

KÜLTÜR, BİLİNÇ VE EĞLENCE ENDÜSTRİSİ KAVRAMLARI IŞIĞINDA ÇİZGİ ROMANA FARKLI YAKLAŞIMLAR

Uğur GÜNDÜZ*

The Different Approaches to the Comics Under the Light of Culture, Consciousness and Entertainment Industry

The comics have been considered so far under the titles of cultural industry, mental industry, entertainment industry, although they have mostly been thought coming before the adjectives such as 8th art, popular culture, mass culture. The concepts of industry which are mentioned in this study can be qualified as mental productive industries. Moreover, this study will shed light upon the relationship between comics and concepts of the mental industry, at the same time the effects of the comics on masses will be studied.

Key words: Comics, cultural industry, mental industry, mass culture.

Çizgi romanlar; 8. sanat, popüler kültür, kitle kültürü gibi sıfatlarla ele alındığı gibi aynı zamanda Kültür Endüstrisi, Bilinç Endüstrisi, Eğlence Endüstrisi gibi başlıklar altında da incelenmiş ve bu kavramlarla birlikte anılmıştır. Her ne kadar birbirine çok yakın anlamlarla yüklü görünse de; bu konuda yapılan araştırmalarda ve hazırlanan metinlerde Kültür, Bilinç ve Eğlence Endüstrisi kavramlarının farklı açılımları olduğunu görmekteyiz. Frankfurt Okulu kuramcıları; Kültür Endüstrisi deyimini kullanırken, Herbert Schiller, Wright Mills gibi iletişim kuramcıları Bilinç Endüstrisi terimini kullanmışlardır. Ayrıca Kültür ve Eğlence Endüstrisi terimlerinin özellikle Frankfurt Okulu kuramcıları tarafından benzer anlamlarda kullanıldığını görmekteyiz.

Günümüzde, bağımlı ve egemen kesimler arasındaki fiziksel mesafe azalmasıyla birlikte, bağımlı kesimlerin kendi toplumsal konumlarını doğal karşılayabilecekleri kültürler, çok gelişkin yöntemlerle üretilerek özümsetilmektedir. Bu durum, bugün en iyi biçimde serbest zaman etkinliklerini de içine alan ve bu etkinlikleri kitleselleştiren kültür endüstrisi tarafından yaratılmaktadır. Kültür endüstrisi ve medya konusundaki en önemli eleştirel yaklaşım Frankfurt Okulundan gelmiştir. Adorno ve Horkheimer tarafından ortaya atılan Kültür Endüstrisi; filmler, pop müzik, televizyon dizileri, radyolar, çizgi romanlar gibi kitlelerin çalışma dışı zamanlarında vakit geçirmeleri üzere hazırlanmış eğlence ürünlerinden oluşmaktadır. Kültür sanayi tarafından hazırlanan ürünlerle ça-

* Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

lışma ve serbest zaman çemberindeki izleyicilerin kendilerini huzurlu hissetmeleri ve günlük yaşamda olduğu gibi çalışma dışında da hiçbir şeyin kötü gitmediği yanılması yaratılarak kendilerini güven içinde hissetmeleri sağlanmaktadır. (Rojeck, 1983: 17)

Medya sadece bilgi aktaran bir araç değil aynı zamanda gerçekliğin algılanmasında ve günlük etkinliklerin değerlendirilmesinde mantığı ve görüş açılarını da şekillendirir. Medya egemen ideolojinin bakış açısına sahiptir. Medya bu bakış açısıyla toplumsal gerçekliği tanımlar ve oluşturur. Kültür endüstrisi, zihin üreten endüstri olarak değerlendirilebilir. Bu endüstrinin asıl amacı ürünü satmak değil varolan düzeni satmak ve sömürmek için insanların bilincini eğitmektir. Medya manipülasyonu sayesinde insanların kendi sınıfının bilincine varması engellenir. Kapitalizm serbest zamanı, kitle halinde üretimi kitle halinde tüketime dönüştürdüğü bir tür sosyalleştirme aracıdır. Böylece eğlence serbest zamanın bir uzantısı haline getirilmektedir. (Aydoğan, 2000: 141)

Sonuç olarak kitle kültürü ürünlerinin iki rolü vardır:

- 1-İrrasyonel tüketim açısından kitleleri eğitmek
- 2-Eğlence ve serbest zaman biçimi olarak kullanılması yoluyla yabancılaşmayı gizlemek .

