

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SİNEMA – TV ANASANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ULUSLARARASI TELEVİZYON KANALLARI BAĞLAMINDA
İDEOLOJİK BİR ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ; DISCOVERY CHANNEL

Hazırlayan
Cem TUTAR

Danışman
Prof. Dr. Oğuz ADANIR

İZMİR-2009

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad: Cem Tutar

Doğum Yeri ve Yılı: İzmir 1978

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim:

Yüksek Lisans: 2009, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sinema – TV Anasanat Dalı

Lisans: 2006, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü (Bölüm Birincisi)

Ön Lisans: 1999, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksek Okulu, İktisadi ve İdari Programlar Bölümü, Mahalli İdareler Programı

Lise: 1995, İzmir Karabağlar Cumhuriyet Lisesi

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “ULUSLARARASI TELEVİZYON KANALLARI BAĞLAMINDA İDEOLOJİK BİR ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ; DISCOVERY CHANNEL” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

27 / 05 / 2009

Cem TUTAR

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün/...../..... tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin maddesine göre Sinema-TV Anasanat Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Cem TUTAR' nin "ULUSLARARASI TELEVİZYON KANALLARI BAĞLAMINDA İDEOLOJİK BİR ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ; DISCOVERY CHANNEL" konulu tezi/projesi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat' da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini/projesini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anasanat dallarından jüri üyelerince sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin/projenin olduğuna oy ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

ÜYE

ÜYE

YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ/PROJE VERİ FORMU

Tez/Proje No: Konu Kodu: Üniv. Kodu:

- Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır

Tez/Proje Yazarının

Soyadı: TUTAR

Adı: Cem

Tezin/Projenin Türkçe Adı: Uluslararası Televizyon Kanalları Bağlamında İdeolojik Bir Çözümleme Örneği; Discovery Channel

Tezin/Projenin Yabancı Dildeki Adı: An Example of Ideological Analysis in the Context of International Television Channels; Discovery Channel

Tezin/Projenin Yapıldığı

Üniversitesi: D.E.Ü.

Enstitü: G.S.E.

Yıl: 2009

Diğer Kuruluşlar:

Tezin/Projenin Türü:

Yüksek Lisans:

Dili: Türkçe

Doktora:

Sayfa Sayısı: 155

Tıpta Uzmanlık:

Referans Sayısı: 72

Sanatta Yeterlilik:

Tez/Proje Danışmanlarının

Ünvanı: Prof. Dr.

Adı: Oğuz

Soyadı: ADANIR

Türkçe Anahtar Kelimeler:

İngilizce Anahtar Kelimeler:

1- Televizyon Kanalları

1- Television Channels

2- Tematik

2- Thematic

3- İdeoloji

3- Ideology

4- Gerçeklik

4- Reality

5- Biçimsel Anlatım

5- Formal Expression

Tarih: 27 / 05 / 2009

İmza:

Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum Evet Hayır

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, uluslararası televizyon kanalları başlığı altında belirli konularda uzmanlaşmış “tematik” ve belirli bir hedef kitleye seslenen televizyon kanallarının yayın ideolojisinin saptanmasıdır. İdeoloji kavramı zaman içerisinde büyük anlatıların dışına çıkarak bugün gündelik hayat pratikleri içinde yer alır hale gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında gündelik hayatın daha çok tüketim düzeni üzerinden örgütlendiği görülmektedir. Bugün en geniş kitleye ulaşma ile eşanlamlı olan ideoloji kavramının işleminde kitle iletişim araçları özellikle de televizyon önemli bir rol oynamaktadır. Çağımızda içerik biçimiyle belirlenirken ideoloji de bu alanda yer almaktadır.

Bundan dolayı Discovery Channel’in yayın ideolojisinin saptanmasında karşılaştırmalı biçimsel anlatım teknikleri yöntem olarak belirlenmiştir. Kanalda yer alan yedi ayrı program türünden Nisan 2008’de en fazla reyting alan programlar dikkate alınarak bir örneklem oluşturulmuştur. Ardından bu programlar biçimsel anlatım teknikleri üzerinden incelemeye alınmıştır.

Araştırmanın sonucunda biçimsel anlatım tekniklerinin dünyaya ilişkin bir gerçeklik durumu yaratırken görsel ideolojinin de taşıyıcısı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda Discovery Channel’da yer alan programlar içerikten yoksun salt biçim olarak var olan yapımlar olarak yorumlanabilir. Bu programlar ideolojik anlamda toplumsal, ekonomik ya da politik bir referans noktasına sahip değildir. Ayrıca kanaldaki yapımlar nonfiction olma iddialarına karşılık fiction özellikler göstermektedir. Discovery Channel’daki programların sadece konu olarak gerçek hayata bağlı oldukları ancak bu konuların sunum şekillerinin kurmaca bir yapıttaki gibi düzenlendiği söylenebilir. Bunun yanında uluslararası bir televizyon şirketi olan kanal, tüketim düzeninin işlemesine yönelik hobi programlarını bünyesinde bulundururken, yayınladığı programlar bireysellik, erkek egemenliği ve başarı miti gibi kapitalist değerlerinde taşıyıcısı olmaktadır.

ABSTRACT

The goal of this research is to determine, beneath the title ‘international television channels’, the broadcast ideology of the television channels that are thematic, specialized in certain matters and address to a certain target mass. Getting out of the grand narratives in the course of time, the concept ‘ideology’ has taken part in daily life practices today. Taking into consideration on this point of view it’s seen that daily life is mainly organized from the standpoint of the consumption order. Today mass media, especially television, has an important part in the processing of the concept; ‘ideology’ which is synonymous with reaching the broadest mass. In our era while the content is determined by form, the ideology has taken part in this field.

Thus, for determining the broadcast ideology of Discovery Channel, the comparative formal expression techniques have been determined as the method. A sampling has been formed considering the programmes which had the maximum rating on April, 2008 among the separate seven types of programmes taking place on the channel. Then these programmes have been studied in respect of formal expression techniques.

In the end of the research it’s revealed that while formal expression techniques have a reality regarding the world, they’re the conveyor of visual ideology. In this sense the programmes taking place on the Discovery Channel can be commented that they are the productions that exist only in form but deprive of content. In ideological sense these programmes don’t have social, economic or politic references. Furthermore the productions of that channel indicate fictional characteristics, conversely they are asserted as nonfiction. It can be declared that the Discovery Channel programmes are in relation with real life as for only topic, however that topics’ display styles are arranged as in a fictional work. Besides, While Discovery Channel, an international television company, includes hobby programmes aimed at processing of the consumption order, the broadcasted programmes convey capitalist values such as individualism, male dominance and success myth.

ÖNSÖZ

Günümüzde küreselleşme ve iletişim birlikte anılan iki önemli kavramdır. Özellikle 1980'lerin başından itibaren bu iki kavram etrafında dünyada yeni bir ekonomi politik düzen kurulmaya başlanmıştır. Kablolu televizyon, pay “ödemeli” televizyon ve uydu yayıncılığı gibi yeni iletişim teknolojilerinin desteklediği bu yeni yapıda uluslararası televizyon yayıncılığı gün geçtikçe gelişmiş ve bugün yeryüzündeki en ücra köşelere kadar ulaşmıştır. Tüketim odaklı yeni bir hayat tarzının egemen olduğu dünyada uluslararası televizyon kanalları, bu yaşam biçimine uygun şekilde evrimleşmiş, farklı beğeni ve isteklere sahip izleyicilere “*tüketicilere*” uygun yayın yapar hale gelirken belirli bir ideolojik görüşünde taşıyıcısı olmuşlardır.

Bu çalışmada ele alınan Discovery Channel, kitle iletişimi alanında gerçekleşen değişiklikleri en hızlı şekilde kavrayıp kendisine uyarlayan uluslararası bir televizyon kanalıdır. 1985 yılında belgesel film kanalı olarak kurulmasından bu yana uluslararası pazardaki ihtiyaçları göz önüne alarak bir reality kanalı haline gelen kanal bu yapısı ile incelemeye değer bir yapı sunmaktadır. Bu alanda daha önce yayınlanmış bir çalışma bulunmadığından dolayı ana konu fazla dağıtılmadan kuram ve uygulamanın birlikte yer verilmesiyle sorun ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Tez konusunun belirlenmesinden itibaren desteği ve değerli katkıları ile beni yönlendiren, başta danışmanım Prof. Dr. Oğuz Adanır'a, bilgi ve moral desteğini esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Zuhâl Çetin'e, çalışmamın uygulama kısmında yöntem konusunun belirlenmesindeki yardımlarından dolayı Yrd. Doç. Dr. Ragıp Taranç'a, kanalla ilgili bilgi ve verilere ulaşmamı sağlayan Discovery Channel Türkiye çalışanları Burçin Özmert ve Deniz Falah'a, çalışmamın gelişim aşamasında fikirlerini paylaşan herkese ve yardımlarını esirgemeyen aileme teşekkürü bir borç bilirim.

Cem Tutar

Mayıs 2009, İZMİR

İÇİNDEKİLER

ULUSLARARASI TELEVİZYON KANALLARI BAĞLAMINDA İDEOLOJİK BİR ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ; DISCOVERY CHANNEL

Sayfa

YEMİN METNİ ii

TUTANAK iii

YÖK DOKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU iv

ÖZET v

ABSTRACT vi

ÖNSÖZ vii

İÇİNDEKİLER viii

ŞEKİLLER LİSTESİ xi

TABLolar LİSTESİ xii

GİRİŞ 1

**BÖLÜM I TEMATİK TELEVİZYON KANALLARININ İDEOLOJİK İŞLEVİ
VE GERÇEKLIK İLİŞKİSİ7**

I.1. İDEOLOJİ KAVRAMININ TARİHSEL KÖKENİ VE GEÇİRDİĞİ
DEĞİŞİMLER7

I.1.1. 18. Yüzyıl: İdeoloji Kavramının Ortaya Çıkışı7

I.1.2. 19. ve 20. Yüzyılda İdeoloji Kavramı10

I.1.3. İdeoloji Kavramında Perspektif Değişimi: Jean Baudrillard16

I.2. TELEVİZYON VE GERÇEKLIK İLİŞKİSİ20

I.2.1. Modern Dünya ve Gerçeklik İlişkisi20

I.2.2. Televizyon Dünyası ve Gerçeklik Sunumu23

I.2.3. Discovery Channel'daki Programların Gerçeklikle İlişkisi 26

I.2.3.1. A Haunting Programı26

I.2.3.2. American Chopper Programı29

I.2.3.3. Mega Builders Programı32

| | |
|---|-----------|
| I.2.3.4. Brainiac Programı | 34 |
| I.2.3.5. Everest: Beyond The Limit Programı | 36 |
| I.2.3.6. Stuntdawgs Programı | 38 |
| I.2.3.7. Mean Machines Programı | 39 |
| I.3. TEMATİK KANALLARA BİR ÖRNEK DISCOVERY CHANNEL | 40 |
| I.3.1. Tematik Kanallar | 40 |
| I.3.2. Discovery Channel'ın Tarihçesi ve Geçirdiği Dönüşüm | 44 |
| I.3.3. Discovery Channel'ın Sahip Olduğu Diğer Kanallar | 49 |
| I.3.3.1. Animal Planet | 49 |
| I.3.3.2. World Channel | 50 |
| I.3.3.3. Science Channel | 51 |
| I.3.3.4. Travel and Living Channel | 51 |
| BÖLÜM II İDEOLOJİK BİR ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ DISCOVERY CHANNEL | 53 |
| II.1. PROGRAMLARIN SEÇİM VE İNCELEME YÖNTEMİ; KARŞILAŞTIRMALI BİÇİMSEL ANLATIM TEKNİKLERİ | 53 |
| II.1.1. Program İncelemeleri | 55 |
| II.1.1.1. A Haunting Programı | 55 |
| II.1.1.2. American Chopper Programı | 62 |
| II.1.1.3. Mega Builders Programı | 66 |
| II.1.1.4. Brainiac Programı | 73 |
| II.1.1.5. Everest: Beyond The Limit Programı | 81 |
| II.1.1.6. Stuntdawgs Programı | 90 |
| II.1.1.7. Mean Machines Programı | 97 |
| II.1.2. Genel Değerlendirme ve Sonuç | 103 |

| | |
|---|------------|
| II.2. DISCOVERY CHANNEL'DAKİ PROGRAMLARIN YAPISAL İNCELEMESİ | 107 |
| II.2.1. İdeoloji Problemi | 107 |
| II.2.2. Teknik Dil ve İletişim Kopukluğu Problemi | 112 |
| II.2.3. Televizyon Aracının Yapısından Kaynaklanan Problemler | 117 |
| SONUÇ | 121 |
| EKLER | 128 |
| 1. Çözümlemede Kullanılan Programlara Ait Grafikler | 129 |
| 2. Çözümlemede Kullanılan Programlara Ait Tablolar | 137 |
| 3. Çözümlemede Kullanılan Programların Konu-Jenerik Özetleri ve Yapımcı Firma Bilgileri | 141 |
| KAYNAKÇA | 150 |
| ÖZGEÇMİŞ | |

GRAFİKLER

Grafik 1: A Haunting Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Grafik 2: American Chopper Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Grafik 3: Mega Builders Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Grafik 4: Brainiac Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Grafik 5: Everest: Beyond The Limit Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Grafik 6: Stuntdawgs Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Grafik 7: Mean Machines Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Grafik 8: Programların Çekim Süre ve Sayıları

Grafik 9: Programların Alıcı Devingenliği Uygulayım Sayısı

TABLÖLAR

Tablo 1: TV Anlatısında Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimlerinin Göstergebilimsel Anlamı

Tablo 2: Programlarda Kullanılan Teknikler

Tablo 3: Programların Anlatım Şekilleri

Tablo 4: Programların Olay Gelişimine Göre Bölüm Dramatik Akışı

GİRİŞ

Televizyonun toplumsal ve kültürel etkilerini inceleyen pek çok araştırma onun çağdaş toplumlardaki en etkin mit üretme aracı olduğu konusunda birleşir. Mitler ilkel toplumlardan bugüne insanların, yaşamı, doğayı ya da gerçekliği anlamlandırma kalıpları, öyküleridir. İkel dünyada yaşam, doğum-ölüm, iyi-kötü gibi temel karşıtlıklar üzerinden işlemektedir. Dolayısıyla o dönemin mitleri de bu kavramları kapsamaktadır. Mitler yazının olmadığı bir dönemin yani sözlü kültürün ürünleridir. Tarihsel süreç içerisinde özellikle endüstri devrimi sonrası insanoğlu teknik olanakların kendisini sarmaladığı bir dünya içinde yaşamaya başlamıştır. Ancak insanın hayatı anlamlandırma çabası son bulmamıştır. Adanır'ın¹ belirttiği gibi, felsefi düzeyde ele alındığında anlam içinde yaşanan dünya ve evrenle ilişkiler kurmak, yaşamda fizyolojik ya da psikolojik bu ilişki çeşitlerinin bir öneme sahip olmasını arzu etmektir. Ancak insan anlamı yaratırken anlamsızlık kavramından da yararlanmıştır. Çünkü anlamsızlık da bir anlama sahiptir.

Teknik ilerleme ile birlikte öncelikle sinema ardından ise başlangıcından bu yana onun anlatım tekniklerinden yararlanıp kendine özgü bir anlatım şekli oluşturan televizyon çağdaş toplumlarda mit anlatma misyonunu üstlenmiştir. Televizyon işit-görsel bir araçtır. Televizüel anlatı ise işitsel olanın ağırlıkta olduğu bir anlatım biçimidir. Kitle iletişim alanında yapılan çeşitli çalışmalar, televizyonun işitsel yönünün daha ağırlıkta olduğunu göstermiştir. Popüler kültür ve onun en etkin yayılma araçlarından biri olan televizyon üzerine yaptığı araştırmalarla tanınan John Fiske, televizyon izlemenin tek bir etkinlik olmadığını belirtirken bunu sorunsuz ve tekmiş gibi gören pozitivist çalışmaları eleştirmektedir². Ona göre örneğin, çocukların televizyon “izlerken” sergiledikleri etkinlikler geniş çeşitlilik göstermektedir. Bunlar, yoğun bir şekilde televizyona yoğunlaşmaktan tutunda, her şeyin dışlanmasına, arkaları ekrana dönük şekilde onu yalnızca kulakla takip edip kendileriyle bağlantılı film müziği çaldığında ekrana dönerek izlemeye koyulmalarına dek çeşitlenmektedir. Yine, evin bir çalışma mekânı olduğu kadınlar

¹ Oğuz Adanır, **Sinemada Anlam ve Anlatım**, 2. Basım, Kitle Yay. , İzmir, 1994, 47 s.

² John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, 1. Basım, Ark Yay. , Ankara, 1991, 186-189 s.

için televizyon “izlemek” günlük ev işlerinin yapılması sırasında kulakla takip edilen ve ilgi alanı ile ilgili bir program olunca ekrana dönülen bir etkinliktir.

Televizyonun işitsel yönünün ağır bastığı bu anlatım biçimi sayesinde ilkel toplumda sözlü kültür içinde hayat bulan mitler, modern toplumda yani ikinci bir sözlü kültür döneminde televizyonda hayat bulmaktadır. Ancak bu kez arada önemli bir fark söz konusudur. İkel toplumda sınırlı yaşam alanı içinde hayat bulan mitler bugün modern toplumlarda televizyon sayesinde küresel alana taşınmıştır. İçerikleri de yaşam, doğum-ölüm, iyi-kötü gibi kavramlardan cinsiyet “*gender*”, bilim ve teknoloji gibi kavramlara kaymıştır. Özetle bir mit üretme aracı olan televizyon, ürettiği mitlerle o dönemin yükselen değerlerinin taşıyıcısıdır. Televizyon insanların gerçeklik algılarını kırarak onları bir imajlar evrenine hapsederken, görüntünün egemenliğinin sürdüğü bu dünyada kültür de bir imajlar kültürüne, bir gösteri alanına dönüşmüştür.

Televizyonun mitler anlatması öykü anlatımı ile eşanlamlıdır. Ayrıca bu öykü anlatımı sadece kurmaca bir yapısı olan *fiction* program türlerinde değil aynı zamanda gerçek olayları temel alan *factual* program türlerinde de bulunmaktadır. Televizyon aracı yapısı gereği olayları olduğu an içerisinde ve doğrudan izleyicilere sunmaktadır. Yani tüm bunlar şimdiki zaman kavramı içerisinde işlemektedir.

