünü sunan resmin altında, "Bu bir pipo değildir" yazısıyla karşılaşırız. Bir anlamda hem seyirciye, hem okuyucuya hitap eden; hem resim, hem metin olan bir eser vardır karşımızda. Gördüğüne inanmayı doğal ve yerinde bir alışkanlık olarak benimseyen pozitivist ve modern insan, ilk başta, şaşkınlığa düşer ve resmi yadırgar. Magritte'in tablosuna çoğunlukla verilen ilk tepki, "Bal gibi pipo işte!" şeklindedir. Aslında bu, zihninin ilkel ve çocuksu bilincinin etkisiyle, görüntünün gerçekliği aktarım yeteneği konusunda hiçbir şüphe duymayan kişinin tepkisidir. Paganizmin ilk dönem toplumlarında daha fazla görülmesi veya bebeklerin karşılaşmaları her varlığı iri iri açılmış gözleriyle uzun uzun incelemesi, insanın görünür olana duyduğu ilginin ve bir bakıma hayranlığın ifadesidir. Görüntünün gerçekliğe ortak koşulması, özellikle iletişim teknolojilerindeki devrimle karakterize olan görüntü çağında bilincimizin uğradığı en ciddi yanılsamalardan biridir. Elbette, Magritte bir pipo

¹⁷ Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, s. 140.

yapmamıştır; o sadece bir pipoyu iki boyutlu bir düzleme resmetmiştir ve bu ikisi kesinlikle ayrı şeylerdir. Lületaşından yapılan, içine tütün konup içilen, sağına soluna geçip farklı boyutlarıyla algılayabildiğimiz ve elimizle kavrayabildiğimiz gerçek bir pipo ile kağıt üzerinde duran, yalnızca bakabildiğimiz bir pipo resminin farklı şeyler olduğu tartışılmazdır. Ancak, piponun gerçekliğinin olağanüstü bir imitasyonu ile karşılaşan zihin, içine düştüğü yanılsamanın etkisiyle bu şeyin bir pipo olduğunu sanmaktan kendini alamaz. Oysa, bir gerçekliği anlatma ve aktarma iddiası taşıyan şeyin –ki o şey bir araçtan başka bir şey olmamalıdır- o gerçeklikten bambaşka bir şey olması gerekir. Onu taklit ederek anlatan, bir bakıma, gerçeğin kendisi olduğu iddiasını zımnen de olsa taşımaktadır. Bu yüzden, söz ya da yazı, anlatıkları gerçekliğe ortak olma iddiasını taşımadıkları için, onu taklit ederek aktaran görüntüden daha uygun ve doğru araçlardır. Görüntü, maksadını aşan ve araçlıktan çıkıp amaç olmaya yeltenen bir aktarım biçimidir. Eğer onu bir şekilde düzeltmek gerekirse, Magritte’in yaptığı gibi, bunu, görüntüyü söz ya da yazıyla açıklayarak, ona şerhler düşerek yapabiliriz. Pipo resminin altına usulca ama zekice kondurulmuş olan “Bu bir pipo değildir” cümlesi, seyirciyi okuyucu yapar ve görüntünün büyümesine kapılmak üzere olan insan zihnini silkeleyerek, onu okuyan (anlayan), algılayan olmaya çağırır. Resimle aynı adı taşıyan bir kitap yazan Michel Foucault, Magritte’in tablosunda piponun deseni ile kendisi arasında bir uçurumun varlığını, “Bu bir pipo değildir” önermesiyle fark ettiğimizi söyler. Ona göre, tabloda bir tek hakikat vardır; o da desendir. Bu desen için asla, “Bu bir pipodur” diyemeyeceğimize göre, o halde “Bu bir pipo değildir” önermesini doğrulamak zorunda kalırız. Ayrıca Foucault, Magritte’in tablosunun bir kaligram gibi ele alınması gerektiğinden söz eder ve “Kaligram hiçbir zaman aynı anda hem deyip, hem canlandıramaz” diye ekler.¹⁸