"Kültür endüstrisini zihin üreten endüstri olarak değerlendiren Hans Magnus Enzensberger ise, bu endüstrinin asıl amacının ve ilgisinin ürünü satmak değil, varolan düzeni satmak olduğunu, toplumu kimin ve hangi araçlarla yönettiğini umursamadan insanın insana tahakkümünü sağlayan örüntüleri sürdürmek olduğunu belirtir. Enzensberger, bu endüstrinin asıl görevinin, bilincimizi sömürmek için onu eğit-

mek olduğunu belirtmiştir. Bu türden bir eğitim, daha doğru bir deyişle manipülasyon sayesinde kitlelerin siyasal ve ekonomik koşulların bilincine varması engellenmekte, kitleler siyasetten uzak tutulmakta ve varolan kurumsallaşmanın meşrulaştırılması sağlanmış olmaktadır. Bilinç endüstrisi, Dallas Smythe'nin kültürün homojenleştirilmesi ve zevklerin standartlaştırılması diye adlandırdığı, bu nedenle de kültürel bir hegemonyanın kitleler üzerinde egemen olduğu bir alandır. Smythe'ye göre, kültür endüstri yoluyla zevki standartlaştırmak, ona bir meta değeri vermek demektir. Bu standartlaştırma yalnızca kültür endüstrisi ürünlerinin ilk modeli olan orta gelirli aileleri etkilemekle kalmaz, aynı zamanda yüksek kültür zevklerini de etkiler." (Aydoğan, 2000: 146)

Çağımızda pek çok insanın serbest zamanının büyük bölümünü kaplayan kitle iletişim araçları ya da genel anlamıyla medya, endüstri devriminin ev yaşamıyla çalışma yaşamını birbirinden ayırmasıyla birlikte, çağdaş insanın yaşadığı bölünmüşlüğü, yabancılaşmayı, egemen-bağımlı ilişkisini sürdüren, destekleyen izleyici kitleleri yaratır duruma gelmiştir. Genelde kültür endüstrisi, özelde de ürünleri, yalnızca bilginin iletilmesine katkıda bulunmakla kalmaz; aynı zamanda, gerçekliğin algılanmasında ve günlük etkilerin değerlendirilmesinde mantığı ve görüş açılarını da şekillendirir. (Aydoğan, 2000: 143)

Birçok araştırmacı için ileri kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçları kültür konusunda merkezi bir yer tutar. Çünkü, bu toplumlarda simgesel biçimler artan bir şekilde kitle iletişim mekanizmaları ve örgütleri tarafından iletilmektedir. Dolayısıyla, bu ülkelerde ideoloji ve kültürün sağlıklı bir şekilde anlaşılması için kitle iletişiminin

tarihi gelişimini ve durumunu anlamak gereklidir. Bu yönde her okul içinde önemli girişimler olmuştur. Frankfurt Okulu ve Kültür emperyalizmi tezini savunanlar kitle iletişim araçlarını incelemelerine temel olarak alırlar. Kültürelciler ve anlam dilbilimciler de bu araçların simgesel yanı üzerinde dikkatlerini toplamışlardır. Tutucu okulun liberal ve gerici kanatları kitle iletişim araçlarını ahlaki ve kültürü yozlaştırıcı, değerini düşürücü, bayağılaştırıcı etkileri bakımından yerler. (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 152)

Kitle iletişim araçları; temsil, değer ve özlere sunarak ideolojiyi popüler bilince uygun kavramlar haline getirmekte ve bu yapı da toplumsal kurum ve örgütler tarafından iletilmektedir. Kitle iletişim araştırmalarının gösterdiği gibi, kültürel biçimlerin aracısız bir etkisi söz konusu değildir; televizyon ve radyo programları izlemek, çizgi roman okumak, ucuz romanlar ve gazete okumak bireyin aile, arkadaşlar, iş arkadaşları ve değerleri dolayısıyla varoluşuna anlamlı bir şekilde eklenir. (Swingewood, 1996: 132)