Modern toplumlarda televizyon mit üretme mekanizmasıyla ideolojik bir işleve sahiptir. Çünkü ideoloji kavramı tarihsel süreç içerisinde şekil değiştirerek büyük anlatılardan gündelik hayat pratikleri içine sızmıştır. Lefebvre'nin³ işaret ettiği gibi, modernlikten anlaşılması gereken yeni olanla ilişkidir. Gündelik ve modernlik ilişkisi karşılıklı olarak birbirini belirtir ve gizler, meşrulaştırır ya da telafi eder. Bu anlamda gündelik hayat artık itinayla incelenen bir nesne, örgütlenme alanı, iradi ve planlı bir öz-düzenlemenin uzay-zamanı haline gelmiştir. Örgütlenen gündelik hayat kapalı bir devre (üretim-tüketim) haline gelirken eski ideolojiler de şekil değiştirmiştir. Bugün ideoloji kavramı biçimcilik, bilimcilik vb. adlar arkasında saklıdır. Kitle iletişim araçları özellikle televizyon içinde yaşanan kapitalist sistemin değerlerinin yayıldığı en önemli araçtır. Modern insanın hayatı ve toplumsal gerçekliği televizyon

³ Henri Lefebvre, **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, 1. Basım, Metis Yay. , İstanbul, 1998, 77 s.

ekranından alımlaması onların gerçeklik algısının kırılması ve içinde yaşanan tüketim düzenine düşünmeksizin bağlanmaları gibi bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir.

Bu çalışma küresel düzeyde yayın yapan uluslararası televizyon kanallarının ki bu kanallardan kasıt belirli konularda uzmanlaşmış ve hedef kitlesi belirlenmiş kanalların ideolojik işlevinin Discovery Channel üzerinden araştırılmasını amaçlamaktadır. Günümüzde mikro ilişkiler düzeyine sızmış ideoloji kavramının uluslararası bir televizyon kanalının yayınlarından saptanması önemli bir sorundur. Araştırılan konunun her ögesine eşit derecede önem verme, nesnellik ve yöntembilim gibi bilimsel çalışmanın olmazsa olmaz unsurları burada öne çıkan kavramlardır. İki yıl gibi uzun bir araştırma dönemine yayılmış çalışmanın başlangıcında iletişim bilimlerinde sıklıkla kullanılan *Nitel İçerik Analizi* yöntemi uygulanarak örnek bir çalışma hazırlanmıştır. *Nitel İçerik Analizi* yöntemi uygulanırken araştırmanın öncelikle amacı, hipotezi ve örnekleme belirlenmektedir. Ardından konu ile ilgili kategoriler oluşturularak başta yola çıkılan kuramsal perspektif üzerinden ele alınan konu incelenmektedir. Yapılan ön çalışmada kanalın ideolojik duruşunun saptanması için eleştirel perspektif temel alınarak Discovery Channel’da Mart 2008’de yer alan programlar doğa, makine ve toplum gibi üç kategoriye ayrılmıştır. Ardından kanalda yer alan program türleri ortak temalar göz önüne alınarak bu üç kategoriden birine yerleştirilmiştir. Son olarak ise belirlenmiş temalar ve başta yola çıkılan kuramsal perspektif üzerinden örnekleme ele alınan programlar incelenmiştir. *Nitel İçerik Analizi* yönteminde araştırma konusunun, incelenmeden kategorileştirilmesinin ulaşılacak sonuçlara müdahale etmek anlamına geldiği ve bunun ise bilimsel çalışmanın tarafsızlık ilkesine aykırı düşmesi nedeniyle bu araştırma yönteminden vazgeçilmiştir.

Discovery Channel, mühendislik, makineler ve tıp gibi farklı dallardaki uzmanlık alanlarına ait programlara sahiptir. Bundan dolayı çalışmanın başlangıcında *Nitel İçerik Analizi* yöntemine ek olarak *Alan Araştırması* dâhilinde bir anket çalışması düzenlenmesi planlanmıştır. Bu uzmanlık alanlarında çalışıp kanalı takip eden kişilerle yapılan ön görüşmeler sonunda hedef kitleye ulaşılmasındaki güçlüklerden ve sosyal bilimlerde bu tür araştırmalarda örnekleme grubunun

heterojenliğinden dolayı bu çalışma sonlandırılmıştır. Ancak yapılan ön görüşmeler sayesinde ulaşılan kitlenin Discovery Channel'ı zihinlerinde nasıl konumlandıkları daha belirgin bir hale gelmiştir. Bu bilgiler çalışmanın sonuç kısmında aktarılacaktır.

Bu aşamadan sonra Discovery Channel'daki programların incelenmesinde *Karşılaştırmalı Biçimsel Anlatım Teknikleri* analiz yöntemi olarak belirlenmiştir. Bu yöntem daha önce Oğuz Adanır'ın *Sinemada Anlam ve Anlatım* kitabında ve Ragıp Taranç'ın "*Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları*" adlı doktora tezinde kullanılmıştır. Jenerik, çekim ölçekleri, çevre düzenlemesi, ışık ve renk, müzik, efekt, dramatik eğri ve bunların mizansen ile olan ilişkileri biçimsel anlatım tekniklerinde ele alınan başlıklardır.

Analiz yöntemi olarak biçimsel anlatım tekniklerinin kabul edilme nedeni ideoloji kavramının çağımızda içerik ve biçim ilişkisinde saklı olmasıdır. Günümüz dünyasını en iyi şekilde tasvir eden düşünürlerden biri olan Jean Baudrillard, geleneksel ideoloji literatürünün daha çok Marksist bir tanımlamaya sahip olmasını ve Marx'ın ekonomi politiğin eleştirisindeki meta/biçim çözümlemesini eleştirerek onun yerine gösterge ekonomi politiği eleştirisinde gösterge/biçim çözümlemesini ortaya koymuştur. Baudrillard, modern dünyada kitle iletişim araçlarının kapladığı yer ve etkileri konusunda gösterge/biçim çözümlemesinin daha uygun olduğunu söylemektedir. İdeoloji konusundaki bu perspektif değişimi günümüzdeki ideoloji kavramının işlevinin anlaşılmasında anahtar rol üstlenmektedir. Bundan dolayı Discovery Channel'da Nisan 2008'de yer alan yedi ayrı program türünden en fazla reyting alan programlar *Karşılaştırmalı Biçimsel Anlatım Teknikleri* üzerinden analize tabi tutulmuştur. *A Haunting, American Chopper, Mega Builders, Brainiac, Everest: Beyond The Limit, Stuntdaws* ve *Mean Machines* analizde ele alınan programlardır. Biçimsel analiz tamamlandıktan sonra çıkan sonuçlar üzerinden çalışmanın kuramsal yapısı oluşturulmuştur. Böylece *Nitel İçerik Analizi* yönteminden farklı bir yöntem kullanılarak araştırma nesnesine en az müdahale edilmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırma Jean Baudrillard'ın gösterge/biçim çözümlemesi buna bağlı olarak içeriksiz salt biçim haline gelmiş görünümüleri tasvir ettiği simülasyon kuramı ve eleştirel kuram özellikle de Frankfurt Okulu'nun etrafında çerçevelenmektedir.

Araştırmanın birinci bölümü üç başlıktan oluşmaktadır. İlk olarak ideoloji kavramının tarihsel kökeni ve geçirdiği değişimler anlatılmıştır. Burada 18. Yüzyılda ideoloji kavramının ortaya çıkışı aktarıldıktan sonra daha çok Marx ve neo Marksist düşünürlerin etkin olduğu 19. ve 20. Yüzyılda ideoloji kavramının anlamı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Son olarak ise kavramda bir perspektif değişimi sunması nedeniyle Jean Baudrillard'ın konuya ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

İkinci başlıkta televizyon ve gerçeklik ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bunun nedeni Discovery Channel'in kendisini dünyadaki bir numaralı *nonfiction* medya şirketi olarak tanımlamasıdır. Bu tanımlama yani programların *nonfiction* ya da *factual* olması aynı zamanda kanalın ideolojik duruşlarından birini göstermektedir. Bu başlık altında ilk olarak modern öncesi ve modern insanın gerçeklikle ilişkisine bakılmıştır. Burada modern öncesi ve modern insanın gerçeklik algısının farklı olduğu, modern yaşamda belirleyici olanın hız olduğu vurgulanmıştır. Paul Virilio'nun görüşleri etrafında şekillenen bu bölümde modern yaşamda hız kavramının bugün görüntülerin durmak bilmeksizin akışına işaret ettiği belirtilmiştir. Televizyonun sahip olduğu bu sunum şeklinin insanların gerçeklik algılarını da etkilediği belirtilirken modern insanın gerçeklik algısı irdelenmiştir. İkinci olarak televizyon aracının gerçeklikle olan ilişkisine bakılmıştır. Burada televizyon aracının yapısından kaynaklanan nedenlerden ve program yapım aşamasında gerçeklik algısının nasıl kırıldığı aktarılmıştır. Son olarak ise Discovery Channel'da yer alan program türlerinin gerçeklikle ilişkileri ortaya konarak tümevarım metodu ile kanalın gerçeklik konusu ile ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu kısımda kanalda büyük yer kaplayan teknoloji ve bilimle ilgili konuların gerçeklikle ilişkilerinin belirlenmesinde ve modern toplum, uzmanlık sistemleri, bilimsel bilgi gibi konuların eleştirisinde Anthony Giddens ve Zygmunt Bauman'ın görüşlerine yer verilmiştir.

Birinci bölümde yer alan üçüncü başlık tematik televizyon yayıncılığı ve bunun bir örneği olarak Discovery Channel'in tarihçesidir. Bu bölümde dünyada hızla

yayılan tematik televizyon yayıncılığına bakılarak bir belgesel film kanalı olarak kurulan Discovery Channel'ın geçirdiği değişim ve sahip olduğu diğer kanallar hakkında bilgiler verilmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümü çalışmanın uygulama kısmını oluşturmaktadır. İki başlıktan oluşan bölümde ilk olarak Discovery Channel'da yer alan programların *biçimsel anlatım teknikleri* üzerinden analizi verilmiştir. Bu bölümde kanalda en fazla reyting alan yedi program türünün yaklaşık 5 saat 30 dakika ve 3300 çekim sayısı üzerinden analizi gerçekleştirilmiştir. Analize ait sonuçlar her program özelinde ve karşılaştırmalı olarak verilirken elde edilen sonuçlar grafik ve tablolar yardımıyla görselleştirilerek daha anlaşılır hale getirilmiştir. Bu bilgilere ekler bölümünden ulaşılabilir.

İkinci başlıkta ise kanaldaki programların yapısal incelemesi yapılmıştır. Burada ilk olarak ideoloji problemi ele alınmıştır. Bu başlık altında Jean Baudrillard'ın görüşlerine yer verilerek konunun simülasyon, yeniden üretim düzeni ve tüketim toplumu ile olan ilişkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. İkinci olarak ele alınan konu teknik dil ve iletişim kopukluğu problemidir. Bu bölüm eleştirel kuram ve Frankfurt Okulunun son dönem temsilcilerinden Jürgen Habermas'ın *İletişimsel Eylem Kuramı* etrafında şekillenmektedir. Bu bölümdeki son kısımda ise televizyon aracının yapısından kaynaklanan problemler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Burada da eleştirel kuramın kapitalist ekonomik düzene ve medya yapısına yönelttiği eleştiriler yer almaktadır.

BÖLÜM I TEMATİK TELEVİZYON KANALLARININ İDEOLOJİK İŞLEVİ VE GERÇEKLİK İLİŞKİSİ

I. 1. İDEOLOJİ KAVRAMININ TARİHSEL KÖKENİ VE GEÇİRDİĞİ DEĞİŞİMLER

Bu bölümde ideoloji kavramı üç başlık altında incelenecektir. İlk olarak 18. yüzyılda kavramın ortaya çıkışı ve bu dönemdeki anlamı aktarılacaktır. İkinci olarak ideoloji kavramının tanımlanmasında daha çok Marx'ın ve neo-Marksist düşünürlerin etkisinin görüldüğü 19. ve 20. yüzyıl ele alınacaktır. Son olarak ise şu ana kadar ideoloji üzerine yapılan çalışmalarda pek yer verilmeyen Jean Baudrillard'ın düşünceleri kavramda bir perspektif değişimi sunması ve tezin içerik düzlemindeki ideoloji tanımını karşılaması nedeniyle ortaya konulacaktır.

I. 1.1. 18. Yüzyıl: İdeoloji Kavramının Ortaya Çıkışı

İdeoloji kavramı bugün “nesnel olmayan fikir ürünü” olarak algılanmasına rağmen tarihsel kökenine bakıldığında Avrupa’da bunun tam tersi bir anlama geldiği görülmektedir. Kavramın ortaya çıkışı Aydınlanma dönemi ile yakından ilişkili olsa da kökeni “*Batı Avrupa entelektüellerinin karşısına Orta Çağ dünya görüşünün yıkılmasıyla dikilen anlam ve hedef hakkındaki genel felsefi sorulardadır.*”⁴ Protestan etiğinin de desteklediği bu sorular, hayatın anlamlandırılmasında Kilise etkisindeki dogmatik düşünce yerine bireyin ve aklın ön plana geçtiği yeni bir dönemi tasvir eder. Aydınlanma devrinde ideoloji “doğru düşünme bilimine” verilen addır. Bu tanım insan zihnindeki fikirlerin nesnel olarak incelenmesi ve buna bağlı olarak insanlara istenildiğinde doğru düşünceleri düşündürmenin mümkün olduğunu savunan bir grup düşünür tarafından ortaya atılmıştır. “İdeologlar” olarak adlandırılan bu grubun ana düşüncesi insan fikrinin duyuların (sensation) bir ürünü olduğudur. Bu görüşün en önemli temsilcisi Fransız filozof Condillac’tır.

⁴ David McLellan, **İdeoloji**, çev. Ercüment Özkaya, 1. Basım, Doruk Yay. , Ankara, 1999, 14-15 s.

Condillac, insanların dünyayı nasıl algıladıkları üzerine fikirler yürütmüştür. Ona göre insanlar dünyayı eskilerin “ruh” olarak tanımladığı bir takım zihinsel ya da ruhsal kalıplarla algılamaz. Condillac’a göre sadece dıştan gelen etkileri deneyimleyen insan vardır. Duyumlar pasif bilinç işlemesi ile algılanmaktadır. Birden çok duyum devrede olduğu zaman dış etkinin gücüne göre “dikkat” devreye girmektedir. Dikkat, duyumlar arasındaki farkı ortaya koyarken; bu farkların kelimelerde simgeleşmesi sonucunda “dil” ortaya çıkmaktadır. Dil, bilgiyi sistematikleştiren bir simge sistemi olarak rasyonel çalışması ölçüsünde dıştan gelen etkiler de o kadar doğru algılanmaktadır.⁵ Dil eğer maksatlı olarak kullanılacak olursa insanlar gerçekleri yanlış olarak algılar. Fakat buna rağmen rasyonel bir dilin kurulması mümkündür. Condillac’ın görüşlerini Helvétius gibi diğer Aydınlanma dönemi filozofları daha ileri taşımıştır. Condillac’ın sözünü ettiği benliğin dıştan gelen etkilerle şekillendiği tezi gibi Helvétius da insanlardaki yetenek farklarının kaynağını farklı düzeylerde eğitim görülmesinde arar. Ona göre ahlaksızlık ya da kötülük bireysel olgular değil, sistemin ve devletin işleyişinin sonuçlarıdır.⁶ Aydınlanma dönemi ideologlarına göre ideoloji *“toplumsal çevremizi yeniden düzenleyecek, böylelikle de duyumlarımızı dönüştürecek ve fikirlerimizi değiştirecek olan bir safkan toplumsal mühendislik programıdır”*⁷

Fransız devriminin son aşamasında Konvansiyon idaresi sırasında ortaya çıkan ideologlardan biri olan Antoine Destutt de Tracy ideoloji terimini icat eden kişidir. Tracy, Condillac gibi tüm düşüncelerin temelinde fiziki duyumların olduğunu belirtmiştir. Ona göre dinsel ya da metafizik bir takım önyargılar bir kenara bırakılmalıdır. Bunun yerine insanlarda var olan yanlış düşünceleri düzeltmeye yarayacak bir düşünce bilimi ortaya konmalıdır. Tracy’nin amacı tüm fikirlerin kökenindeki teolojik bir takım unsurları yok ederek toplumsal alanda siyasetten iktisada kadar aklın egemenliğini ilan etmektir. Böylece evrensel düzeyde insan

⁵ Şerif Mardin, **İdeoloji**, 6. Basım, İletişim Yay. , İstanbul, 2000, 21 s.

⁶ y. a. g. c. , 22 s.

⁷ Terry Eagleton, **İdeoloji**, çev. Muttalıp Özcan, 2. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2005, 104 s.

*Fransa’nın toplumsal yeniden yapılanmasının kuramsal kanadını oluşturan bilim adamı ve felsefecilerden oluşan bir elit grup

gereksinimlerine uygun bir toplum temeli oluşturulabilir. Devrimin etkisi devam ederken Tracy, Institut National'a* katılmıştır. Napoleon'un da başta desteklediği enstitüde ideologlar çalışmaktaydı. Aydınlanma fikrine uygun bir eğitim sistemi oluşturmak için çalışan ideologlar ile Napoleon bir süre sonra karşı karşıya geldiler. Bu çatışmanın nedeni Napoleon'un "*imparatorluk rejimini pekiştirmek için ihtilal zamanında konmuş, dinsel kurumların eğitim yapma yasağını kaldırmış olmasıydı*"⁸ Napoleon'un devrimci idealizm sözünü tutmaması sonucunda ideoloji kavramının kendisi bir mücadele alanı haline gelmiştir. Böylece bir yanda Bonapart otoritarizmi diğer yanda ise ideoloji ile birlikte liberalizm ve cumhuriyetçilik yer almaktadır. İdeolog teriminin Napoleon'un dilinde küçültücü anlamda kullanılması ile Tracy ve benzeri enstitü üyeleri hayalperest olarak tanımlanmıştır.⁹

Burada dikkat çekici nokta başlangıçta metafizik bilgiye şüphe ile yaklaşan ve rasyonel bilginin peşinde olan ideologların Napoleon tarafından metafizik yaptıklarının iddia edilmesidir. İdeologlar ona göre başıboş soyut fikirler peşinde koşan gerçek yaşamdan kopuk yararsız kişilerdir. Kendi diktatörlük yönetimini meşrulaştırmak için kullanmak istediği dindarlığın ve duygusal yanılsamaların büyüsunü bozacak olan kişiler ideologlardır. İdeologlar, bu tersine çevirme ile işlevsiz hale getirilmiştir. İdeologlar "*aydınlar*" bu durumda devletin karşısına çıkmış ve Napoleon'un rejimine tepki göstermişlerdir. Onlara göre Aydın, fikirlerle çalıştığı için ideoloji üreticisidir burada fikirlerin içsel mantığı toplumdaki rolleri kadar etkilidir.¹⁰

Sonuçta 18. Yüzyılda ideoloji kavramı ile ilgili üç ayrı düşünüş tarzı tespit edilebilir. İlki, gerçeğin, içinden geçtiği ortamın etkisiyle değişip insan zihninde yanlış izdüşümler yaratabileceği; ikincisi, bu yanlış izdüşümlerin ortadan kaldırılabilecek bir yöntem "*doğru düşünme bilimi*" olduğu; son olarak ise Napoleon'un ideologları olumsuz, küçültücü bir sıfatla tanımlamasında olduğu gibi

⁸ Mardin, a. g. e. , 23 s.