Belki de Magritte, gerçeküstücü bir sanatçı olarak, gerçeğin ifade edilemez olduğunu, ya da en azından resmin bu iş için yetersiz kalacağını hatırlatmak amacıyla böyle bir yola başvurdu. Modern bireyin, gerçekliği, biçimsel bir yaklaşımla, görünür olana indirgemesi ve rasyonelleştirdiği bir imaj fetişizmine saplanarak neo-paganist bir dünya

kurması karşısında, Ressam, sadece görsel sanatlar kuramlarını alt üst etmekle kalmaz; en basit bir örnekle bu sanal dünyayı ve imaj evrenini sarsar.

SONUÇ: I+II=III. Medyatik Görüntünün Göstergebilimsel Okunması

Yaşadığımız dönemde simgelerin önemi onların temsil ettikleri gerçekliğin önüne geçmiş durumdadır. Örneğin, göstereni bir bez parçası ve üzerindeki boyalar; gösterilene ise toplumsal hafızada kökleşmiş duygusal bir aidiyet anlayışı olan bayrak, bir gösterge olarak bambaşka bir niteliğe bürünmektedir. Bu bakımdan, modern dönemde ilahî bir odağa dayanan meşrûiyet anlayışını terk edip dünyevî/dışsal bir meşrûiyet odağına yaslanan ulus-devletler büyük ölçüde simgesel temeller üzerinde durmaktadır. Böylece, metafizikten ve dolayısıyla kutsallıktan arındırılmış unsurların bireyleri bir arada tutacak bir anlam ortaklığı kurabilmesi için onlara seküler bir kutsallık yüklenmiştir. Ulusal marşlar, bayram törenleri, bazen cenaze törenleri, ulusal eğitim süreci, dinsel değil vatansal şehitlik kavramı ve ulus-devlet kimliğinin şartlarına uygun olarak gerektiğinde yeniden yazılmış olan tarih bu seküler-kutsal simgeler arasında sayılabilir.

Bunlardan başka, Taliban’ın Buda heykellerini roketlemesi, İkiz Kulelerin ve Pentagon’un “uçaklanması”, İsrail Başbakanı Ariel Şaron’un Mescid-i Aksa’ya girmesi, Filistinli çocukların Calut’u sapan taşıyla öldüren küçük Davut’a atıfta bulunurcasına silaha taşla karşılık vermeleri veya Ege’de Türk F-16 uçağını düşüren Yunan pilotun uçağın gövdesindeki bayrağı müzede sergilemesi kültürler arasında göstergelerin yoğun kullanımına ve hatta göstergeler üzerinden yürütülen savaşın çoğu kez gerçek hedeflere yönelen savaşın bile önüne geçtiğine dair örneklerdir. Başta ortaya attığımız problematiği yeniden dile getirirsek; kültürlerin birbirini, “ben”in “öteki”ni algılayışında simgelerin önem kazandığı günümüzde *göstergebilim*, bir kavrama yöntemi olarak kompleks anlam yapılarını çözümlenmede yararlı bir başvuru aracı olabilir mi? Klasik dilbilimden ayrı olarak, görüntü-gerçeklik ayrımının kavranmasına ve medyatik görüntünün çözümlenmesine ilişkin bize ne söyleyebilmektedir ya da yeni değerlendir-