Arnold Hauser'e göre kitle kültürü ürünleri eğlence endüstrisi tarafından insanların kültürel ihtiyaçlarını tatmin etmek değil, sömürmek üzere oluşturulmaktadır. Bu ürünlerin kalitelerinin kötü oluşları bir tarihsel tesadüf -yani kültürün demokratikleşmesi ile rekabetçi kapitalizminin eşzamanlı olarak ortaya çıkması sonucudur. (Hauser, 1985: 340) Bu kuramların temelinde yatan yüksek kültür ve alt kültürler arasındaki ayırım olup, çizgi romanları da alt kültür başlığı altında değerlendirdiğimizden, bilinçli olarak olmasa da eğlence endüstrisinin özüne uygun şekilde kültürel ihtiyaçları sömürdüğü sonucuna varılabilir. Barthes'a göre ideolojik iletiler halkı algısal pasifliğe önceden hazırlar. Bir iletinin gizli anlamı

barizce ekilen semboller yoluyla gönderilir. Bu semboller tamamen konvansiyoneldir. Fakat gene de konvansiyonel olarak görünmezler, çünkü bu semboller organik bir parçası olarak biçimlenirler. (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 143)

En tarafsız gözlemcilerle göre Marksizmin, popüler kültür anlayışımıza katkılarda bulunduğuna açıktır. Ticariliğin ve mülkiyet iktidarının, kültürel tahakküm ve hegemonya sorunlarının, kültürün ideoloji ve bilinçle ilişkisinin, işçi sınıfı kültürünün karmaşıklığının ve emperyalizm ile liberalleşme arasındaki çatışmaların eleştirel analizleri, vb. daha pek çok konu ve görüşler popüler kültürün incelenmesinde Marksist söylem ve analiz biçimlerinden kaynaklandılar ya da onlarla önemli ölçüde anlam kazandılar. (Real, 1999: 326)

Frankfurt Okulu kuramcıları, sonuç olarak modern, örgütlenmiş kitlelerin büyük ölçüde bilinçsiz ve edilgen yaşamlarına karşı 19. yüzyılın bilinçli ve etkin orta sınıf kültürünü överler. Sanat, hem çalışma hayatının yabancılaştırıcı etkilerini iyileştirme hem de ailenin çözülmesinin ardından toplumsal bütünleşmeyi sağlama işlevlerini gördüğü için gerçek özerkliğini tümüyle yitirmiş bir meta halini alır. Sanatın kendi özerkliğini bir kenara bırakarak tıpkı sanayi ürünleri gibi pazarlanabilen ve alınıp satılabilen diğer tüketim arasında iftiharla yer aldığını ileri sürmektedir. Buna göre, boş zaman, aynı çalışma gibi zorunlu bir etkinlik ve bir eğlencedir. Yabancılaşmış işçinin ise yeniden başlayabilmesi için psikolojik ve fiziksel olarak gücünü toplamasını sağlayarak çalışma zamanının uzatılması anlamına gelir. Kültür endüstrisi zorunlu olarak içinde trajedinin bulunduğu, olumsuz unsurlardan arındırılmış ve önceden tasarlanmış bir uyum tarafından idare edilen bir sanatsal biçim yaratır.

(Swingewood, 1996: 37) Elbette çizgi romanlarda farklı unsurlar bir arada olabilir, yani olumlu ve olumsuz unsurlar hatta trajediler, ancak içerdiği uyum, kurgu ve iyi-kötü mücadelesinin okuyucuda uyandırdığı aldanım süreci açısından ele alırsak, Frankfurt Okulu kuramcılarının tanımını yaptığı kültür endüstrisinde yaratılmış sanatsal biçime uygun düşüğünü öne sürmek gerekir.