⁹ Eagleton, a. g. e. , 105 s.

¹⁰ Mardin, a. g. e. , 24 s.

aydınların toplumsal gerçeklikten uzak bir takım soyut düşünceler içinde kaybolmasıdır.

I. 1.2. 19. ve 20. Yüzyılda İdeoloji Kavramı

İdeoloji kavramı kullanılmaya başlandığı 18. yüzyıldan bu yana kimi farklı ve çelişkili anlamları bünyesinde toplamıştır. İdeoloji tarihi üzerine yapılan çalışmalar ideolojilerle ilgili pek çok tanımlama ve sınıflandırmalar sunmuş olsa da tüm bu ayrımların tezin kapsamı içerisine alınamayacağı açıktır. Bundan dolayı kavramın sınıflandırılmasında temel olan bazı ayrımlar üzerinde durulacaktır.

Raymond Geuss, İdeoloji kavramının betimsel, yerici “pejoratif” ve pozitif tanımlamalarını ortaya koymuştur.¹¹ Betimsel ya da antropolojik anlamda ideoloji tanımı belirli bir toplumsal grup yahut sınıfa ait inanç sistemidir. İdeoloji bu anlamında siyasi bir yan taşımaz. Daha çok bir sosyal grubun inanç, algı ve davranışlarını çerçeveleyen bir özellik gösterir. Betimsel ideoloji hayatı anlamlandırmaya yarayan bir kategoridir. Pejoratif anlamda ideoloji, aynı zamanda genetik olarak yani kökeninde kusurlu fikirler anlamına gelir. Bu anlamında ideoloji kelimesi olumsuz bir anlama sahiptir. Bir kişi ya da gruba özgü eleştirel inanç ve değerler anlamına gelen pejoratif ideoloji bilinçli olsun ya da olmasın baskıcı bir iktidar biçimini desteklemeye yarar. Betimsel ideoloji verili bir toplum düzeni içinde var olan bir şey ve pejoratif ideoloji eleştirel bir tarzda ideoloji iken pozitif ideolojinin tanımlanıp ortaya konması daha güçtür. Herhangi bir, verili kültürel, toplumsal sistemde kişilerin dış dünyaya bakış açıları tarafsız bir olgu değildir. İnsanlar başta hayatta kalmak daha sonra ise kendi durumlarını daha iyiye taşımak için kendi istek ve çıkarları doğrultusunda yine verili düzen içinde kendilerine en uygun dünya görüşünü “ideolojiyi” seçerler. İşte buna pozitif anlamda ideoloji denilmektedir. Pozitif ideolojiyi yerici ideolojiden ayıran nokta bu istek ve çıkarların başkaları üzerinde sömürücü ya da tahakküm kurucu özellikte olmamasıdır.

¹¹ Raymond Geuss, **Eleştirel Teori**, çev. Ferda Keskin, 1. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2002, I. Bölüm

Geuss'un sınıflandırması dışında 19. Yüzyıldan bu yana ideoloji konusunda yoğunlaşan kuramsal çalışmalar üç ayrı yaklaşım üzerinde ilerlemektedir.¹² Bunlardan ilki ideolojiyi, yanlış bilinç kavramı ile tanımlamaktadır. Bu görüşe göre ideoloji toplumsal gerçekliğin öznelinin bilincinde yanılısma ile oluşan bilgisidir. Bu açıdan ideoloji, toplumsal gerçekliğin çarpık ve bozulmuş bilgisidir. Toplumsal pratiklerin insan bilincinin oluşumundaki önemini vurgulayan Marx yanlış bilinç kuramının da sahibidir. Marx'ın görüşleri negatif ideoloji tanımı etrafında şekillenmektedir. İkinci yaklaşım ideolojiyi hegemonya kavramı üzerinden tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre ideoloji, toplumsal sistemin çatışmalı yapısını bir arada tutan ve asıl olarak toplumsal sistemin kendini yeniden üretmesini sağlayan egemen ideoloji olarak ele alınır. Bu yaklaşımı savunan kişiler hegemonya kavramını ortaya koyan neo-Marksist Antonio Gramsci ve kurama Lacan'ın psikanalizinden yararlanıp yapısalcı bir yorum getiren Louis Althusser'dir. Bu yaklaşıma göre ideoloji kavramı nötr bir anlama sahiptir. Üçüncü yaklaşım ideolojiyi söylem kavramı üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Bu görüşe göre bütün toplumsal ilişkiler ancak dil dolayısıyla gerçekleşen pratiklerdir. Bundan dolayı ideoloji kavramının da açıklamak istediği toplumsal düşünce, değer ve anlamların oluşumunu toplumsal anlamların belirlenmesi/sabitlenmesi üzerinden ele alacaktır. Postyapısalcı Michel Foucault ideoloji kavramı yerine söylem kavramının geçmesini isteyen kişilerin başındadır. Bu kısa girişten sonra yanlış bilinçten söyleme uzanan yolda ideoloji kavramının değişiminin ele alınması yararlı olacaktır.

Marx'ın, ideoloji kavramı üzerine düşünceleri belirli bir bütünlükten yoksundur. Kant, Hegel ve Feuerbach gibi filozoflardan yola çıkıp idealist Alman düşünürlerini eleştirdiği Alman İdeolojisinden Kapitale uzanan yolda Marx'ın kavramla ilgili pek çok tanımlaması vardır. Odak noktası bilinç kavramı olan Marx'a göre insanların toplumsal pratikleri, bilinçlerini oluşturmaktadır. Böylece idealist felsefenin temel düşüncesine yani insan düşüncesinin toplumsal gerçekliği oluşturduğu fikrine karşı çıkmıştır. Marx'a göre "*sorunun kökeni yanlış fikirlerde değil, toplumsal gerçekliğin bu yanlış fikirleri üretecek biçimde kötü (yanlış) biçimlenmiş doğasındadır*"¹³ Yanlış

¹² Serpil Sancar Üşür, **İdeolojinin Serüveni**, 1. Basım, İmge Kitabevi, Ankara, 1997, 7 s.

¹³ McLellan, a. g. e. , 25 s.

bilinç kavramı ile Marx'ın üzerinde durduğu nokta sosyal yaşam ya da maddi pratiktir. Toplum ona göre çıkar çatışmaları üzerinden şekillenir. Ancak var olan toplumsal ve ekonomik dengesizlikler bir takım fikirlere üstü örtülerek gizlenmektedir. McLellan bu çıkar çatışmalarını iki nedene bağlamaktadır. Bunlardan ilki işbölümü diğer ise özel mülkiyettir. Marx' a göre:

“Fikirleri ideolojik kılan şey, bunların toplumsal ve ekonomik ilişkilerin gerçek doğasını gizlemeleri ve bu yolla toplumda ekonomik ve toplumsal kaynakların eşitsiz dağılımını haklılaştırmaya yardımcı olmalarıdır. Devamla, bütün fikirler değil, yalnızca toplumsal çelişkilerin gizlenmesine yardımcı olan fikirler ideolojiktir.”¹⁴

Marx, yanlış bilinç kavramını ortaya koyarken insanları ideolojiden etkilenen sadece pasif alımlayıcılar olarak ortaya koymaz; Ona göre insanlar yaptıklarının bilincindedir ancak içinde yaşadıkları yaşam koşulları nedeniyle böyle bir algıya sahiptirler. Marx'ın ideoloji ile ilgili tanımlamaları “*Kapital*”le birlikte değişir *Alman İdeolojisindeki* “camera obscura” metaforu bir yana bırakılır ve gerçekliğin yansıması olarak ideoloji tanımı ortaya konur. Buna göre “*ideoloji, gerçeklik hakkında bir yansıma değil, onun bilinç düzeyindeki bir izi bir görünümüdür*”¹⁵ Buna göre maddi koşulların yansıması ideoloji olarak tanımlanır. Örneğin kapitalist toplumda üretim ilişkilerinin temelinde yatan eşitsiz ve dengesiz durumun yerine malın dolaşım alanındaki özgür değişimi geçer. Bu ise kapitalizmin özgürlük ve eşitlik ideolojisini ortaya koyar. Marx'ın bir diğer ideoloji tanımı egemen sınıfların çıkarlarının ve bu çıkarların devamını sağlayacak düşüncelerin ideolojik olduğudur. Ona göre egemen sınıfların çıkarları bu sınıfın yapısal bir takım avantajları dolayısıyla toplumun geneline yansıtılır ve sanki onların düşüncesiymiş gibi değerlendirilir. Marx'ın “*Kapital*”de üzerinde durduğu bir diğer kavram “meta fetişizm”dir. Bu kavramla Marx “*kapitalist toplumda insanlar arasındaki fiili toplumsal ilişkilerin üretmiş oldukları metalar ile girdikleri sözde bağımsız etkileşim tarafından yönlendirildiğini öne sürer.*”¹⁶ Emeğin yerine metaların dolaşımının alması, toplumun meta mantığı ile parçalanması yani toplumsal etkinliğin var olan

¹⁴ y. a. g. e. , 27 s.

¹⁵ Üşür, a. g. e. , 13 s.

¹⁶ Eagleton, a. g. e. , 128 s.

kolektif yapısının meta düzeni ile parçalanması ve metaların toplumsal yapının yeni yapı taşları haline gelmesi meta fetişizminin doğurduğu sonuçlardır.

Gelinen noktada Marx ideolojisi:

“Artık zihinde tersine çevrilen gerçeklikle ilgili bir meseleden çok, gerçek bir ters çevirmeyi yansıtan zihinle ilgili bir meseledir; aslında, artık esas olarak bir bilinç meselesi olmaktan çıkıp kapitalist sistemin gündelik iktisadi işlemlerine demirlediği görülür. İdeoloji, her şeyden çok önce bir söylemler, inançlar ve üstyapısal kurumlar meselesi olmaktan çok, kapitalist ekonominin *kendine ilişkin yanlış algılar üreten** bir işlevidir”¹⁷ şeklinde tanımlamaktadır.

20. yüzyılın ikinci yarısında kapitalizm iki dünya savaşı ve bir takım sosyalist devrim denemelerinden hasar görmek bir yana daha da güçlenerek çıkmıştır. Gerçekleşen bu olaylar sayesinde Marx’ın ideoloji tanımlamaları kuramsal alanda tartışılmaya başlanmıştır. Kapitalizmin, Marx’ın ideoloji kuramında bahsettiği gibi zora ya da baskıya başvurmada kitlelerin onayını alması dikkat çekmiş ve ideoloji tartışmaları hegemonya kavramı bir başka değişle egemen ideoloji kuramı etrafında şekillenmeye başlamıştır. Burada öne çıkan kişi hegemonya kavramını ortaya koyan Antonio Gramsci’dır.

Gramsci, kuramsal modelinde devlet ve sivil toplum alanını birbirinden ayırır. Ona göre devletin alanı diktatörlüğe dayalı bir iktidar alanıdır. Yani zorlamaya dayanır. Oysa sivil toplum, onaya dayalı hegemonya alanıdır. Sivil toplumu özel olarak tanımlayan Gramsci’ye göre burası entelektüel ve moral düzeyde ideolojinin işleme alanıdır. Bu alan ideolojik mücadele pratikleri açısından doğrudan hegemonya alanını oluşturur.¹⁸ Gramsci’ye göre ideolojinin var olduğu alan sürekli mücadele ile karakterize olur, “*hegemonya, çoğunluğun kendisini ikincil konuma koyan sisteme rızasının sürekli biçimde kazanılmasını ve yeniden kazanılmasını içerir*”¹⁹ Başat ideolojinin ortaya koymak için çabaladığı toplumsal düzeni ikincil sınıflar her zaman doğrudan kabul etmezler. Burada tabi olanların rızasının kazanılması esastır ve ulaşılan denge durumu her zaman geçicidir. Hegemonya ve karşı hegemonyanın yüz

¹⁷ y. a. g. e. , 129 s.

* Alex Callinicos’un *Marxism and Philosophy* adlı kitabının 131 s. aktaran Terry Eagleton

¹⁸ Üşür, a. g. e. , 29 s.

¹⁹ John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, çev. Süleyman İrvan, 2. Basım, Bilim ve Sanat Yay. , Ankara, 2003, 225 s.

yüze geldiği bu alan direnç ve istikrarsızlık üzerinde temellenmektedir. Kısaca hegemonya oluşturmak “ *toplumsal yaşamda, birisinin kendi dünya görüşünü bir bütün olarak toplumun bünyesine baştan sona yayarak ve böylece kendi çıkarı ile toplumun çıkarını büyük ölçüde eşitleyerek, ahlaki, siyasi ve entelektüel liderlik kurması demektir*”²⁰ Hegemonyanın temel stratejilerinden biri ortak duyuların oluşturulmasıdır. Ortak duyular sayesinde ideolojiler doğallaşmakta ve otomatikleşmektedir. Bu açıdan bakıldığında yönetici sınıfın fikirleri ortak duyu olarak diğer insanlar tarafından kabul edilirse, ideolojik işleyiş kendini gizlemiş olmaktadır. Hegemonya, kapitalist bir ekonomik sistemde karşıt sınıflar arasındaki mücadele pratiği ile hayat bulan ve sistemin tümünün yeniden üretimine olanak sağlayan bir sentez halidir. Bundan dolayı hegemonik mücadele içindeki öznelerin açık bir sınıfsal varoluşu yoktur. “*ideolojik özneler ortaya çıkan yeni ortak iradenin yarattığı sınıflar arası özneler olarak tanımlanabilirler*”²¹ Gramsci’nin ideoloji kavramına katkısı ideolojiyi *sistemik düşünce* olarak tanımlamaktan kurtarıp onu gündelik yaşam pratiği içerisinde her gün yeniden biçimlenen bir kavram olarak tanımlamasıdır.

Althusser’de, Gramsci gibi kapitalist sistemin zorlamaya dayanmadan kendisini devam ettirmesi üzerinde durup bu bağlamda iktidar ile ideoloji arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmıştır. Althusser kuramında,

“ideolojiyi toplumun ekonomik temeliyle çok yakın bir neden-etki ilişkisinden özgürleştirdi ve onu, bir sınıfın diğerine kabul ettirdiği bir fikirler dizgesinden çok, tüm sınıfların katıldığı süre giden ve her yana yayılmış pratikler dizgesi olarak yeniden tanımladı”²²

Bu tanımlamayla ideoloji kavramı Marx’tan farklı olarak hem ekonomik indirgemecilik sorunundan kurtulmuştur hem de dışarıdan değil içeriden işleyen bir süreç olarak tanımlanmıştır. İdeolojiyi gerçekliğin sıradan bir yanılmacı temsili olmadığını söyleyen Althusser göre ideoloji insanların gerçeklikle ilişki yaşamaları anlamına gelir. Bu nedenle, ideolojinin en önemli özelliği insanları özgür ve özerk olduklarına inandırmasıdır: “*bütün ideolojiler somut bireyleri özneler olarak*

²⁰ Eagleton, a. g. e. , 168 s.

²¹ Üşür, a. g. e. , 35 s.

²² Fiske, a. g. e. , 223 s.

'oluşturan' (bu tanımlayıcı) işleve sahiptir"²³ İdeolojik alanda özne kendisinin içinde bulunduğu bölünmüşlük halini egemen ideolojik söylemin aynasından* geriye yansıyan tutarlı imgesi ile aşar.

Althusser'in kuramı yapısal işlevselci ideoloji kuramı olarak da adlandırılır ve "ideoloji, yapının özne üzerindeki etkisidir; özneye dışsaldır, çoğu zaman bilinçdışı olarak yaşanır ve öznelere egemen değerleri benimseterek onları sistemle uyumlu hale getirir."²⁴ Yine bu kuramın ideoloji çözümlemesinde egemen sınıf iktidarının devletin baskı aygıtları ve devletin ideolojik aygıtları olmak üzere iki araçla tahsis edildiği görülmektedir.²⁵ Althusser'e göre hükümet, yönetim, polis, mahkemeler, hapishaneler vb. devletin baskı aygıtlarıdır ve daha çok kamu alanında yer almaktadır. Devletin ideolojik aygıtları ise; kiliseler, eğitim sistemi, aile, siyasi partiler, vb.dir ve daha çok özel alanda yer almaktadır. Devletin baskı aygıtları zor kullanarak işlerken; devletin ideolojik aygıtları ise ideolojik onayı kullanmaktadır. Ancak bu ayrım işlevsel bir ayrımdır; devletin ideolojik aygıtları birçok durumda gizli ya da sembolik olarak şiddete ve baskıya yer verirler. Okullardaki disiplin cezaları ya da aile içinde kadınlara ve çocuklara yönelik şiddet buna örnek verilebilir. Bunun yanında baskı aygıtları da ideolojik onay mekanizmaları kullanırlar, örneğin mahkemelerin çok gelişmiş ve incelmış hukuk (suç ve ceza) söylemleri kullanmaları gibi.

Özetlenecek olursa Althusser için ideoloji ilk olarak, Marx'tan farklı olarak gerçekliğin kendi başına yansıması değildir. Bireylerin gerçek dünya ile ilişkisini kapsamaktadır. Yani bir temsil *representation* sistemidir. İkinci olarak ideoloji ona göre *çağırma/adlandırma mekanizması* ile çalışır. Ancak Althusser'in ideoloji

²³ L. Althusser, **Lenin and Philosophy**, London, 1971, 160 s. , Aktaran: McLellan, **a. g. e.** , 51 s.

²⁴ Üşür, **a. g. e.** 43 s.