me imkanları sunabilmekte midir? Daha önce de değinildiği şekilde, göstergebilim, henüz bilim olabilirliliği tartışılır bir disiplin; hatta kimilerine göre bir kuramdan ibarettir. Bununla beraber, biz, onun neliginden çok, konuyla doğrudan ilgili olarak, göstergebilimsel okumanın sunduğu imkanlara eğilmeyi faydalı bulduğumuzu belirtmiştik. Özellikle Saussure'ün ortaya koyduğu göstergebilim, gösteren-gösterilen ilişkisinin nedensiz ve saymaca olduğunu söyleyerek, göstergeyi, gönderimde bulunduğu veya temsil ettiği varlıktan/nesneden apayrı bir zâtiyet olarak düşünmektedir. Bu, tam da Magritte'in, resimle ona konu olan nesnenin gerçekliği arasında bulunan ayrımı işaret etmesine denk düşmektedir. Aynı zamanda, bir dil felsefecisi olan Foucault'nun da çıkış noktası nesnenin gerçekliği ile onu gösteren görüntünün gerçekliği arasındaki ontolojik ayrımdır. Fakat bu ayrımın zihinde başarılması her zaman pipo örneğindeki kadar basit değildir. Medyanın sunduğu ve gerçeğin ta kendisi olduğu söylenen görüntülerde, hele hele bunların manipülasyon amaçlı kullanıldığı ve ses ya da yazıyla takviye edildiği durumlarda, insan zihninin bu ayrımı yapması iyice zorlaşmaktadır. Örneğin; II. Körfez Savaşının bitiminde Bağdat'a giren Amerikan askerleri, stratejik yerlerden sonra, ilk olarak Saddam Hüseyin'in saraylarını, özel eşyalarını yağmaladılar ve Firdavs meydanındaki dev heykelini yıktılar. Böylece silahlı savaş bitmiş; göstergeler savaşı başlamıştı. Yazılı ve görsel basında heykelin Iraklılar tarafından yıkıldığını ve Irak halkının özgürleşmesini simgelediğini anlatan görüntüler yayımlandı. Bu görüntülerle tüm dünyaya verilmek istenen ileti şuydu: Eski rejimi temsil eden her gösterge yok edilmiştir. Savaşı bitiren, Irak'ın silah bırakması ve teslim olmasından çok, onu bağımsız bir ülke kılan değerlerin ve bunları temsil eden göstergeler sisteminin ele geçirilmesi veya ortadan kaldırılmasıdır. Bu işi ise, "özgürleşmek ve demokratik yönetime geçmek isteyen Irak halkı" bizzat kendisi yaptığı için ülkedeki Amerikan-İngiliz askerî varlığı meşrûdur. Olayın medyada yer alışı biçimine gelince, Amerikan yanlısı basın, Irak'ta bir işgal değil de sanki halk devrimi sözkonusuymuş gibi yayın yaptı; vatandaşlara buna uygun görüntüler gösterildi. Ör-

neğin, başarılı bir kadrajlama marifetiyle aslında 100-150 kişi civarında olan topluluk binlerce kişiden oluşuyormuş gibi gösterilerek, dünya vatandaşlarına Soğuk Savaş sonrası devrilen Komünist diktatörlerin heykellerinin halkları tarafından yerle bir edildiği hatırlatıldı. O zaman da, "insanlığın 20. yüzyıldaki kabusu komünizm" yıkılmaktaydı ve bu sessiz sedasız olmamalıydı. Üstelik kapitalist dünya, böylesine gelişmiş bir medya ağına sahipken bu korkunç hayaletin gürültüsüz ve görüntüsüz bir biçimde ortadan kalkması her şeyden önce kitle iletişim araçlarına yön verenler açısından iş kaybı anlamına gelirdi. Derhal vaziyete uygun semboller bulundu; yoksa da oluşturuldu ve göstergeler medya tarafından dünyaya sunuldu. Berlin Duvarı'nın yıkılışı, Çavuşesku'nun binlerce vatandaşını gömdüğü söylenen Timişoara toplu mezarının görüntüleri gazetelerde ve televizyonlarda yayımlandı.¹⁹ Nazizmin çöküşü sonrasında ortaya çıkarılan toplu mezarları hatırlatan Timişoara görüntülerinin senaryodan ibaret olduğu sonradan anlaşılrsa da, göstergeler savaşı artık sona ermişti ve kaybedenlerin gösterebilecekleri bir şey yoktu.