Kaçışlar, Kaçış Metinleri ve Çizgi Romanlar

Serbest zaman; çalışmak, yemek, barınmak gibi yaşamın zorunlu gereksinimlerini karşıladığımız zaman dışındaki alandır. Serbest zaman, bireyin dış gerçekliğin ona yüklediği rollerden sıyrılıp, kendisini özgür olarak tanımlayabildiği ve hissedebildiği, kendisini ve toplumsal gerçekliği eleştirel bir biçimde sorgulayabildiği bir alandır. (Aydoğan, 2000: 15)

Bir başka açıdan bakarsak serbest zamanı, bireyin kaçışları ve kaçış metinlerini anlamaya en uygun olduğu zaman olarak da niteleyebiliriz. Çizgi romanlar da tıpkı pulp fiction olarak adlandırılan ucuz macera romanları, bilim kurgu ve fantastik edebiyat ürünleri, kadınlara yönelik pembe dizi türünden aşk romanları gibi kaçış metinlerindedir.

Kitle iletişim araçlarının kitleler üzerindeki etkilerini değerlendiren Wright Mills'e göre;

"Bilinç ve varoluş arasında kitle iletişim araçları bulunmaktadır. ABD'deki kitle iletişim araçları, özerk değildir; toplumu yansıtır ama seçerek; belli özellikleri genelleştirerek güçlendirir; seçtikleri ve fazlalıklar dışında yeni bir dünya yaratır. İnsanlar bu araçların etki alanlarına girdiklerinde, bu araçların yarattığı dünyada yaşamak zorundadırlar." (Real, 1999: 26)

Toplumsal düzen açısından bakıldığında bu ürünlerin en önemli etkisi, medyanın kendi perspektifi ve mantığının günlük işleri ve yaşam beklentilerini etkilemesidir. Çünkü medya zamanın, mekanın, toplumsal anlamların ve etkinliklerin kendine göre sınırlarını belirleyen iletişim formatlarını sorgulamadan kabul edilecek biçimde oluşturabilmektedir. Genel anlamda medyanın mantığı ve perspektifi, medyanın biçimlendirdiği bir medya kültürü yaşamalarımıza katmaktadır. Geniş anlamda medya kültürü, din, politika ve spor gibi kurumları da etkilemekte, toplumsal gerçekliğin oluşturulması, tanınması ve kabul edilmesi medya aracılığıyla gerçekleşmektedir. (Real, 1999: 26)

Bu nedenle kitle iletişim araçlarının yayınları kimse kaçamasın diye herkesi içeren bir tarzda hazırlanmakta, farklılıklar ortadan kaldırılarak kitlelerin gereksinimleri standart bir hiyerarşiye uydurulmaktadır. Kültür endüstrisi tarafından gelir gruplarına göre birer istatistik ögesi haline getirilen tüketicilerin, neyi izleyeceği ya da dinleyeceği önceden bilindiğinden, bu ürünlerin ulaştığı kitleler de bu ürünleri kendi düzeylerine göre alıp tüketmektedir. Kültür endüstrisi uzmanları tarafından hazırlanan bu ürünlerde, örneğin filmlerde, filmin nasıl biteceği, filmde kimin cezalandırılacağı bilinmekte ve bunlar doğru çıktığında kitleler mutlu olmakta, varolan toplumsal yaşam kitlelere kültür endüstrilerinin süzgecinden geçirilerek sunulmaktadır. (Horkheimer ve Adorno, 1996: 9)

Serbest zamanı günlük yaşamdan kaçış olarak nitelendirebiliriz. Modern toplumdaki kaçış çabalarını bireyin kendine ait deneyim, kendini ifade etmesini sağlayan bir etkinlik olarak görürler; bu nedenle bu tür serbest zaman etkinlikleri, bireyin bilincini ertelediği yaşam biçimleridir. Bir serbest zaman

etkinliği olarak çizgi romanları da bu yaşam biçimine dahil edebiliriz. Ayrıca bu kaçış çabalarına hobileri, oyunları, spor türlerini, tatilleri, kumarı, fantezileri, terapiyi, anarşist politikaları da dahil edebilir; böylelikle, tüketim kültürünün kaçışçı mesajlarını, tüketicileri rutinden uzaklaştırarak, sözde özgürlük sözü vererek onlardaki engellenme duygusunu ve modern yaşamın olumsuzluklarını unutturmasını bu bağlamda değerlendirebiliriz. (Rojeck, 1983: 107)