²⁵ **y. a. g. e.** , 44 s.

*Althusser, ideoloji kuramını oluştururken psikanalitik öğelerden de yararlanmışır. Ayna benzeşmesi Lacan'ın "özne-ben'in işlevinin oluşturucusu olarak ayna evresi" adlı makalesine yapılmış bir atıftır.

kuramı indirgemeci ve genel olmasıyla ayrıca toplum içindeki öznelere pasif alımlayıcılar olarak tanımlamasıyla eleştirilmiştir.

Tarihsel süreç içerisinde Gramsci ve Althusser Marx'ın ideoloji kavramındaki eksiklikleri hegemonya ve özne oluşum süreçleri ile kapatmaya çalışmışlardır. Ancak kuramsal alandaki çalışmalar devam etmiş ve

“ideoloji kavramı zaman içinde yerini söylem kavramına bırakmış görünürken, kuramsal çözümlemenin odağı da ideoloji kavramının işlevselci analizinden (kapitalist sistemi yeniden üretmeye yarayan bilinç), ideolojik öznelere somut oluşum sürecine kaymış görünmektedir. Bu odak kayması aynı zamanda sınıfsal düzeyde ideoloji çözümlenmeleri yerine yalnızca sınıfsal olmayan toplumsal mücadele pratikleri içindeki ideoloji çözümlenmelerini gündeme getirmiştir.”²⁶

İdeoloji kavramını kaldırarak onun yerine söylem kavramını getirmeyi öneren Foucault ve takipçileri iktidar kavramı üzerinde çalışmışlardır. Althusser'deki devletin baskı ve ideolojik aygıtları ayrımını karşı çıkan bu gruba göre “*iktidar, ordu ve parlamento ile sınırlı bir şey değildir. İktidar, bundan öte, en mahrem sözlerimize, en küçük hareketlerimize bile sızan, her tarafa yayılmış tanımlanamaz bir güç ağdır.*”²⁷ Foucault, Marksist ve yapısalci modelleri eleştirerek söylem kavramı ile dilin anlam oluşturu ve düzenleyici özelliği üzerinde durur. Ona göre özne, söylem içinde var olur. Özne oluşumu aynı zamanda bilgi ve iktidar oluşum süreci ile aynıdır. Foucault, modern toplumların “kapatma” sistemleri olarak adlandırılan kurumlara sahip olduğunu söyler örn: hapisane, hastane, okullar vb. gibi Söylemin üretim, denetim ve yayılmasını da bu kurumlar sağlar. Sonuç olarak söylem somut bir toplumsal sistemin yani kapitalizmin ürünüdür.

I. 1.3. İdeoloji Kavramında Perspektif Değişimi: Jean Baudrillard

İdeoloji tarihinde 18. yüzyıldaki ideologların düşüncelerinden sonra ideoloji kavramına ilişkin temel değerlendirmeler Marx'ın görüşleri ile başlamaktadır. Marx'ın sonrasında gelen neo-Marksist düşünürler onun, kuramsal eksikliklerini giderme ve kurama bazı yeni açılımlar getirme çabasında olsalar da ideoloji denilince akla Marksist bir terminoloji; yanlış bilinç, sömürü, meta fetişizmi gelmektedir.

²⁶ Terry E. Boswell, **Recent Developments in Marxist Theory of Ideology**, *Insurgent Sociologist*, 13 (4), 1986, 5-25 ss. Aktaran: Üşür, a. g. e. , 67 s.

²⁷ Michel Foucault, **Discipline and Punish: The Birth of the Prison**, New York, 1977, Aktaran: Eagleton, a. g. e. , 26 s.

Batılı toplumlar II. Dünya savaşı sonrası yeni bir ekonomik ve toplumsal düzen içerisine girmişlerdir. Bu yeni yapıda Marx'ın bahsettiği ideolojik açıdan buyurgan, vahşi kapitalizm şekil değiştirip bir takım neo liberal açılımları bünyesinde toplayarak insanların içinde olmak için yarıştıkları yeni bir dünya düzeni haline gelmiştir. Bu yenedünya düzeni artık *ekonomi politiğin* yapı taşları olan; darlık, gereksinim, üretim gibi kavramlarla açıklanamamaktadır. Bu düzenin kuramsal alanda açıklamasında en büyük katkı Jean Baudrillard'a aittir. Özellikle “*Gösterge Ekonomi Politik Hakkında Bir Eleştiri*” ve “*Üretimin Aynası*” adlı kitaplarında Baudrillard, Marx'ın *ekonomi politik* ve ideoloji kavramı üzerine etraflı bir tartışma başlatmıştır. Bu alandaki tüm kuramsal çalışmanın tezin kapsamı içine alınabilmesi mümkün olmamakla birlikte tezin oturduğu kuramsal düzlemin ortaya konabilmesi için gerekli yerler aktarılmıştır.

Baudrillard'a göre: “Bizim batılı kültürümüz ancak sonu gelmeyen bir biriktirme (üretim) ve diyalektik süreklilik (tarih) gibi iki ilkeyle, hakikat (bilim) ya da devrim (tarihi materyalizm)in, üretim ve tarih adlı aynadan, şu gelişigüzel kod aracılığıyla ayrıcalıklı bir dönem gibi yansıtılmaları sayesinde evrenselleşebilmiştir”²⁸

Baudrillard Marksizm'in tarihi üretim tarihine indirgemesini eleştirir ve *ekonomi politik*'in kapitalist sistemde ekonomik ilişkileri açıklarken bir yandan onu bir model olarak yeniden ürettiğini belirtir. Marksizm, diyalektik ilişki içerisinde kendi kuramsal açılımını kendinden önceki toplumlara “ilkel toplumlar” ve sonrasına taşımakla çıkmaza girmektedir. Çünkü Marx'ın kuramsal düşüncü, içinde bulunduğu dönemi açıklamak için bir çaba olarak görülse bile kapitalizmin son aşamasındaki ekonomik ve toplumsal yapıyı açıklamada aciz kalmaktadır. Materyalist diyalektiğin, biçimi yeniden üretirken içeriği tükettiğini söyleyen Baudrillard'a göre Marx'ın ekonomi politik eleştirisi sona ermiştir. Burada ekonomi politige kesin bir çözüm getirmenin yolu, onun eleştirisinin ötesine geçilebilmesi ile mümkündür. Bu ise simgesel değiş tokuş kuramı ile gerçekleşebilir. Burada tüm güncel ideolojik boyutlarıyla, gösteren ve kod metafiziğinin eleştirisiyle işe başlanacaktır ve bunun adı *göstergenin ekonomi politikinin eleştirisidir*.²⁹

²⁸ Jean Baudrillard, *Üretimin Aynası*, çev. Oğuz Adanır, 1. Basım, Dokuz Eylül Yay. , İzmir, 1998, 104 s.

²⁹ y. a. g. e. , 45 s.

Baudrillard'a göre:

“genellikle ekonomi ve anlam alanı olarak adlandırılan bir evrende benzer şekilde yapılanan değerler, tamamlanmış bir ideolojik sürecin kesinlikle farklı terimlerle ele alınarak yeniden sorgulanmasını zorunlu kılmaktadır. Çünkü bu ideolojik süreç artık çelişkileri göstermeye ya da gizlemeye yarayan alt/üst yapı ilişkisi yani maddi (üretim sistemi ve ilişkileri) bir üretimle göstergeler üretimi (kültür, vs) üstüne oturmamaktadır. Bundan böyle bütün bunlar bir baştan diğerine aynı biçim ve nesnellik düzeyine sahip, aynı mantığa boyun eğen, genel bir ekonomi politiğin (eleştirisinin) bir parçası haline gelmiştir”³⁰

Bugün, Marx'taki tüm ikili karşıtlıklardan oluşan diyalektik yapı Marx'ın kendi kuramını ortaya koymak için yaptığı yapay ayrımlardır* Örnek olarak bilim ve ideoloji arasındaki klasik Marksist ayrımlamada bu göze çarpmaktadır. Marksizm kendisini bilimle eşitleyerek doğru bilgi olarak tanımlarken karşısında yanlış bilgiyi, yanılsamayı gösteren ideoloji bulunmaktadır.

Baudrillard, Marx'ın ekonomi politiğin eleştirisindeki meta/biçim çözümlemesi yerine; gösterge ekonomi politiği eleştirisinde gösterge/biçim çözümlemesini ortaya koyar. Ona göre ekonomi ve ideolojiyi yapay olarak birbirinden ayıran geleneksel ideoloji anlayışı, gösterilenler gibi bölümlenmeyen kültür ve göstergelerin ideolojik işlevlerinin algılanmasını olanaksızlaştırmaktadır. Egemen bir sınıfın ya da herhangi bir grubun ideolojisinden söz etmek her zaman, sahip oldukları ve diğer insanları düşünsel açıdan etkilemeye çalışan; ulus, ahlak, aile, hümanizm, mutluluk, tüketim gibi, temalardan, içeriklerden ve değerlerden söz etmek demektir. Bu sayılanlar kuramsal içerikler olmakla beraber gerçek durumların açıklanmasına yaramakta ve ideoloji de genel olarak kültürün, ekonomi ile kurduğu azalıp çoğalan ilişkiler olarak tanımlanmaktadır. *“bu durumda ideoloji hem gösterge üretimi, hem de maddi üretim tarafından oluşturulan bu biçimin kendisi, daha doğrusu bu biçimin iki ayrı mantıksal terimle ifadesi olmaktadır.”*³¹

³⁰ Jean Baudrillard, **Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri**, çev. Oğuz Adanır, Yayınlanmamış Çeviri, İzmir, 2008, 80 s.

* Baudrillard, Marx'ın kuramında önemli bir yer tutan proletarya'nın tek başına bir sınıf olmadığını burjuvaya karşı diyalektiğin getirdiği bir ayrımlamanın sonucu olduğunu belirtir. Bu konuda daha fazla bilgi için bkz. Üretimin Aynası, Marksist kuram ve işçi hareketi: sınıf kavramı bölümü

³¹ y. a. g. e. , 80 s.

Burjuvazi ya da Marksist düşünce metanın biçimini ve ürettiği soyut toplumsal emeği göz ardı etmekte ve onu özerk bir değer, aşkın bir gerçeklik olarak kabul edilmesini istemektedir. Bu görüşe göre kültür: *“bir ‘düşünce sistemi’ aracılığıyla karşılıklı bağıntılar kuran bilinçli insanların, olumsuzladıkları bu düşünceleri kendi aralarında değiş tokuş etmelerine sağlayan aşkın içeriklerden ibaret bir şeydir”*³² Baudrillard’a göre biçim somut bir içerik içinde soyutluğunu yitirirken kendisini bu içeriğe ait bir biçim olarak yeniden üretmek istemektedir.

“ Hem içerikleri hem de onları algılayabilecek bilinçli insanları aynı anda üreten (tıpkı üretimin bir yandan ürünleri bir yandan da gereksinimleri üretmesi gibi) büyüleyici sürecin adı biçimdir. Biçim, kültürü hem değerler (içerikler) ve bilinçli özneler şeklinde ikili bir aşkınlık hem de bu iki terim arasında metafizik bir değiş tokuş süreci içine oturtmaya çalışmaktadır. Burjuva düşüncesi, biçimi bu aşkınlık süreci içine yerleştirirken, Marksist düşünce de onu aynı aşkınlık süreci içine yerleştirmekle birlikte bunun bir *ideoloji* olduğunu iddia etmektedir”³³

İdeoloji kavramının günümüzde geldiği noktanın anlaşılmasında Baudrillard’ın perspektif değişimi yani gösterge ekonomi politişinin; gösterge/biçim çözümlemesi anahtar bir role sahiptir. Tez bağlamında Discovery Channel’daki programların incelenmesinde biçim/içerik düzleminde yapılan analiz televizyon dünyasında günümüzde ideolojinin nasıl işlediğinin ortaya konmasında önemli bir rol üstlenmiştir. İdeoloji kavramının tarihsel gelişiminin verildiği bu bölümde Baudrillard’ın konuya yaklaşımı genel hatları ile verilmeye çalışılmıştır. Tezin diğer bölümlerinde gerekli yerlerde gösterge/biçim çözümlemesinden yine yararlanılacaktır.

³² y. a. g. e. , 81 s.

³³ y. a. g. e. , 81 s.

I. 2. TELEVİZYON VE GERÇEKLIK İLİŞKİSİ

Kanaldaki programların yapısal incelemesinde ideoloji problemi başlığı altında değinilen konulardan biri Discovery Channel'in kendisini dünyadaki bir numaralı "nonfiction" medya şirketi olarak tanımlamasıdır. Kanalın kendisini "factual" yayıncılık ile tanımlaması diğer uluslararası televizyon kanallarından kendisini farklılaştırdığı unsur olmuştur. Kanaldaki programların, gerek karşılaştırmalı biçimsel anlatım tekniklerinde gerekse yapısal incelemesinde iddia edilenin aksine "fiction" özellikler taşıdığı ortaya konmuştur. Ancak kanalın yayın ideolojisinin daha iyi ortaya konabilmesi için kurmaca ile gerçeklik (*fiction-factual*) ilişkisinin daha ayrıntılı bir şekilde ortaya konması zorunluluktur.

Gerçeklik kavramı üzerine tartışmalar bilindiği üzere Antik Yunan'a kadar uzanmaktadır ve burada "hakikat" kavramı öne çıkmaktadır. Felsefi bir bağlama sahip olan gerçeklik ve hakikat arasındaki ayrım idealizm ve materyalist diyalektikte farklı olarak tanımlanmıştır. Gerçek, materyalist diyalektik felsefede bilinçten bağımsız iken idealist felsefede Platon'un *idea* kavramsallaştırmasında olduğu gibi insan bilincine bağlıdır. Tarihsel süreç içerisinde derin tartışmalara konu olan gerçeklik kavramının kökenleri bu tezin kapsamı içerisinde ele alınamayacak kadar geniş ve tezi asıl sorunundan uzaklaştırıcı özelliktedir. Bundan dolayı tezin kapsamı içerisinde kurmaca-gerçeklik ilişkisi genelden özele doğru olacak şekilde üç başlık altında toplanmıştır. İlk olarak kanalın içinde bulunduğu evreni tanımlayabilmek için modern dünya ve gerçeklik ilişkisi ele alınmıştır. İkinci olarak televizyon dünyası ve buradaki gerçeklik sunumu ele alınmıştır. Son olarak ise kanaldaki yedi farklı programın gerçeklikle ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

I. 2.1. Modern Dünya ve Gerçeklik İlişkisi

Gerçeklik kavramının algılanışı modern insan ve modern öncesi insan için farklı anlamlara sahiptir. Modern öncesi insan için, ikisi bir düşünülen hakikat ve gerçeklik Tanrı'nın tasarısının ürünü olup bu tasarı, Tanrı'nın yaratımı olarak cisimlenmiştir. Bu, yaratılış anından beri ortada olup dolayısıyla da saygılı bir tefekkür ya da gayretli bir çalışmadan başka bir şey istememekteydi. Her insanın varlık zinciri içerisindeki yerinin verili, tayin edilmiş ve değişmez oluşu, insanüstü ve ilahi bir

tasarının gerçekleşmesi olarak düşünülen bir dünya öneriyordu. Bu “*daimi yaratım*”ın olduğu modern dünyada böyle değildi. Artık insanın yerinin, insanın kendisi tarafından kazanılacak, fethedilecek, sağlamlştırılacak ve korunacak bir şeye dönüştüğü bu dünyada gerçekliğin verili ve insanüstü bir tasarının ebedi ürünü olarak görülmesi gittikçe zorlaşmaktaydı. Homojen bir düzenin tasarlanmış taslakları karışık ve heterojen gerçekliğin üzerine yerleştikçe artan sayıda farklılıklar ortaya çıkıyordu. Artık düzenin koşulu farklılıkların yıkılmasıydı. Bu yeni ve modern yıkım biçimi olan *yaratıcı bir yıkım*³⁴.

Bauman’ın sözünü ettiği *yaratıcı yıkım* süreci modern toplumlarda gündelik yaşamı derinden etkileyen konuların başında gelen değişim ve yeniliklere işaret etmektedir. Değişim ve ilerleme yani yarının daha iyi olacağı beklentisi modernizmin insan bilinci üzerindeki temel etkilerinden biridir. Paul Virilio: “*Hız, Batı’nın umududur*” demektedir. Modern toplumlar ki burada kasıt Batılı toplumları belirleyen ögenin mekân değil zaman olduğunu vurgulayan Virilio’a göre “*aslında ‘sanayi devrimi’ değil ‘dromokratik devrim’* demokrasi değil dromokrasi vardır, artık strateji değil dromoloji vardır*”³⁵ Batılı, kalabalık olmayan nüfusuna rağmen daha hızlı görüldüğü için baskın olarak kabul edilmiştir. Bu sayede sömürgeleri üzerinde egemenlik kurabilmiştir. Buna karşı, teknik olanaksızlıklarla hareketi engellenenler, sonlu bir dünyada oturan ve geçinip gidenler ise umutsuz halklardır. Hız kavramı, Batıda tarihsel süreç içerisinde taşımacılıktan, mermi ve füzeye, radyo ve televizyon vericisine bugün ise küresel enformasyon teknolojisine işaret etmektedir. Virilio’a göre:

“yeni küresel enformasyon teknolojisinde öne çıkarılan şey, artık mekân değil, zamandır. Daha doğrusu ‘hızlandırılmış zaman’dır. Hızlandırılmış zamanın doğrudan çıktısıysa ‘hızlandırılmış gerçeklik’ olgusunda karşılığını bulmaktadır. Buna bağlı olarak, dünyasal zamanı ve mekânı kavrayışın temelinde ‘etkin bir varoluş’tan ziyade, bir ‘tele-varoluş’ eğilimi yatmaktadır... Hem yoğunlaştırılmış hem de hızlandırılmış bir gerçeklik sunumunun etkisi, hız duyumuyla birlikte,

³⁴ Zygmunt Bauman, **Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları**, çev. İsmail Türkmen, 1. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2000, 173-174 s.

*Virilio’nun Hız ve Politika adlı kitabının temel kavramı olan dromoloji, Eski Yunanca dromos’tan (yol, yürüyüş, koşu, yarış) türetilmiştir; dromokratik devrim ise yol üzerindeki iktidarda devrim anlamına gelmektedir.