Bugün, Körfez Savaşı denince ilk anda akla gelen görüntüler herhalde şunlardır: Gaz maskesi, hayalet uçak, Patriot füzesi²⁰ ve petrole bulanmış karabatak kuşu. İlk üçü Amerikalıların sadece askerî hedefleri yok ederek sivillere zarar vermeyeceğine dünyayı ikna etmeyi; sonuncusu ise Saddam'ın hayvanlara dahi acımayan bir canı olduğunu göstermeyi amaçlayan bu görüntüler –manipülatif olup olmadıkları bir tarafa– savaşı karakterize eden ve onun belleklere yerleşme biçimini belirleyen göstergeler olarak tarihe geçti. Oysa herkes bilir ki; savaş, oluşturulan bu medyatik mitlerin de ötesinde bir şeydir; kan, ceset, ölüm, acı, işkence demektir ve savaşmak bu yüzden kötüdür. Mitik görüntülerle oluşturulan medyatik gerçeklik, ondaki kötülüğün nedenlerini zihinlerde örttüğü ve onu gerekçelendirdiği andan itibaren, savaşın kötü olması bir yana, gerekli olduğu bile düşünülebilir. Çağımızda mitler, eskilerinden farklı olarak sözlü veya yazılı değil, görüntülüdür ve ustaca seçilmiş olan *gösterenler*, insanların ortak belleğinde önceden var olan bilgilerle gayet uyumlu biçimde kurgulanmaktadır.

19 Ignaciote Ramonet, *La Tyrannie de la communication*, Editions Galilée, Paris 1999, s. 153.

20 A.g.e., s. 155.

Bu kurgu öylesine başarılıdır ki; *gösterilen* algılandığında, “Bunu daha önce görmüş-tüm” ya da “Bunu bir yerden hatırlıyorum” diye düşünmeye fırsat vermeyecek şekilde zihinlerde anlam ortaklığı oluşmakta; gösterilenin neye tekabül edebileceği sorgulanmamaktadır. Çünkü ortada, gerçeğin en sağlam kanıtı addedilen görüntü bulunmaktadır ve görüntüyü sorgulamak, gerçekliği sorgulamakla eşdeğer kabul edilmektedir. Paradoksal bir biçimde, göstergebilimin iletişim sürecinin başarısı için gerekli saydığı gösteren-gösterilen ilişkisindeki tutarlılık ve alıcı-verici taraflar arasında oluşan karşılıklı anlam ortaklığı en üst düzeyde olabilmekteken; yayılan enformasyonun niteliği tamamen aldatmaya, yanlış yönlendirmeye yönelik olabilmektedir. Böylece, iletişim süreci biçimsel anlamda hatasız ve teoride öngörüldüğü gibi işlemekteken; özde, gerçekliğin kendisi tahrip edilebilmektedir.

Bazen görüntüye ek olarak yazı veya ses de gösteren özelliği kazanarak işin içine girmekte ve böylece bireylerin zihninde oluşturulmak istenen anlam ortaklığı pekiştirilmektedir. Mesela, 28 Mart 2003 günü, *Hürriyet* gazetesinin orta sayfasında, yere oturmuş bir Iraklı sivil ve ayakta silahını ona doğrultmuş, tam teçhizatlı bir İngiliz askerini gösteren fotoğraf buna ilginç bir örnektir. Iraklı sivil, ellerini başına koymuş durumdayken, muzaffer İngiliz askeri tehditkâr bir yüz ifadesiyle esirine bağırılmaktadır. Irak'ın ve o bölgeye yerleşen koalisyon güçlerinin tarihi, siyasi ve askerî gerçekliği hakkında bilgi sahibi olan okuyucu, ilk anda işgalci bir askerle onun karşısında çaresiz kalmış bir sivil Iraklı arasındaki eşitsizliği fark edecektir. Ancak, gazetenin fotoğrafa yaptığı yorum, fotoğrafta görünen gerçeklik ile açıkça çelişmektedir: “İkisi de çaresiz”. Iraklı sivilin neden çaresiz olduğu açıktır; çünkü esir alınmış ve silahsızdır. Silahlı İngiliz askerinin çaresizliği ise, daha derin sofistike duygularda