Bugün geçerli olan ilke, sistemde varolan direnme olanaklarının kitlelerden gizlenbilmesi için kitleleri kaçamayacak biçimde kısırmaktır. Bunun sonucu olarak, kitle iletişim araçlarını da içine alan kültür endüstrisi bir yandan tüketicilerin tüm gereksinimlerini karşılarken, öte yandan kitlelere kendilerine sunulanlarla yetinmelerini önermektedir. Aslında yeni olan hiçbir şey yoktur; insanlara cennet diye sunulan şey, varolan yaşamın ta kendisidir. Kaçış olarak eğlence ya da tatiller de kendilerini unutmak isteyenlerin kadere boyun eğişidir. (Horkheimer ve Adorno, 1996: 32-33)

Bu nedenle, kültür endüstrisi yoluyla serbest zamanlarda kitlelere sunulan kaçış mekanizması, toplumsa varolan insan ilişkilerinin gerçekliğini örten mistifikasyonu daha da sevimli, eğlenceli hale getirerek toplumsal gerçekliğe daha rahat bir biçimde katlanmayı sağlamaktadır. Modern toplumda kaçış mekanizması, feodal toplum düzenini değiştirip modern toplumu oluşturan, iktidarını başka hiçbir sınıfla paylaşmak istemeyen, hatta bundan korkan burjuvazinin, yabancılaştırmanın yoğunlaşmasıyla devrimci niteliğini yitirmesiyle, pratik ve bilişsel açıdan kısıtlanmış bir sınıf haline gelmesiyle yaygınlaşmıştır. Reel bilincimize karşı eleştirel bir tutum edinmeyi gerektirmeyen kaçışçı mesajlar içeren kitapların, dizilerin, reklam-

ların, gezilerin yaygınlaşmasına gerekçe olarak, bunların pazardaki şansının yüksek olduğu gösterilmektedir. (Aydoğan, 2000: 158)

Kültür endüstrisinin, kendi alanlarının tümünde sağlayacağına söz verdiği günlük yaşamın tekdüzeliğinden kaçış, tıpkı mizah dergisindeki kız çocuğun kaçırılışı gibi danişıklı dövüştür. Çocuğun babası geri planda ipleri elinde tutmaktadır. Kültür sanayii insanlara cennet diye yine aynı günlük yaşamı sunmaktadır. Eğlence kendini eğlencede unutmak isteyen kitleleri bu kabulle nişe teşvik etmektedir. (Horkheimer ve Adorno, 1996b: 33)

Sonuç

Hoşnut olmak razı olmak demektir. Bu ise ancak toplumsal sürecin topyekünlüğünden kendini yalıtılmakla, bölünmekle ve baştan itibaren her eserin, hatta en önemsizinin bile, kaçınılmaz hakkını terk etmekle, yani kendi kısıtlılığı içinde bütünü yansıtmakla mümkündür. Eğlencenin anlamı her zaman şudur: Hala gösterilen acıları düşünme zorunda kalmamak, unutmak. Bunun temelinde acizlik yatar. Eğlencenin kaçış olduğu doğrudur, ama iddia edildiği gibi değersiz, bayağı gerçeklikten değil, bu gerçekliğin hala tüketemediği son direniş düşüncesinden. Eğlence tarafından vaat edilen kurtuluş, yadsımadan değil, düşünmeden kurtuluştur. (Horkheimer ve Adorno, 1996b: 36) Eğlence endüstrisinin de tüketicilere vaat ettiği budur aslında, düşünmeden kurtulmak ve reel hayatın zorluklarından, modern kapitalist toplum yaşantısının gündelik rutinlerinden belli bir süre için dahi olsa uzaklaşabilmektir. Bu bağlamda çizgi romanlar da bu misyonu yerine getirmede önemli rol oynayabilirler.