³⁵ Paul Virilio, **Hız ve Politika**, çev. Meltem Cansever, 1. Basım, Metis Yay. , İstanbul, 1998, 51 s.

dünyasal zaman ve mekânın doğallığını parçalamış, gerçekliği salt bir zaman dışılık ve mekân dışılık düzlemine indirgemıştır”³⁶

İmajların kontrolü altındaki *tele-varoluş*'ta olayları göstermeye aracı olan biçimler, asıl olayın hakikatin kendisi haline gelebilmektedir. Gerçeklik de, bu anlamda kendisini tanımlayıcı birçok temsile dönüşebilmektedir. “görüntü (*image*) kelimesi Latince kökenli olup ‘*imago*’ kelimesinden alınmış ve taklit ‘*imitate*’ ile ilişkilidir. Modern düşüncede görüntü (*image*) gerçeğin taklidi olarak anlaşılmaktadır”³⁷ İmajlar bu anlamda gerçekliğin yeniden üretilmiş, kurgulanmış parçaları olarak ortaya çıkmaktadır. Bugün gelinen noktada Baudrillard bu düşüncüyü daha ileri götürerek gerçekliğin otomatik olarak üretildiği işlemsel bir proje olarak görmektedir. Ona göre nesnel gerçeğin ortadan kaybolmaya başlamasıyla birlikte gerçeklik ilkesi giderek güçten düşmüş buna karşılık Bütünsel, Sanal bir Gerçeklik giderek güçlenmeye başlamıştır. “*anlam ve yeniden canlandırma*yla bağlantılı nesnel gerçeklik yerini bu sınır tanımayan, her şeyin gerçekleşebildiği, teknik anlamda somutlaştırılabildiği, herhangi bir ilke ya da nihai hedeften yoksun Bütünsel Gerçekliğe bırakmaktadır”³⁸ Böylece Baudrillard, ilke ve kavram olarak gerçeklik aşamasından teknoloji yoluyla bunun gerçekleştirildiği ve sürdürüldüğü bir aşamayı tanımlayan ilk kişidir.

Buraya kadar gelinen nokta özetlenecek olursa Discovery Channel'daki programların gerçeklikle ilişkilerinin tanımlanmasında gelişmiş Batılı toplumların içinde buldukları durum önemli bir yere sahiptir. Bugün Batılı toplumların belirleyici özelliği *hız*dır. Bu hız mekanik bir hızdan enformasyon ve imajların iletilmesine çevrilmiştir. Tüm toplumsal yaşam Guy Debord'un tanımıyla “*manzara yönelimli toplum*” haline gelmiştir. Bunun anlamı toplumsal alandaki her şeyin görselleştirmeye tabi tutulması ve onun dışında hiçbir şeyin anlamının olmamasıdır.

³⁶ Hüseyin Köse, “Virilio ve Hızlandırılmış Hakikat” (Gerçekliğin Yok Oluş Estetiğine İlişkin Bir Deneme), *Ege Üniversitesi İletişim Fak. Yeni Düşünceler Dergisi*, Sayı 1, Haziran 2005, 236-237 s.

³⁷ Kogava Tetsua, *Transformations in Filmas Reality- The Image and the Era of Virtual Reality*, Yamagata International Documentary Film Festival, 1996 Aktaran: Zafer Doğan, *Belgesel ve Gerçekçilik Hissine Doğru Adımlar*, Belgesel Sinemacılar Birliği 1. Ulusal Konferansı Bildirileri, Mart 1997, 90 s.

³⁸ Jean Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, çev. Oğuz Adanır, 1. Basım, Doğu Batı Yay. , Ankara, 2005, 14 s.

Baudrillard bu göstergeler evrenini “*Bütünsel Gerçeklik*” tanımıyla bir adım daha ileri götürür. Ona göre artık göstergeler yoktur, hiçbir yan anlamı olmayan görüntüler evreni onun yerini almıştır. Bu aynı zamanda simülasyon evreninin en üst aşamasına işaret etmektedir. Discovery Channel’daki programlar da kendi görüntüleri dışında herhangi bir yan anlama sahip değildir. Kanaldaki programların gerçeklikle ilişkileri daha ayrıntılı bir şekilde ortaya konmadan önce tamamen imajların hâkimiyeti altındaki bir toplumsal yapıda televizyon aracının gerçeklik sunumuna bakmak yararlı olacaktır.

I. 2.2. Televizyon Dünyası ve Gerçeklik Sunumu

Modern Dünya medyanın hâkim olduğu bir dünyadır. Burada insanların gerçeklikle ilişkisi kendilerine yansıtılan imajlarla sınırlıdır. Gerçekliğin kendisinin medya ürünü olan *hipergerçekliğe* dönüştüğü bir alanda medya anlamının dolayısıyla toplumsal olanın kaybolmasına yol açmıştır. Burada kitle iletişim araçları içerisinde televizyon öne çıkan araçtır. Televizyon ekranı, izleyiciyi sonsuz bir şimdi kavramı içerisinde tutmaktadır. Onun, gösterdiği görüntülerin öncesi ve sonrası yoktur; gösterilen her olay o an olup bitmekte ve sonrada ekrandan silinmektedir. Oysa gerçeklik zaman ve uzamdan oluşmaktadır. Zaman: geçmiş, şimdiki, gelecek zamandan oluşurken; uzam ise genişlik, yükseklik ve derinlikten oluşmaktadır. Oysa imajlar geçmiş ve geleceği siler sonsuz bir şimdiye referans oluştururlar bu ise televizyon aracının gerçekliğini oluşturur.

“bireyin yüzyüze geldiği biricik etkili gerçeklik, TV ekranında gördüğü gerçekliktir. Ekranda gerçekleşen ve bireyin gerçeklik diye gördüğü her şey, sadece noktalardan oluşan elektronik sinyaller sistemidir. Fakat birey bu sinyaller sistemini hakiki gerçeklik olarak algılar... Televizyonda gösterilen şey, önemli gerçekliğe dönüşür; oysa artık yaşanan şey hiç önemli değildir. İmajların aptallaştırıcı artışı, içinde konumlandırıldığımız bir yekpare evren oluşturur”³⁹

Televizyon aracının gerçeklik yaratıcı işlevi hakkında Bourdieu ise şunları söyler: “*şöyle böyle derken, bir kaydetme aygıtı olma iddiasındaki televizyon, gerçeklik yaratma aygıtı haline gelir. Artan bir ölçüyle, toplumsal dünyanın*

³⁹ Jacques Ellul, *Sözün Düşüşü*, çev. Hüsamettin Arslan, 1. Basım, Paradigma Yay. , İstanbul, 1998, 235 s.

televizyon tarafından betimlenip dayatıldığı evrenlere doğru gidilmektedir”⁴⁰ Buraya kadar televizyon aracının genel yapısının gerçekliği deforme edişi üzerinde duruldu. Bunun yanında bir o kadar önemli olan diğer bir husus ise televizyonun içerik düzleminde yani program üretimi aşamasında gerçekleşen gerçekliğin bozulmuş sunumudur. Kitle iletişim araçlarının gerçek dünyayı olduğu gibi yansıtamamasının en önemli nedeni “seçme yapma” zorunluluğudur. Vizörün gördüğü ve yakaladığı gerçeklik, gerçekliğin sadece bir yüzüdür. Bunun nedeni seçme işlemi ilk olarak nakledilecek olaylar üzerinde gerçekleşirken ikinci olarak ise bu nakledilecek olayların öğeleri arasında bir seçme daha yapılır. Bunun yanında “kitle iletişim araçlarının içeriği sadece gerçek dünyanın seçilmiş görünümünden oluşmaz, ayrıca imal edilmiş, yapay olaylar da insanlara gerçek dünyanın gerçek görünümüleri olarak sunulur”⁴¹ Gerek seçilmiş olayların sunumunda gerekse yapay olayların üretim ve kurgulanışları drama kavramı ile yakından ilişkilidir. Discovery Channel gibi “nonfiction” yayıncılık yaptıklarını iddia eden bir reality kanalın programlarının biçimsel analizinde de bu dramatik anlatış şekli ortaya çıkmıştır. Bir programın dramatik anlatışa sahip olması demek olayların çatışma, geciktirim, karşı karşıya gelme gibi dramatik bir takım unsurları içermesi ve sıradan olmayan bir şekilde kurgulanması demektir. Bu dramatik anlatım şekli daha önce pek çok çalışmada gösterildiği gibi gerçeğe en yakın tür olan haberlerden televizyon dizilerine kadar tüm programlarda kullanılmaktadır. Burada yeni olan bunun reality televizyonculuk içinde kullanılmasıdır.

Bu dramatik anlatı yani kurmaca yapısı gerçeğin meselleştirilmesini* gündeme getirir. Bu ise tamamen ideolojik bir işlemdir. Masallar ise gerçek anlatmaz, öykü anlatır. Fiction yani kurgu sözcüğü 14. Yüzyılda Fransızca yakınkök *fiction*'dan,

⁴⁰ Pierre Bourdieu, **Televizyon Üzerine**, çev. Turhan Ilgaz, 1. Basım, YKY Yay. , İstanbul, 1997, 26 s.

⁴¹ Daniel Boorstin, “**Drama in Life: The Uses of Communication in Society**”, Hastings House Publishers, New York, 1976, 181-200 s. Aktaran: Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Gündoğan Yay. , Ankara, 1991, 79 s.

*Mesel Fr. Parabole 1. İbret veren bilgece sözler ya da küçük öykü 2. Halk yazınında köylerde öykü yerine kullanılan bir terim TDK Büyük Türkçe Sözlük/ Yazın Terimleri Sözlüğü <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=veritbn&kelimesec=225633>

Latince *fictionem*'den İngilizceye girmiştir. Başlangıçta kelime düşgücüne dayalı edebiyat eserleri ve katışıksız (bazen bile bile aldatici) icat anlamına gelmekteydi. Sözcüğün edebiyata özgü anlamı 18. Yy sonlarından itibaren “*dramatic fiction*” ve 19. Yy ile birlikte ise romanlar ile eşanlamlı oldu; buna karşılık *nonfiction* (kurgu olmayan) ise kimi zaman ciddi okumanın eşdeğeri olarak görülmüştür⁴². Bugün gelinen noktada *fiction* sadece edebiyat eserlerine ait bir kavram değildir. Bir o kadar da görsel ya da işitsel medya ürünlerinin içine işlemiştir. Bunun yanında günümüzde *fiction* ile *factual* (kurmaca-gerçek) arasındaki ayrım da giderek silikleşmektedir. Ayrıca *factual* olduğu söylenen medya ürünlerinin ideoloji ile ilişkisi de sorunludur. Çünkü *factual* yani her olgusal olay ideolojik anlama sahip değildir. Olguların ideolojik olmasının ön koşulu bunların ekonomik, toplumsal ve kültürel özellikler taşımaya bağlıdır. Örneğin belgesel film (*nonfiction film*) ön koşullu olarak yapıldığı zamanla ilgili bilgi, mekân, toplumsal- kültürel çevre ve ideolojiyi yansıtır. Bundan dolayıdır ki belgesel filmler izleyicinin duygusal katılımını sağladıkları kadar düşünsel katılımını da sağlar. Oysa Discovery Channel’da yayınlanan programlar *nonfiction* olduklarını belirtmelerine rağmen herhangi bir toplumsal, kültürel veya ekonomik göndergeye sahip değildir.

Kanaldaki programların biçimsel analizinde ortaya konduğu gibi içerikten yoksun salt biçim halindeki bu programlar bir nevi içerisizlik ideolojisi ortaya koymaktadır. Burada amaç Baudrillard’ın bahsettiği gibi sistemin kendisini gidebileceği en son noktaya kadar götürmesidir. Baudrillard’a göre simülasyon evreninde diyalektik ortadan kalkmıştır. Ekonomi ötesi, politika ötesi ve toplumsal ötesi bir yapı söz konusudur. Toplumsalın ötesi kitle kavramına işaret etmektedir. Kitleler ise kendilerine dayatılan tüm anlam akışına rağmen gösteri istemektedir. Kitle iletişim araçları özellikle televizyon bunun gerçekleştiği yerdir.

“ekran ise, öznenin içinde kaybolduğu yerdir. Televizyon ışığı bir şey yansıtmaz, çünkü içsel bir ışıktır, olaylar ekranın yüzeyinde olup bitmektedir. Oluşum süreçlerinin nesnellliğini yok eden, bu ‘nesnel’ izleme düzenlerinin ulaştığı güncel sonuç, işte bu düzenbazlıktır. Öteki yani ‘nesne’ bilimsel

⁴² Raymond Williams, **Anahtar Sözcükler**, çev. Savaş Kılıç, 2. Basım, İletişim Yay. , İstanbul, 2006, 161-162 s.

ufkun semalarında yok olup giderken, olayla anlamda medya denilen ufkun semalarında yok olup gitmektedir.”⁴³

Buraya kadar geline nokta özetlenecek olursa, televizyon aracının gerçeklikle ilişkisi iki ana başlıkta toplanabilir. Bunlardan ilki aracın genel yapısının gerçekliği deforme edişi iken ikincisi ise programların oluşturulmasında *fiction* ile *factual* ayrımının ortadan kalkmasıdır. Discovery Channel’deki programların kurmaca-gerçeklik ilişkisinin daha iyi ortaya konabilmesi ve bu programların içerik düzlemindeki ideolojik öğelerin tespiti için kanalda tespit edilen yedi farklı program türünün* ayrı olarak ele alınması yararlı olacaktır.

I. 2.3. Discovery Channel’deki Programların Gerçeklikle İlişkisi

I. 2.3.1. A Haunting Programı

Doğaüstü-Polisiye programlar türündeki *A Haunting* programının konusu New York’taki şehir yaşantısından sıkılan Clara ve ailesinin kırsal bir alanda bulunan hayaletli eve taşınmaları ve başlarından geçen olaylardır. Programın biçimsel analizinde gösterildiği gibi televizyon filmi şeklinde çekilmiş olan program dramatik bir anlatıya, film noir ve korku sinemasının görsel stiline sahiptir. Programın gerçeklikle ilişkisine bakıldığında şu noktalar öne çıkmaktadır: *A Haunting*’de gerçekleşen olaylar gerçek olaylar değil kişilerin yaşadıklarını iddia ettikleri doğaüstü “*paranormal*” olaylardır. Programda dramatik anlatı içerisinde olaylar oyuncular tarafından canlandırılmaktadır. Bu sırada olayları yaşadıklarını iddia eden Clara ve ailesi ile röportajlar yapılmaktadır. Program “*docu-drama*” ve kurmaca öğeleri birleştirmektedir.

Docu-drama ya da *drama-doc* olarak adlandırılan türün kökenleri Yunan tragedyasına ve Shakespeare’in tarihi oyunlarına kadar uzanır. *Docu-drama* türü tartışmalı bir alandır. Bunun nedeni ise öncelikle ‘ad’ından kaynaklanmaktadır. Çünkü belgesel-drama deyimi bir anlamda birbiriyle hiçbir ortak noktası olmayan iki sözcüğü birleştirmektedir. Belgesel sözcüğü alışıla gelen bağlamı içinde gerçek dışı

⁴³ Jean Baudrillard, **Çaresiz Stratejiler**, çev. Oğuz Adanır, 1. Basım, Boğaziçi Üniversitesi Yay. , İstanbul, 2002, 81 s.

*Motosiklet ve Araba, Makineler ve Diğer Taşıtlar, Mühendislik, Doğa-Gezi, Doğaüstü-Polisiye, Meslekler ve Diğer programlar türleri

ve düşgücüne dayalı anlatılara karşıt olarak, dış dünyada fiilen gerçekleşen olaylara tanık olma anlamına gelmektedir. Oysa drama baştan sona yaratıma dayanan kurmaca olay ve karakterler içeren yapay bir türdür.⁴⁴ Belgesel-drama “*docu-drama*” olarak adlandırılan televizyon türü için kullanılan bir diğer ad Türkçeye *olgu-sal-kurmaca* biçiminde çevrilebilecek “*faction*” sözcüğüdür. *Faction* olgu anlamına gelen *fact* ile kurmaca anlamına gelen *fiction* sözcüklerinin kısaltılarak birleştirilmiş halidir. *Docu-drama*’lar televizyon dünyasında büyük ilgi gören türlerin başında gelmektedir. Özellikle “1960’ların başlarından itibaren dramatize edilmiş belgeseller, televizyonun öncülük ettiği sanatsal tür biçimlerinden biridir. Gerçek olayların dramatize edilmesi televizyonun en etkin ve verimli silahı olmuştur”⁴⁵ Bu türün televizyon dünyasındaki en önemli örneklerinden biri Jeremy Sandford’un 1966 yılında BBC televizyonunda yayınlanan *Cathy Come Home* adlı evden atılmış işsiz bir aileyi anlatan yapımıdır. Diğer bir yapım ise David Wolper’in ABC televizyonunda yayınlanan *Roots, kökleridir*. Alex Haley’in aynı adlı romanından sekiz bölüm olarak uyarlanan yapım Amerika’da büyük ilgi görmüştür. *Kökler* yayınlandığı dönem her gece izleyici sayısını artırmıştır. Bunun nedeni anlatı yapısının çok cazip bir şekilde kurulmasıdır. Her bölüm sonu diğer bölümün izlenilmesini sağlayacak bir merak unsuru ile tamamlanırken, yine her bölüm kendi içinde tek bir temayı işlemektedir. Bölüm sonunda da izleyiciye tematik çözüm sağlanmaktadır. Ayrıca *köklerin* anlatı yapısı, kölelik gibi ciddi bir konuyu ele alan drama için şaşırtıcı ölçüde eğlencelidir. Neredeyse tüm bölümler siyahlar adına küçük bir başarı, bir zafer, bir vaatle sona ererken dizinin içinde umut her anında hissedilen bir duygudur.⁴⁶

Docu-drama örnekleri olan *Cathy Come Home* ve *Roots* örneklerinde işçi ve siyahî hak kazanımları dile getirilmiştir. Bunun yanında 1950’lerle birlikte suçlu gençler, alkolizm gibi toplumsal problemlere uzanan pek çok dramatize edilmiş belgesel yapılmıştır. Bu yapımlar ile *A Haunting* programı karşılaştırıldığında çok

⁴⁴ Mutlu, E. , a. g. e. , 162-163 s.

⁴⁵ Ragıp Taranç, **Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları** adlı doktora tezi, İzmir, 1991, 40 s.