yatıyor değilse eğer, bir hüsn-ü kuruntudan ibaret olmalıdır. Burada görüntüsel gösterenin aslına yakın bir biçimde sunduğu gerçeklik, araya dahil edilen yazılı bir göstergeyle yalanlanmakta; ancak çoğu durumda zihin, görüntülü gösterenin sunduğu gerçekliği daha akla yatkın bulmakta ve ona inanmayı tercih etmektedir. Bu örnekte yazı, pipo örneğindeki tersine, görüntüyü açıklayan bir araç olarak değil; onu çarpıtıran bir gösterge olarak işlev görmektedir.

Sonuç olarak söylemek gerekirse, modernite, bireyi gerçekten de bir göstergeler evreninin ortasına koymuştur ve bu nedenle gerçekliğin ontolojisinden çok görünürlüğü ön plana çıkmıştır. Böylece, kamusal alan simgeler ve retorikler arasında yürütülen bir göstergeler savaşının mekanı olmuş; teorik olarak bir sunum aracı olması gereken medya da gerçekliği yeniden sunmaya soyunarak ve göstergelerin başat üretim merkezi olarak bu savaşta yerini almıştır. Daha çok dilbilimcilerin öncülük ettiği göstergebilim ise, biraz da bu özelliğinden dolayı oldukça biçimsel bir yorumlama yöntemi önererek, görüntü-gerçeklik ayırımını yapmaya imkan verse de; gerçekliğin özünü, mahiyetini, ontolojisini ve bir anlamda ahlakla ilişkisini konu edinmediği için bütüncül bir doğru sonuç vermekten uzaktır. O da diğer Batı kökenli disiplinler gibi, parçalı bir bakış açısı taşımakta ve ele aldığı araştırma nesnesini bütünüyle kavrayabilme kaygısından dolayı olabildiğince dar bir alanda (hatta laboratuarda) çalışarak onun etkileşim içerisinde olması muhtemel pek çok etkeni göz ardı edebilmektedir. Bununla beraber göstergebilim, gerçeklikle görüntünün, öyle biçimin bile zaman zaman birbirine karıştığı medyatik çağda iletişim sürecinin işleyişini, görüntünün işlevsel özelliklerini ve sunduğu gerçeklikten ayrı bir kurmaca gerçekliğe sahip oluşunu anlama konusunda yararlı olabilmektedir.

Kaynaklar

- Ferdinand de Saussure, *Genel Dilbilim Dersleri*, çev. Berke Vardar, Multilingual, İstanbul 1998.
- Roland Barthes, *Image-Music-Text*, çev. Stephen Heath, Fontana Press, Glasgow 1977
- Roland Barthes, *Mythologies*, Hill&Wang, New York 1972.
- Necip Üçok, *Genel Dilbilim=Lengüistik*, Ankara 1946.
- Sedat Cereci, *İletişiverelim*, Şule Yayınları, İstanbul 1997.
- Berke Vardar, *Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri*, TDK Yay., Ankara.
- Michel Foucault, *Bu Bir Pipo Değildir*, çev. Selahattin Hilav, YKY, İstanbul 2001.

- Susan Sontag, *On Photography*, Penguin, Middlesex 1978.
- Marshall McLuhan, *Understanding media: the extensions of man*, New York, 1964.
- Pierre Guiraud, *Göstergebilim*, Çev. Mehmet Yalçın, İmge Kitabevi, Ankara 1994.
- Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yay., Ankara 1998.
- Ignaciot Ramonet, *La Tyrannie de la communication*, Editions Galilée, Paris 1999.
- İhsan Derman, *Fotoğraf ve Gerçeklik*, Anadolu Ün. AÖF Yayınları, Eskişehir 1989.