Kültürel Çalışmaların temel iddiasına göre medya iletileri ve popüler kültür ürünlerinin herkes tarafından aynı biçimde algılandığını düşünmek yanlıştır. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu ve alımlama çalışmaları "Her metnin farklı biçimlerde okunma" olasılığı üzerinde durmaktadırlar. Bu tür metinler çelişkili bir içeriğe sahiptirler: Egemenlik altına alma ve tabi kılma güçlerinin izlerini taşımakla birlikte, direnmenin onlardan sıyrılmanın belirtilerini taşımaktadırlar. Bu önemli bir yaklaşımdır çünkü reel hayatın acılarını unutturarak, varolanı meşrulaştırmaya yaradığı varsayımına kurulu çizgi romanlara ya da bütün pulp olanlara farklı bakma imkanı tanımaktadır. Araştırmacılar ilgi alanlarına girmeyen konularda ya da çok sevmedikleri bir alanda çalıştıkları zaman ulaştıkları sonuçlar ya da vardıkları analizler olumsuz yargılara dayalı olabilmektedir. Kültürel çalışmalar okulunun anti-pozitivist kolu ısrarla araştırmacının ilgilendiği nesnenin parçası olması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu yüzden çizgi romanlarla ilgili yapılan okumalar ve analizlerde çıkarılan sonuçların bu çerçevede esnek bir bakış açısıyla değerlendirilmesi gerekir.

Çizgi romanın reel olandan/bu dünyadan kaçış imkanı tanıdığı ve varolanın acısını unutturmaya çalıştığı esasen Marksizm kay-

naklı bir görüştür. "Örneğin, Adorno olumsuzlayıcı sanatın aldatıcı mutluluğudur diyerek popüler kültür ürünlerinin manipülatif yönüne dikkat çekerken oldukça karamsardır." (Güngör, 1999:15)

George Orwell çizgi romanlarla ilgili bir yazısında vardığı sonuç şudur ki bu ürünler yönetici sınıfın çıkarları doğrultusundadır ve onların lehine sansür edilerek ve doğrudan hakim sınıfın ideolojisini yansıtarak ortaya çıkarlar.(Orwell, 1981: 279) Orwell'in bu negatif yöndeki yargısı fantastik edebiyatın önde gelen yazarlarından J. R. R. Tolkien'in bir sözüne dayanmaktadır: "Kaçıştan en çok kim endişelenir? Tabii ki Gardiyanlar". Ancak bu etkileyici söylem iyi bir direniş malzemesi olmakla beraber yeterli değildir. Çizgi romanlar gibi kaçış metinlerine yalnızca bu gözle bakmak eksik bir bakış açısıdır, ürünün içeriğine bakmak gerekir. Genellemeler ve dogmatik söylemlerin etkisiyle kesin yargılara varmak hele ki çizgi romanlar gibi zengin kaynaklardan beslenen popüler kültür ürünleri konusunda oldukça yanlış sonuçlar doğurabilir. Ancak ürünlerin içeriğine bakarak çizgi romanlar ve diğer kaçış metinleri (bilim-kurgu, fantastik edebiyat, aşk ve polisiye romanları) hakkında objektif yargılara varabiliriz.

Kaynakça

- ROJECK, Chris (1983) *Decentring Leisure*, London, Sage Publications.
- AYDOĞAN, Filiz (2000) *Medya ve Serbest Zaman*, İstanbul, Om Yayınları.
- ALEMDAR, Korkmaz-ERDOĞAN, İrfan (1994) *Popüler Kültür ve İletişim*, Ankara, Ümit Yayıncılık.
- SWINGWOOD, Alan (1996) *Kitle Kültürü Efsanesi*, Çev. Aykut Kansu, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- HAUSER, Arnold (1985) *The Philosophy of Art History*, North Western University Pres.
- REAL, Michael (1999) "Marksizm ve Popüler Kültür: Kültürel Eleştirinin Keskin Ucu", *Popüler Kültür ve İktidar*, der. Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları.

- HORKHEIMER, Max-ADORNO, Theodor. (1996) **Aydınlanmanın Diyalektiği I**, Çev. Oğuz Özügül, İstanbul, Kabalcı Yayınevi.
- HORKHEIMER, Max-ADORNO, Theodor. (1996) **Aydınlanmanın Diyalektiği II**, Çev. Oğuz Özügül, İstanbul, Kabalcı Yayınevi.
- GÜNGÖR, Nazife (1999) "Popüler Kültür Çıkmazı", **Popüler Kültür ve İktidar**, der. Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları.
- ORWELL, George (1981) "Boys' Weeklies and Frank Richards's Reply", **A Collection of Essays**, San Diego, Harvest Boks.