⁴⁶ Leslie Fishbein, “Roots: Docudrama and the Interpretation of History”, John E. O’Connor (der.) **American History/American Television: Interpreting the Video Past**, Frederick Ungar Publishing, New York, 1983, 283-284 s. Aktaran: Mutlu, E. , a. g. e. , 175 s.

büyük farklılıklar görülmektedir. Öncelikle bahsedilen yapımlar gerçek dünyadaki sorunların dramatize edilmiş sunumlarıdır. Oysa *A Haunting* programı tamamen doğüstü konuları içeren bir yapımdır. Bu açıdan gerçeklikle ilişkisi *sıfır derecesindedir*. Yine *Cathy Come Home* ve *Roots* dizilerinin gerçek dünyadaki toplumsal, ekonomik, kültürel alana göndermeleri söz konusudur. Bunun anlamı bu programların ideolojik bir yanı vardır. Oysa *A Haunting* programının böyle bir işlevi söz konusu değildir. Amaç bir kurmaca sinema filmi gibi yaklaşık bir saatlik süre boyunca izleyiciyi dramatik anlatı ile ekran başında tutmaktır. *A Haunting* programının *docu-drama* ile ortak yanı sadece olayları yaşadığını söyleyen Clara ve ailesi ile yapılan röportajlardır. Ancak biçimsel analizde belirtildiği gibi bu röportajlarda dramatik etki yaratacak şekilde özel aydınlatma ve dekorasyon içinde gerçekleştirilmiştir. Böylece programın gerilim ve korku öğeleri artmıştır.

A Haunting programı hakkında gerçeklikle kurulan bu ilişki dışında söylenebilecek bir diğer husus yapısal incelemede ideoloji problemi başlığı altında değinilen *yeniden üretim* kavramının yol açtığı sonuçlardır. Jacques Ellul *Sözün Düşüşü* adlı kitabında birinci sözlü kültür dönemi ile görsel iletişim çağındaki düşünme süreçlerini karşılaştırır. Eskiden de imajların öğrenme ve düşünme süreçlerinde etkin olduğunu ancak bunun günümüzle kıyaslandığında sınırlı kaldığını ayrıca imajların egemen olmadığından bahseden Ellul bu konuda şunları söyler: “Günümüzde yeni faktör, bizi bir düşünme biçiminin egemenliğine tabi kılan görsel yeniden üretimin (*reproduction*) başka her şey üzerindeki zaferinin etkisinden doğuyor. Bu üstünlük yenidir, bütünüyle yeni bir düşünme biçimiyle karşı karşıya değilsen bile yenidir”⁴⁷ *A Haunting* programında *Exorcist* filmi ile kurulan metinlerarasılık ve görsel ikonografideki benzerlikler bu yeni entelektüel düşünme sürecinin bir örneğini oluşturmaktadır. Aynı özellik *Brainiac* programının *superbrainiac* bölümünde *Süpermen* filmi ile gerçekleştirilmektedir. Sinemadan televizyona ya da kimi zaman tam tersi görsel ve teknik aktarımlar modern yaşamda insanlara belli bir düşünme şeklini dayatmaktadır. Bu ideolojik işlev ile tüm insanlar zihinlerinin artalanındaki görsel imaj deposu ile hayatı anlamlandırmaktadır.

⁴⁷ Ellul, J. , a. g. e. , 253 s.

I. 2.3.2. American Chopper Programı

American Chopper programı gerçek hayatlarında da motosiklet tasarımı ile uğraşan baba ve iki oğul Teutul'ı konu alan bir hobi programıdır. Program biçimsel analizde gösterildiği gibi huysuz bir baba, idealist tasarımcı büyük oğul ve pek fazla işe yaramayan küçük kardeş arasındaki dramatik anlatı ile şekillenmektedir. Anlatı yapısı sitcom dizilerini anımsatan programın jeneriğinde de comic stilde *American Chopper the series* yazısı bulunmaktadır. Program motosiklet yapımını mizah ve eğlence öğeleri ile birleştirmiştir. Bu yapı akıllara durum komedileri olarak da adlandırılan sitcom “*situation comedy*” dizilerini getirmektedir. Programın gerçeklikle ilişkisinin ortaya konmasında durum komedilerinin kökeni ve gerçeklikle ilişkileri önemli bir yere sahiptir.

Neil Postman'a göre “*eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisidir. Neyin gösterildiğinin ya da hangi bakış açısının yansıtıldığının hiçbir önemi yoktur; her şeyin üstünde tutulan varsayım, hepsinin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır*”⁴⁸ Postman, Amerikan televizyonunun amacının tamamen izleyicilerine eğlence malzemesi sunmak olduğunu belirtir. Ayrıca sadece eğlence programlarının değil, tüm medya metinlerinin eğlendirmeyi hedeflediğini söyler. Bu aynı zamanda tüm televizyon programlarının mizahla yakından ilişkili olduğunu gösterir. Mizah diğer adıyla gülmece kökeni tragedy ile Antik Yunan'a kadar uzanan en eski anlatı tarzlarından biridir. “*mizah bir yandan halkı eğlendirirken, diğer taraftan bir karşı koyuşu besler. Bir tarafı gülmedir, diğer tarafı olaylar arasında nedensellik bağı kurarak düzene karşı çıkmadır*”⁴⁹ Televizyon gülmece dünyasının başat biçimi ise durum komedisidir. Televizyon, anlatıları evcilleştiren bir özelliğe sahiptir. Durum komedisi tüm eski komedi geleneğinin, “*eskilerin ünlü komik ve komedilerinin ve onların dünya görüşlerinin daraltılmış, aile ve problem komedisi haline indirgenmiş bir biçimdir*”⁵⁰ Durum komedileri Amerikan kökenli

⁴⁸ Neil Postman, **Televizyon Öldüren Eğlence**, çev. Osman Akınhay, 2. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 102 s.

⁴⁹ Bilal Arık, “Durum Komedilerindeki Mizahın İdeolojik Analizi”, **İletişim ve Ötesi**, Ed: Bilal Arık, Mustafa Şeker, 1. Basım, Tablet Yay. , Konya, 2007, 19 s.

⁵⁰ Ronald Berman, **How Television Sees Its Audience: A look at the looking glass**, Sage Publications, Beverly Hills CA, 1987, 13 s. Aktaran: Mutlu, E. , a. g. e. , 231 s.

program türleri olup başlangıçtan günümüze *aile* çevresinde odaklanan yapımlardır. 1948-1955 yılları arasındaki durum komikleri Amerikan orta sınıfının geleneksel aile yapısıyla ve onların budalalıkları ile izleyiciye hoş vakit geçiriyordu. 1955-1965 yılları arasında ise *çekirdek aile*ye dayalı durum komikleri ilgi görmeye başladı. 1960'ların kısıtlı durum komedilerinin dünyası gençlerin değişen dünyanın kurallarına bağlı kalarak büyümeye çalışmalarıydı. 1970'lerin durum komiklerinde *sosyal aile* gündeme gelmiştir. Bu dönemde konular çekirdek aileden boşanan ailelere ve onların sorunlarına yönelmiştir. 1978-1990 arasında durum komedilerinde aile yapılarında fantastik anlatımlar yoğunlaşmıştır. Bu yıllardan akla gelen en önemli sitcom *Cosby Ailesi*dir. Dizi tüm gün espri üreten fantezi ürünü bir aileyi anlatmaktadır*

Durum komedileri televizyonun *evcilleştirici işlevinin* sonucu olarak *kurulu düzenin değerlerini* savunsunlar ya da komedinin *özgürleştirici doğası* nedeniyle özellikle 70'ler deki gibi aile problemleri, eşcinsellik vb. konulara değinsinler her iki durumda da ideolojik işleve sahiptirler. *American Chopper* programı bu programlarla karşılaştırıldığında sadece sulu mizah yönünden bir ortaklık söz konusudur. Programın sitcom gibi dramatik bir kuruluşa sahip olması onu gerçeklikten koparan öğelerin başında gelmektedir. Çünkü sitcomda gerçeklik aynen sunulmaz bir hikâyeleştirme söz konusudur. Bunun yanında Teutul ailesi yapay bir ailedir. Çünkü bu programdaki ailenin öncelikle annesi yoktur. Program gerçek kişiler üzerinden gitmesine rağmen hiçbir zaman bu kişilerin toplumsal, ekonomik, kültürel bilgileri verilmemektedir. Her programda bir grup adam bir araya gelmekte ve dış çekimlerin çok sınırlı olduğu yapımda atölyeye kapanıp motosiklet tasarlamaktadır. Programın *factual* olma iddiasına karşılık bu programdaki hiçbir olgunun ideolojik anlamı yoktur. Teutullar bir aile simülakıdır. Teutul ailesinin durumu Loud ailesi ile ilişkilendirilebilir. Loud ailesi 1971 yılında Amerikan televizyonun hazırladığı bir programdır. Programda ideal, tipik bir Amerikan ailesinin günlük yaşantısı herhangi bir senaryo olmaksızın filme alınmıştır. Kusursuz bir aile yaşantısı çizen Loudlar programın bitiminde dağılmışlardır. Medyanın gerçeği hipergerçeğe dönüştürmesi

*Durum komedilerinin daha ayrıntılı tarihsel gelişimi için bkz. Ragıp Taranç "Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları" adlı doktora tezi 71-75 s. Erol Mutlu, Televizyonu Anlamak 235-255 s.

işte bu aşamadır. Baudrillard'a göre Loudlar ilkel bir toplumdaki gibi kurban edilmişlerdir. Tek fark bu kurban töreninin *mediumun* ışıkları altına gerçekleştirilmesidir.

“hakikat televizyonun kendisidir. Bu hakikat düşünce, ayna, perspektif kurallar, panoptik sistemle bakışa özgü bir hakikat değildir. Bu hakikat araştıran, soruşturan anketle; yoklayıp, parçalarına ayıran laser'ın; delikli bir film şeridine dönüşmüş yaşamsal kalıplarla davranışlarımızı belirleyen genetik kodun yanı sıra duygusal evrenimizi de örgütleyen hücrelere özgü geçici bir hakikattir. TV adlı 'medium' aracılığıyla Loud ailesinin karşı karşıya kalmış olduğu hakikat, işte böyle bir hakikattir”⁵¹

American Chopper programı bir hobi programı olarak motosiklet dünyasına ait teknolojik yenilikleri izleyiciye açık olarak sunmamaktadır. Yaklaşık bir saatlik program süresi sonunda motosiklet tüm dramatik akış içerisinde yapılmış olarak izleyici önüne çıkmaktadır. Çalışma zamanı ile boş zaman etkinliklerinin birbirinden ayırma tüketim toplumunun en önemli özelliklerinden biridir. Bu toplumsal yapıda kültür ticarete dönüştürülerek boş zaman artık pazarlanan bir kavram haline gelir. Kültürün ticarete dönüştürülmesi ise *ideolojik esneklik* anlamına gelmektedir. Bunun dışında *American Chopper* programında üretilen motosikletlerin her biri kişiye özel tasarımlardır. Tamamen el emeği ile üretilen bu araçlar işçilik ve özellik olarak piyasada bulunan diğer motosikletlerden üst bir konumdadır. Bundan dolayı fiyatları da emsallerine göre oldukça pahalıdır. Tüketim toplumu eskinin sınıf sistemi gibi bir toplumsal ayırmaya sahip olmasa bile tüketim gruplarının oluşturduğu hiyerarşik bir düzenlemeye sahiptir. Bauman bu konuda herkese bir tüketim tarzı rolü biçilebileceğini, herkesin tüketici olmayı isteyebileceğini ve o hayat tarzının sunduğu fırsatlardan faydalanabileceğini söyler. Ancak Ona göre herkes bir tüketici olamaz. Arzulamanın yetmeyeceğini söyler ve gerçekten arzuyu arzulanır kılmak için kişinin, arzuladığı nesneye yaklaşabileceğine dair makul bir umut taşıması gerektiğini belirtir. Bu, bazıları için beslenebilecek bir umutken, çoğu için nafîle bir umuttur. Hepimizin seçenekler dünyasına mahkûm olduğumuzu belirten Bauman, ancak gerekli araçlara sahip olanların seçici olabileceğini söyler.

“ bilinen bütün öteki toplumlar gibi, postmodern tüketim toplumu da katmanlı bir toplumdur. Bir toplumun üyelerini ayırdığı katmanların kapsamına bakarak o toplumu bir diğerinden ayırmak

⁵¹ Jean Baudrillard, **Simülakrlar ve Simülasyon**, çev. Oğuz Adanır, 3. Basım, Doğu Batı Yay. , Ankara, 2005, 52 s.

mümkündür. Bir tüketiciler toplumunda ‘yukarı’ ve ‘aşağı’ katmanları belirleyen, tüketicilerin hareketlilik dereceleri, olmak istedikleri yeri seçme özgürlükleridir”⁵²

Bundan dolayı *American Chopper* programında tasarlanan motosikletlere toplumun sadece küçük bir kesimi sahip olabilmektedir. Bu ise ideolojik olanın artık gündelik yaşam ve tüketim düzeni içinde gizli olduğunun göstergesidir.

I. 2.3.3. Mega Builders Programı

Mega Builders programı mühendislik alanındaki bilimsel, teknolojik yenilikleri izleyicilere sunan bir programdır. Konu itibariyle Discovery Channel’da yayınlanan programlar arasında gerçekliğe en yakın olan program, biçimsel analizde ele alınan bölümünde Hong Kong limanında yapılmakta olan *Stonecutters* köprü inşaatı anlatılmaktadır. Biçimsel analizde gösterildiği gibi program realiteye ilişkin bir konuyu kurmaca bir yapıttaki gibi dramatik sunum içerisinde anlatılmaktadır. Köprü inşaatına ait proje merak öğesi ve geciktirim unsuru kullanılarak tırmanan bir gerilim içerisinde izleyiciye aktarılmaktadır. Programda karakterizasyon kullanılırken proje başmühendis Andreas Schwarz’ın çocukluk düşü olarak gösterilmekte ve program sonunda kişisel bir başarı olarak izleyiciye sunulmaktadır.

Mega Builders programını sadece realiteye ilişkin konusunu kurmaca şeklinde sunuşu ile tanımlamak eksik bir tanımlama olacaktır. Bunun kadar önemli bir diğer husus ise programın konusu olan bilimsel-teknik yeniliklerin içerik düzlemindeki sunumu ve bunun ideoloji ile olan yakın ilişkisidir. Bilim ve teknoloji Aydınlanma düşüncesi ile birlikte insanoğlunun hayatında daha geniş bir yer kaplamaya başlamıştır. Daha önceki dönemlerde bilginler araştırmalarını dünyadan yalıtılmış bir şekilde sürdürürken, tekniğinde yaşamı değiştirebilme yetisi sınırlıydı. İnsanların çoğu için bilimle karşılaşma alanı sadece okul yıllarıydı. Bu dönemlerde ilköğretim düzeyinde eğitimden bile nüfusun çok sınırlı kesiminin yararlandığı düşünülecek olursa insanların çoğu bilimle hayatları boyunca karşılaşmıyordu. Oysa bugün,

“bilim ve teknolojiyle yeni bir karşılaşma yaşadığımızı söylemek daha doğru olur. Uzun bir süre boyunca bilim ve teknoloji, şimdi olduğundan daha fazla hayattan yalıtılmıştı. Bugün bilimsel

⁵² Zygmunt Bauman, **Küreselleşme**, çev. Abdullah Yılmaz, 2. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2006, 99 s.

bulgular ve teknolojik değişimler bizi anında etkilemektedir; onlarla aramızda geçmişte olduğundan çok daha karşılıklı bir ilişki var”⁵³

Bu karşılıklı ilişkinin kurulmasında kitle iletişim araçları bugün önemli bir görev üstlenmiştir. Bugün bilimsel ya da yarı bilimsel literatür dergilerde yer almaktadır bunun yanında farklı bilimlere konu alan radyo-televizyon yayınları, film ya da gösteriler pek çok insanın ilgisini çekmektedir. Neil Postman’a göre, “*teknoloji saf ideolojidir*” Tarihsel süreç içerisinde bakıldığında hem bilim hem de kitle iletişim araçları gücünün, kapitale sahip olanın elinde olmuştur. Bu anlamda her ikisi de ideoloji ile yakından ilişkilidir. Sıradan insanın bilime doğrudan doğruya ulaşmalarının men edilmesi sonucunda kişisel gereksinimlerini, tarafsız ve güvenilir, fakat dışarıya tamamen kapalı ve büyük ölçüde teknik olan bilim diline çevirecek ve bilimsel yargıyı ise tekrar sıradan insanın anlayacağı tavsiyelere dönüştürecek bir aracı gerekiyordu. Bu aracı *uzmandır*. Uzman, aynı anda, hem güvenilir ve kişi üstü bilginin kaynağını soruşturma hem de bir kişinin en derin düşünce ve özelemlerini anlayan insandır. O, yorumlayıcı ve aracı bir kişi olarak, nesnel ve öznelin ayrı dünyaları arasındaki bir köprüdür.⁵⁴ Giddens’a göre insanın gelişiminin başlarında önemli bir yere sahip olan *ontolojik güvenlik** kavramı modern toplumlarda soyut sistemlere duyulan güven ile ikame edilmeye çalışılmaktadır. Soyut güvenlik sistemlerinin başında uzmanlık bilgisine güven gelmektedir. “*sokaktaki adamın uzman sistemlerine duyduğu güven ne bu süreçlere tam bir katılıma ne de söz konusu süreçlerin ürünü olan bilgiler üzerindeki uzmanlığına dayanır. Bir bakıma güven, kaçınılmaz olarak ‘inancın’ bir parçasıdır*”⁵⁵ Yapısal incelemede teknik dil ve

⁵³ Anthony Giddens ve Christopher Pierson, **Modernliği Anlamlandırmak (Anthony Giddens’la Söyleşiler)**, çev. Serhat Uyrkulak ve Murat Sağlam, 1. Basım, Alfa Yay. , İstanbul, 2001, 109 s.

⁵⁴ Zygmunt Bauman, **Modernlik ve Müphemlik**, çev. İsmail Türkmen, 1. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2003, 255 s.

*Ontolojik güven, insanın gelişiminin başlarında özbenliğin istikrarlı koşullarına ve dış çevreye duyulan temel güvendir. Bu güvenlik kavramı öncelikle nesne ya da olayların sürekliliği duygusuna dayanmaz. Daha çok kişisel güvenden kaynaklanır ve yaşam boyunca süren başkalarına güven duyma gereksinimini oluşturur. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Anthony Giddens, *Modernliğin Sonuçları* adlı kitabı

⁵⁵ Anthony Giddens, **Modernliğin Sonuçları**, çev. Ersin Kuşdil, 3. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2004, 35 s.

*Bir nesne ya da bir olayın birden fazla kategoriye sokulabilmesi müphemlik olarak adlandırılır. Dile özel bir düzensizlik olan müphemlik, dilin sınıflandırma fonksiyonunun iflası anlamına gelir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Zygmunt Bauman, *Modernlik ve Müphemlik* adlı kitabı.

iletişim kopukluğu problemi başlığı altında ele alındığı gibi modern toplumlardaki uzmanlık alanları farklı disiplinler arasında iletişim kopukluğuna neden olur. Bauman'a göre modern toplumları belirleyici özelliklerden birisi müphemliktir.*

Modern proje bir yandan şeyleri adlandırmak, sınıflandırmak ve düzenlemek ister ancak ona karşılık bu sınıflandırmaları ihlal eden, adlandırmalara direnen müphem konular vardır. Buna karşılık modern proje bu *bahçecilik özlemleri* sonucunda kendisi müphem konular üretir. İşte bu müphemliğin modernlikle ikircimli ilişkisini ortaya koyar; “*aracı uzmanlık ve buna eşlik eden teknoloji, bilmeyi yapmaktan ve bilenleri de yapanlardan ayırarak, toplumun bütün (yaşam dünya işlevlerinin bütünlüğü içinde hiç kimse uzman değildir) üyelerinin yaşam dünyalarını, daimi ve keskin bir müphemlik ve belirsizlik alanına çevirir*”⁵⁶

Mega Builders programında yapılan köprü inşaatının izleyici tarafından tam anlamıyla anlaşılması bu nedenlerden dolayı mümkün değildir. Biçimsel analizde gösterildiği gibi çekim ölçekleri ve alıcı devinimleriyle yapılan işin büyüklüğünün vurgulanması ve içerik düzleminde ise sahip olunan bu anlatım şekli programın ideolojik yönünü oluşturmaktadır. Programda inşaat projesi *American Chopper* programında motosiklet yapımında olduğu gibi bir saat sonunda son bulmaktadır. Bundan dolayı *Mega Builders* programı için teknoloji amaç değil araç konumundadır. Discovery Channel, bilimsel ve teknolojik realiteyi *factual* bir yayıncılık iddiası ile sunmasına karşılık program gerçekliğin manipülasyonuna hizmet etmektedir.

I. 2.3.4. Brainiac Programı

Brainiac programının konusu bilimsel deneyler ve bilgi problemidir. Özellikle fen bilimlerine ait genel yasaların yapılan deneylerle kanıtlanmaya çalışıldığı programda eğlence ve mizah ögesi öne çıkan kavramlardır. Biçimsel analizde gösterildiği gibi program her hafta yayınlanan rutin 14 bölüm ve haftanın deneylerinden oluşmaktadır. Deneyler skeç benzeri bir yapıda her biri üç beş dakika sürecek uzunlukta sunulurken merak ögesi ve yarışma olgusu gibi öğeler kullanılarak

⁵⁶ Bauman, Z. , 2003, a. g. e. , 271 s.

dramatik bir anlatı oluşturulmaktadır. Fen bilimleri gibi realiteye en yakın konuları *Brainiac* programı, çok yüzeysel bilgiler vererek sunarken ayrıca sunumu ile gerçeklikten uzaklaşmaktadır.

Neil Postman'a göre “televizyon bizim kültürümüzde kendisiyle ilgili bilgi edinmenin esas aracıdır” Bundan dolayıdır ki eskiden büyük ciddiyet içinde ele alınan bilimsel gerçekler bile televizyonun süzgecinden geçtikten sonra salt eğlence nesnelere olarak sunulmaktadır.

“bilimsel düşünce, geçmişinin büyük bir bölümünde köleliğe karşı olmasına rağmen, kendisini gösteri hâkimiyetinin hizmetine adamayı tercih eder. Bu noktaya gelmeden önce bilim görece bir özerkliğe sahipti. Kendi payına düşen gerçekliği düşünmeyi bilirdi... Artık bilimden dünyayı anlaması ya da herhangi bir şeyi iyileştirmesi beklenmemektedir. Bilimden beklenen tek şey, sadece olup biten her şeyi anında doğrulamasıdır”⁵⁷

Bilimsel bilginin günümüzdeki bu sunumu ile haber ve bilginin kitle iletişim araçlarındaki sunumu arasında ilişki kurulabilir. Baudrillard, her geçen gün daha çok haber ve bilgiye karşın giderek daha az anlamın üretildiği bir evrende yaşadığımızı söyler ve bununla ilgili üç ayrı varsayım ortaya koyar. Üçüncü varsayımına göre, haber, anlamı doğrudan yok ya da nötralize eden bir şey olduğu ölçüde haber enflasyonu ile anlam deflasyonu arasında, oldukça belirgin ve zorunlu bir ilişki vardır. Ona göre anlam yitiminin, anlamı yok edip, ikna edici bir haber biçimine sokan kitle iletişim araçlarının müdahaleleriyle bir ilişkisi bulunmaktadır. Haber kendi ürettiği içerikleri, iletişimi ve toplumsalı yok etmektedir. İletişim kurmak yerine sahnelediği iletişim oyunu içinde kaynayıp giderken; anlam üretmek yerine sahneye koyduğu anlam üretimi oyunu içinde kaynayıp gitmektedir. Bu devasa bir simülasyon sürecidir.⁵⁸ Bu açıdan bakıldığında *Brainiac* programında ele alınan bilimsel deneyler ve bilgiler bilim *simülakrı* olmanın ötesine geçememektedir. Sanal gerçeklik ve dijital imajlar gibi önemli konularla ilgilenen Kevin Robins de televizyon ve video teknolojilerinin bilgiyle ilişkisi hakkında şunları söyler:

“televizyon ekranı bize bir enformasyon zenginliği sunar ama aynı zamanda da görünenin gerçekliğini ekran dışında tutma ve bilgiye engel olma işlevleri de vardır... Dünyanın gerçeklikleriyle ilgili bilgi ve haberleri veren ekran aynı zamanda bu gerçekleri görme ve bilme şokuna karşı da bir

⁵⁷ Guy Debord, **Gösteri Toplumu**, çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, 2. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2006, 205-206 s.

⁵⁸ Baudrillard, J. , 2005, **a. g. e.** , 115-117 s.

perde oluşturmaktadır. Bu teknolojik görme biçimi sayesinde görülenden belli bir mesafede kalmak mümkün. Burada anestezi edilmiş bir bilme biçimine izin verilmektedir”⁵⁹

Brainiac, biçimsel analizde belirtildiği gibi pek çok patlamalı, gürültülü deneyleri içeren bir programdır. Kullanılan yüksek orandaki ayrıntı çekimler ile bu deneyler izleyiciye sunulmaktadır. Biçimsel analiz için görüntülerin alındığı Nisan 2008’de *Brainiac* programının her hafta yayınlanan bölümlerinden biri olan *yavaşlatılmış çekim*’de (*things but very slowly*) her hafta farklı nesnelere kırılırken yavaş çekimde kameraya alınmaktadır. İlginç olan nokta bahar döneminde *Brainiac* programında bir bölüm olan *yavaşlatılmış çekim*, güz yayın döneminde kendisi tek başına bir program haline gelmiştir. *Time Warp* olarak adlandırılan program “*Dünyayı durdurmak ve görünmezi görünür kılmak*” sloganı ile tanıtılmaktadır. Robins’e göre yeni vizyon ve görünürlük yapısının yaşam deneyimi ve anlamlandırma yapısında önemli etkileri olmuştur. Ona göre sinemasal temsilde anlam yapıları diyalektik etkileşim yoluyla oluştuktan sonra kişisel ve kolektif anlatımlara dönüşmektedir. Bunda deneyimi yaşayan benlik ile uzaklaşmış, yansıtan benlik arasındaki farklılık etkindir. Oysa elektronik imajlara gelince bu farklılık yıkılmıştır. Bunda imajların baş döndürücü özellikte olması etkindir. Temsilin hayal edici gücüne yönelik alan yerini varlık ve deneyimin sarhoş edici anımsalığına bırakmıştır. Kendini kaptırma yani şok, uyarı ve heyecan vardır ama deneyimin psişik veya yaratıcı dönüşümünü etkileyecek öznel bir bölge yoktur.⁶⁰ *Brainiac* programı da içerdiği bu yapısı ile bilimsel gerçeklerin sunulduğu bir program olmaktan çok izleyici üzerinde anlık şoklar ile heyecan duygusu oluşturan bunu merak ögesi ve dramatik akış ile izleyiciye ulaştıran bir yapıdır.

I. 2.3.5. Everest: Beyond The Limit Programı

Everest: Beyond The Limit programı bir grup dağcının Tibet bölgesinde yer alan dünyanın en yüksek dağı olma unvanını taşıyan Everest dağına yaptıkları yolculuğu konu almaktadır. Program dağa tırmanan dağcılarının yaşadıkları zorlukları ve macerayı ekrana getirmektedir. Konusu gereği gerçeklikle yakından ilişkili olan programda dağcılarının büyük kesimi ise amatör kişilerden oluşmaktadır. Bu kişiler

⁵⁹ Kevin Robins, **İmaj**, çev. Nurçay Türkoğlu, 1. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 1999, 189 s.

⁶⁰ y. a. g. e. , 227-228 s.

farklı ülke ve meslek gruplarından bir araya gelmiş kişilerdir. Her biri farklı kişiliklerden oluşan grup dramatik anlatının kurulmasında önemli bir yere sahiptir. Çünkü program boyunca takip edilen şey bu kişiliklerden hangisinin dağa tırmanma aşamalarını başarı ile geçeceği. Program Discovery Channel'daki diğer programlar gibi *nonfiction* olma iddiasına karşılık anlatım şekli ile tamamen kurmaca bir yapıya sahiptir. Bunda dağa tırmanma aşamalarına koşut oluşturulan dramatik akış kadar dağcılarının amatör kişilerden oluşması da etkindir. Programda gerçek dağcılarının kullanılması belki bu kadar renkli kişilikleri bir araya getirmeyecekken anlatı bu yapısı ile izlenilir kılınmıştır.

Discovery Channel'ı izleyicilerin tercih etme nedeni bilgi edinme amacıdır. Programlar kendi alanlarındaki konularda izleyiciye bilgi verme iddiasındadır. Ancak diğer pek çok program türünde görüldüğü gibi *Everest: Beyond The Limit* programı da bu konuda eksik kalmaktadır. Program bir grup dağcının Everest dağına tırmanışını anlattığı kadar dağcılık sporu ile ilgili bilgiler vermektedir. Bu ise gerçeklik algısının bozulduğu ikinci bir aşamadır. Baudrillard'a göre kitle iletişimini tanımlayan teknik araçla *en küçük ortak kültür*'ün birleşimidir. EKOK* olarak adlandırılan bu işlemsel bilgiler ile kişiler tüketim toplumuna eklemlenmektedir. Bauman ise "*sıradan, günlük, aşına olan şeyler, 'elimizin altındaki dünya' ve 'tartılmayan bilgi' 'pre-reflexive knowledge' -yani bizi şaşırtmayan ve sorgulama ve tahkik istemeyen her şey- aynı zamanda da bütün idrakin başlangıç noktası ve en güvenli sığınağıdır*"⁶¹ demektedir.

Everest: Beyond The Limit programında dağcılık sporuna ilişkin verilen bilgiler son derece yüzeysel kalmaktadır. Dağa tırmanma ile ilgili verilen bilgiler ya da kişilerin kan hemoglobinin (kırmızı kan hücresi) değerleri ve kronik dağ hastalığı gibi dağa tırmanırken karşılaştıkları sağlık sorunlarına ilişkin bilgiler ayrıntıya girilmeden verilmektedir. Dağcılık bir *alt kültür* alanı olarak tanımlanacak olursa programda verilen bilgiler Baudrillard'ın bahsettiği gibi *en küçük ortak kültürü* oluşturacak

⁶¹ Bauman, Z. , 2000, a. g. e. , 188 s.

*En küçük ortak kültür hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz. Jean Baudrillard, Tüketim Toplumu adlı kitabı 126-130 s.

şekilde sunulmaktadır. Bu ise *Everest: Beyond The Limit* programı için dramatik anlatıdan sonra gerçeklik algısının kırıldığı ikinci aşamadır.

I. 2.3.6. Stuntdaws Programı

Stuntdaws programı her hafta Arnold Schwarzenegger'in profesyonel dublörü olan Peter Kent'in amatör dublör adaylarına verdiği eğitimi anlatan bir yapımdır. Program başlangıçta gerçek kişileri ve onların başarı ya da başarısızlıklarını anlatmasıyla gerçeklikle yakından ilişkili görülmektedir. Ancak programın anlatısı biçimsel analizde gösterildiği gibi dramatik bir anlatı içerisinde gerçekleşmektedir. Bunun yanında tıpkı ele alınan diğer programlar gibi karakterizasyonla izleyici ile dublör adayı arasında duygusal yakınlık kurulmaktadır. Tüm bu öğeler programın gerçekliği sunma iddiasını kırmaktadır.

Modern yaşam içerisinde insanlar pek çok nedenden dolayı gazete okumakta ya da televizyon izlemektedir. Ancak bu nedenlerden hiç biri onların bilgilenme ve gerçeği öğrenme konusunda ısrarlı olduklarını göstermemektedir. Çünkü onlarda magazin haberlerinin, reklamların ve duygusal dramaların gerçeklikle ilişkisi olmadığını bilmektedir. Ancak buna rağmen her gün durmadan tekrarlanan bu öyküler onları kendi yaşamlarının sıkıcılığından uzaklaştırdığı ve rahatlattığı için vazgeçilmez olmaktadır.⁶² *Stuntdaws* programı da biçimsel analizde ele alınan bölümünde Kory Grim adlı amatör bir dublörün western filminde yanma sahnesini başarı ile canlandırmasını ve profesyonel dublörlüğe adım atmasını anlatmaktadır. Dramatik anlatı içerisinde zor koşullarda yaşayan Kory ile izleyici arasında duygusal bir bağ kurulmaktadır. Kapitalist sistemin en etkin şekilde işlediği Amerika'da yaşayan Kory bireysel başarısıyla izleyicilere umut vaat etmektedir.

Stuntdaws programının gerçeklikle ilişkisinde ele alınması gereken bir diğer nokta şudur. Programın ele alınan bölümünde Peter Kent "*Hard Knock Miner*" adlı bir western filmini çekmektedir. Program *factual* olma iddiasına karşılık *fiction* bir sunuma sahip olarak gerçeklik algısını bir kez kırarken; kendi içerisinde tamamen *fiction* bir yapımla olan western filminin çekimini ve program sonunda gösterimini

⁶² Sadık Güneş, *Medya ve Kültür: Sessiz Yağınların Kültürel İntiharı*, 1. Basım, Vadi Yay. , Konya, 1996, 120 s.

sunması ile bu algıyı ikinci kez kırmaktadır. Bunun sonucunda programda neyin gerçek neyin kurmaca olduğu birbirine karışmıştır. Bu sayede *Stuntdaws* programı kusursuz bir simülasyon örneği olmaktadır.

I. 2.3.7. Mean Machines Programı

Mean Machines programı makineler ve diğer taşıtlar türüne ait bir programdır. Konu olarak günümüzde çeşitli makine ve taşıtlara ait yenilikleri ekrana getirmektedir. Bilimsel ve teknik yeniliklerden bahsetmesi nedeniyle *Mega Builders* adlı programla arasında ilişki kurulabilir. Ancak program bu teknik yenilikleri ve gelişmiş makineleri Transatlantik müsabakaları adı altında bir yarış formatında sunmaktadır. Her hafta Avrupa ve Amerika kökenli bir araç ya da makine çeşitli yeterlilik testlerinden geçirilmekte bu sırada ise izleyiciye bunlarla ilgili bir takım teknik bilgiler verilmektedir. Biçimsel analizde ele alınan bölümde Kanada'ya ait Tigercat ve Finlandiya'ya ait Ponsse adlı yük taşıyıcılar yarıştırmaktadır.

Program biçimsel analizde gösterildiği gibi realiteye ilişkin öğeleri kurmaca bir yapıda izleyiciye sunmaktadır. Araçlar beş ayrı güç ve dayanıklılık testinden geçirilmekte ayrıca dramatik bir akış içerisinde geciktirme unsuru kullanılarak yarışlar izleyiciye sunulmaktadır. Bunun yanında her iki takımın yarışmacıları olan Luc ve Eric'in geçmişi, ailesi hakkında bilgiler verilmekte böylece izleyici ile yarışmacılar arasında bir bağ kurulurken yarışmacılar sadece takımları için değil kendileri içinde yarışır hale gelmektedir. Programda teknik realitenin art alanı verilmemektedir. Yani bu makinelerin nasıl tasarlandığı, yapımlarındaki ayrıntılar izleyiciye verilmemektedir. Bu anlamda tıpkı *Mega Builders* programında olduğu teknik amaç değil araç haline gelmiştir. *Mean Machines* programı için önemli olan Discovery Channel'daki diğer pek çok programda olduğu gibi realiteye ilişkin unsurların kurmaca bir yapı içerisinde sunulması ve izleyici oranının yükseltilmedi. Program gerçeklikle ilişkisi bu şekilde deforme edilirken salt bir eğlence programı haline gelmektedir.

Baudrillard'a göre simülasyon evreninde toplumsal, diyalektik süreçlerin ortadan kalkmasıyla birlikte yerini kitleye bırakmıştır. Sistem, özellikle medya alanında sürekli anlam ve haber üreterek kitleleri hala özgün bir toplumsal yapı olduğuna

inandırmaya çalışmaktadır. Ancak “kitleler bu akılcı iletişim zorlamasına insanı aptallaştıracak bir biçimde karşı koymaktadırlar. Onlar anlam yerine gösteri istemektedirler”⁶³ *Mean Machines* programı da bu gösteri tutkusunun bir yansıması olarak kabul edilebilir. Program teknik yenilikler gibi realiteye en yakın konuları bile kurmaca yapı içinde sunarak gerçeklikle ilişkisini *sıfır derecesine* indirmiştir.

I. 3. TEMATİK KANALLARA BİR ÖRNEK DISCOVERY CHANNEL

I. 3.1. Tematik Kanallar

Kitle iletişim araçlarına ilişkin ilk dönem araştırmalar incelendiğinde bu araçların belirleyici özelliğinin, teknik araçlar kullanılarak, zaman ve mekân içinde, büyük sayılarda tekrarlanabilen mesajların büyük izleyici topluluklarına iletilmesi olduğu görülmektedir. Ancak zaman içerisinde iletişim teknolojileri farklılaşmıştır. *Yeni Medya* olarak da adlandırılan yeni iletişim teknolojileri bir takım yeni düzenlemeleri de içinde taşımaktadır. *Yeni Medyanın* üç karakteristik özelliği bulunmaktadır: Bunlardan ilki iletişim sürecinde *etkileşimin* varlığı gerekmektedir. İkinci olarak bu teknolojiler büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapabilecek kadar *kitlesizleştirici* “*demassification*” olabilmektedir. Son olarak ise bu teknolojiler birey için uygun bir zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler. Aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırarak *eşzamansız* “*asenchron*” bir özellik taşımaktadırlar.⁶⁴

Modern yaşamın her alanındaki uzmanlaşma eğilimi kitle iletişimini ve özellikle görsel medyayı da etkisi altına almıştır. Burada öne çıkan kavram tematik televizyon yayıncılığıdır. Tematik televizyon kanallarının doğuşu bu uzmanlaşma eğilimi ve tüketim toplumu ile yakından ilişkilidir. Tüketim toplumu diğer tüm alanlarda olduğu gibi medya alanında da ürün çeşitlenmesi ve farklılaşmayı beraberinde getirmiştir. Popüler kanallar olarak adlandırılacak büyük kanalların programlarının, magazinleşme, reklam baskısı ve reyting savaşları arasında içerisizlikleşmesi

⁶³ Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde-Toplumsalın Sonu*, çev. Oğuz Adanır, 1. Basım, Doğu Batı Yay. , Ankara, 2003, 17 s.

⁶⁴ Haluk Geray, *İletişim ve Teknoloji (Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları)*, 1. Basım, Ütopya Yay. , Ankara, 2003, 18-19 s.

izleyicide tematik kanallara bir yönelmeyi de beraberinde getirmiştir. Bunun yanında tematik kanallara talep artışının diğer bir nedeni ise teknolojideki gelişmelerden ötürü maliyetlerin düşmesidir. Daha önce karasal yayıncılık, tematik kanallar için riskli ve pahalı bir yatırım olarak görülürken uydu teknolojilerindeki gelişmelerin etkisiyle kablolu yayınların ve dijital platformun hitap ettiği kitle gittikçe artmaktadır. Bugün Digitürk, D-Smart, kablolu Tv ve uyduda toplanan tematik kanallar çoğunlukla tek bir konu üzerinde yayın yapmaktadır; spor, haber, belgesel, dizi, çocuk, sinema, müzik kanalları bunlara örnek verilebilir. Bu kanalların bir özelliği de reklam verenlere sağladığı faydadır. Bilindiği üzere tecimsel kanalların en büyük gelirlerini reklamlar oluşturmaktadır. Tematik kanalların hedef kitlesinin popüler kanallara göre çok daha spesifik ve belirli olması sonucunda reklam verenler ulaşmak istedikleri kitleye çok daha kolay ulaşabilmektedir. Dünyada olduğu gibi Türkiye açısından da bakıldığında tematik kanallar geleceğin yayıncılık anlayışını göstermektedir. Yaşamın her alanındaki teknolojik gelişmeler sonucunda dijital platformlar bugün radyo ve televizyon yayınları yanında, elektronik posta, uzaktan bankacılık ve uzaktan alışveriş gibi hizmetleri de abonelerine sağlamaktadır. Tüm bu gelişmeler gün geçtikçe *kişisel televizyonlara* doğru bir evrimin habercisi olarak yorumlanabilir.

Dijital yayıncılığın ve tematik kanalların Avrupa ve Amerika'daki bugünkü durumunun saptanmasında IDATE'ın "*Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe*" yayınladığı bildiri yararlı olacaktır. 1977 yılında kurulan IDATE, Avrupa'nın önde gelen pazar analizi ve danışmanlık firmalarından biridir. Misyonu medya sektöründeki müşterilerinin stratejik karar alma süreçlerine katkıda bulunmaktır.⁶⁵ IDATE, ETCA "*European Thematic Channels Association*" Avrupa tematik kanallar birliğinin ve ACCES "*Association of Cable and Satellite Channels*" kablo ve uydu kanalları birliğinin kurucu üyesidir. Avrupa'da 1996 yılında ilk olarak dijital uydu sunucularının başlatılmasından bu yana dijital Tv kendisine hızlı bir şekilde yer bulmuştur. Dijital, bugün kanalların daha çok sayıda olması ve daha iyi resim-ses kalitesi ile eşanlamlıdır. Dijital Tv sunucularının

⁶⁵ <http://www.idate.fr/pages/index.php?idr=8&rubrique=std&idl=7>

gelişimine paralel olarak 16/9 televizyonların ve DVD oynatıcıların popülerliğine tanıklık edilmiştir. AB’de dijital evlerin 1996-2006 yılları arasında büyümesine bakıldığında şu sonuca ulaşılmaktadır. Dijital uydu abone sayısı 1998’de 5 milyon haneye ulaşırken 2006 yılında bu rakam 25 milyona yaklaşmıştır. Yine dijital kablo abone sayısı 2000’lerin başında 5 milyon haneye ulaşırken 2006 yılında bu rakam 20 milyon haneyi aşmıştır. Buna karşılık dijital karasal Tv abone sayısı 1998’den 2006’ya kadar 5 milyona dahi yaklaşmamıştır. Aynı yıllar arasında Amerika’daki oranlara bakıldığında 1996’da yaklaşık 5 milyon haneye ulaşan dijital uydu abone sayısı 2002’ye kadar büyük bir hızla artmış ve 20 milyon kişiye ulaşmıştır. 2006 yılı itibariyle bu rakam 25 milyona yaklaşmıştır. Dijital kablo abone sayısı ise 1997’den itibaren hızlı bir artış eğilimine girmiş ve 2006 yılı itibariyle 35 milyon haneyi aşmıştır. AB’de 1996-2000 yılları arasındaki radyo-televizyon net gelirlerine bakıldığında kamu gelirlerinin 15 bin avro civarında olduğu görülürken reklam gelirlerinin 1996’da 15 bin avrodan 2000 yılında 25 bin avroya ulaşıldığı görülmektedir. Aynı yıllar arasında ödemeli televizyonlarında “Pay-Tv” yavaş ama istikrarlı bir artış göstererek 10 bin avroluk gelir sağladığı görülmektedir. 1997-2000 yılları arasında tematik televizyon şirketlerinin kar marjı % -20,00 den % -10,00’un üstüne çıkmıştır. Yine tematik televizyon şirketlerinin işletim marjı da % -20,00 den % -5,00’ne çıkmıştır. Görüldüğü gibi tematik kanalların gelirleri ve finansal durumları AB’de kötü olmasına rağmen giderek düzelen bir eğilimde söz konusudur. Gelirlerin % 80’ni abone gelirleri oluştururken ancak % 20’lik kısmı reklam gelirleri oluşturmaktadır. Tematik kanalların geleceği konusunda güçlü tematik kanalların yanında yıllık kazançları 6-8 milyon avro olan daha küçük hedef kitleye yönelik küçük özel kanalların oluşması beklenmektedir. Bu kanallar tek başına değil temel paketin yanında pazarlanacaktır. Bunun yanında yıllık geliri 8-15 milyon avro arasında olan orta ölçekli kanalların geleceği belirsizliğini korumaktadır. Bu kanalların büyük şirketler tarafından desteklenmesi gerekmektedir.⁶⁶ Tematik yayıncılık ve dijital teknolojiler alanında AB’de bugün çeşitli hukuki ve mali sorunlar olsa da yayıncılık alanında genel eğilimin bu yöne kaydığı görülmektedir.

⁶⁶ http://www.idate.fr/fic/news_telech/42/IDATE_News_256VA.pdf

Türkiye açısından tematik televizyon yayıncılığına bakıldığında bu kanalların uydu ve kablolu Tv den daha yüksek oranda Digitürk ve Şubat 2007’de ona rakip olarak hizmete sunulan D-Smart bünyesinde yer aldığı görülmektedir. Doğan Tv bugün kendi içerisinde 20’den fazla tematik kanal oluşturmak için çalışmalara başlarken Fransız TF 1 “*Television Française*” ile evden alışveriş alanında şirket kurma konusunda anlaşmıştır. Doğan Tv bünyesindeki tematik kanallar şunlardır: D Dream, D Dream Turk, Emlak Tv, D Plus, D Max, D Sinema, D Yeşilçam. Doğan Tv icra kurulu başkan danışmanı Mustafa Gözalan, sadece program yapan ve reklam alan bir anlayış yerine Tv alanında *farklılaşmayı* amaçladıklarını söylemektedir.

Dünyanın önde gelen televizyon istasyonlarının gelirlerinin neredeyse yüzde 40’ına yakını farklılaşmadan elde ettiklerini söyleyen Gözalan, kendilerinin de bunun için dört alan belirlediklerini söylemiştir. Birinci alan tematik kanallarla ilgili yapılanmadır, ikinci olarak dijital ve interaktif hizmetler, üçüncü olarak özellikle tele pazarlama işleri ve son olarak ise ismine “*Kanal D Home Video*” denilen ev içinde dijital olarak tüketilen medya ürünleri ile ilgili alandır.⁶⁷ Doğan Tv, D-Smart’tan sonra D-Smart Extra’yı hizmete sokmuştur. Digitürk’ten farklı olarak dijital yayıncılık alanında 30 civarı kanalı parasız abonelerine sunan platform D-Smart Extra ile farklı beğeni ve hedef kitlelere yönelik paket program satışına başlamıştır. Dikkat edildiğinde bu çalışmaların IDATE’nin tematik kanallar ile ilgili gelecek öngörüsü ile paralel özellik taşıdığı görülebilir. Büyük tematik kanalların yanında pazarlanan daha küçük hedef kitleye yönelik mikro kanallar ile tematik televizyonculuk alanı gün geçtikçe çeşitlenmektedir. D-Smart genel müdürü Murat Saygı, tematik kanalların kendi bünyelerinde izlenme oranları ile ilgili şunları söylemektedir: “*En çok dikkatimi çeken D-Smart sahiplerinin tematik kanalları izlemeyi tercih etmesi. Büyük ulusal kanalların izlenme oranı bizim üyelerimiz arasında düşük çıkıyor. Bu devam edecek, çünkü ulusal kanallar hep aynı... İlk sıradaki yedi-sekiz kanala bakarsanız büyük bir erozyon devam ediyor*”⁶⁸

⁶⁷ http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=44395&ForArsiv=1

⁶⁸ “Gelecek Tematik Kanallarda”, **D-Smart Dergi**, sayı:14, Ekim 2008, 36 s.

Bunun yanında Ekim 2008’de birinci yılını dolduran D-Smart dergide dijital yayıncılık ve D-Smart yayınları hakkında izleyicinin bilgi alması için yayın hayatına sunulmuştur. Doğan Tv’nin dijital yayıncılık alanında yeni projelerinden ilki HD “*High Definition*” yayıncılıktır. Şu anda Discovery HD, Eurosport HD, Kanal D HD ve HD Tv’si olan grup bu kanalda belgesel, “*life style*” programları ve akşamları da sinema filmleri yayınlamaktadır. Bunun dışında programları kaydedebilen ve film indirebilen SD PVR sistemli kutu ve HD PVR adlı yeniliklerde bu alandaki çalışmalardan diğer bir kaçıdır.

I. 3.2. Discovery Channel’in Tarihçesi ve Geçirdiği Dönüşüm



Discovery Communications 170’in üzerindeki ülkede 1,5 milyar toplam aboneye ulaşan dünyanın bir numaralı kurgusal olmayan medya şirketidir. 100’ün üzerindeki dünya çapındaki ağlar ile izleyicilerine ulaşan Discovery Communications, onların dünyayı keşfetmelerini ve kendi meraklarını tatminleri için *Discovery Channel*, *TLC*, *Animal Planet*, *Planet Green*, *Science Channel*, *Investigation Discovery* ve *HD Theatre*’ı bünyesinde bulundurmaktadır. Grup, tüketici ve eğitim ürünleri hizmetlerini bünyesinde barındırmanın yanında *HowStuffWorks.com* ile dijital medya portföyünü çeşitlendirmiştir.⁶⁹ Discovery Communications bugün içerisinde pek çok farklı tematik kanal, eğitim setleri, DVD setleri, oyuncak ve benzeri pazarlanabilen ürünler bulunan uluslararası dev bir medya şirketidir.

Başkan ve kurucusu olan John Hendricks tarafından 1985 yılında insanların yaşamlarında bir fark yaratmak ve meraklarını tatmin etmek amacı ile Discovery Channel yayın hayatına başlamıştır. Kanal, kurgusal olmayan içerik, hizmet ve ürünler ile kişileri aydınlatma ve eğlendirme işlevini üstlenirken; dünyayı korumak misyonu ile de kendisine marka sembolü olarak yerküreyi belirlemiştir. Bu misyon

⁶⁹ <http://corporate.discovery.com/our-company/overview/>

ile Discovery Communications kararlı, düşünceli ve sorumlu bir kurumsal vatandaş olarak ABD’de ve yurtdışında bilim, çevre ve eğitim programlarına destek olma ayrıca tüm kurgusal olmayan içeriklerin ve belgesel film yapımının önemini tanıtmaya amacındadır.⁷⁰ Discovery Communications ABD’de 13 kablo ve uydu televizyon ağları ile yaklaşık olarak 717 milyon aboneye ulaşan medya endüstrisindeki en yaygın portföye sahiptir. Portföyündeki üç kanal –Discovery Channel, TLC ve Animal Planet- ile 90 milyon hanenin üzerindeki kişiye altı mikro kanalla –Discovery Health, Discovery Kids, Discovery Science, Planet Green, Investigation Discovery and Military Channel seslenmektedir. Discovery Amerika, olağanüstü sinematografi ve çekici öyküler ile bilim, araştırma, doğal tarih, teknoloji, mühendislik, macera, doğal çevrenin sürdürülebilirliği konularında kurgusal olmayan yayınları bünyesinde toplamaktadır.⁷¹ Bunun yanında Discovery International 170 ülkede 885 milyon aboneye ulaşmaktadır. Amiral gemisi olarak tanımlanabilecek Discovery Channel ve diğer mikro kanallar ile 100’den fazla dağıtım kanalı ile 35 dilde yayınlarını izleyicilere ulaştıran grup geniş bir yerelleştirme stratejisi kullanmaktadır.

Discovery Communications’ın net geliri 1997’de 860 milyon dolar iken, 1999’da bu rakam 1.1 milyar dolara, 2001’de 1.5 milyar dolara ve 2003 yılında 2 milyar dolara ulaşmıştır.⁷² 2008 yılı itibariyle şirketin geliri 3.44 milyar dolara yükselirken, devam eden operasyonlardan net geliri 274 milyon dolar artmıştır yine şirketin serbest nakit akışı 467 milyon dolar artmıştır. Discovery başkan ve genel müdürü David Zaslav 2008 yılının Discovery için başarılı bir yıl olduğunu söyleyip şunları eklemektedir. Halka açılma süreci ile tam kamu şirketine geçildiğinin altını çizen Zaslav, Discovery ve TLC’nin yılın dördüncü çeyreğini çift haneli büyüme derecesi ile tamamladığını belirtmiştir. Gelişen ağlar ile yurtdışında abone sayısının arttığını

⁷⁰ <http://corporate.discovery.com/our-company/corporate-responsibility/>

⁷¹ <http://corporate.discovery.com/brands/us/>

⁷² <http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall03/Forrester.html>

ve uluslararası genişlemenin devam ettiğini belirtirken; 2009 yılında zor bir ekonomik iklim olmasına rağmen çalışma planlarının devam edeceğini, abone gelirlerinin büyümesiyle ilerlemeye ve büyümeye devam edeceklerini söylemektedir.⁷³

Discovery Channel 1985 yılında yayın hayatına başlamasından 2000 yılına kadar olan sürede daha çok belgesel filmleri bünyesinde toplamıştır. Huriye Kuruoğlu 1998 yılının Aralık ayında kanaldaki programları bir hafta boyunca takip edip sınıflandırmıştır.⁷⁴ Bu çalışma sonucunda bir hafta içerisinde toplam 188 belgesel bulunduğu saptanmıştır. Belgesellerin sayı ve oranları şu şekildedir: 52 doğa % 28, 62 magazin % 32, 58 bilimsel % 31, 16 tarih % 9 Bu tarihteki çalışmaya bakıldığında belgesel film denilince akla daha çok doğa veya magazin belgeseli benzeri yapımların geldiği görülmektedir. Tarihi, politik, sosyal içerikli belgeseller televizyonda yok denecek kadar azdır. Discovery Channel 2000 yılından itibaren program içeriklerinde ve hedef kitlesinde bir seri değişikliğe giderek daha çok bir reality kanal haline gelmiştir. Kanalın bu değişikliğe gitmesi tesadüfi değildir. John Corner'ın "*Documentary in a Post-Documentary Culture? A Note on Forms and Their Functions*"⁷⁵ adlı makalesinde belgesel sinemanın ilk yıllarından bu yana olan değişikliklere değinmektedir. Ona göre şu anda içinde yaşanan dönem "*post-belgesel kültür*" olarak tanımlanabilir. Belgesel sinemanın modernist bir proje olarak ortaya çıktığını, kaydedilen gerçekliğin yeni popüler formlar ve kullanımlar ile birlikte kültür içinde değişime uğradığını ve yeniden şekillendiğini söylemektedir. Corner'a göre belgesel filmin, estetik yapısı, kurumsal destekleri ve kamusal amaçları göz önüne alındığında her zaman sağlam temellere sahip olduğu düşünülmüştür. Ancak belgesel film içinde bulunulan dönemde hiçbir zamanda olmadığı kadar istikrarsız

⁷³ <http://corporate.discovery.com/discovery-news/discovery-communications-reports-full-year-and-fou/>

⁷⁴ Huriye Kuruoğlu, "Grierson'dan Discovery Kanal'a Belgesel Film", **SineMasal Dergisi**, Ortak Kitap 3, Bahar 1999, 56 s.

⁷⁵ <http://www.lboro.ac.uk/research/changing.media/John%20Corner%20paper.htm>

bir yapı içine düşmüştür. Bunda 1990'lı yılların başından beri yaşanan toplumsal, politik, teknolojik ve ekonomik değişimler ve bunların medya sektöründeki yansımaları etkindir. Bu yansımalar sonucunda medya alanında program ve film üretim süreçlerinde eğlence içerikli, izleyicinin ilgisini çekecek yapımlar öncelik kazanmıştır. Belgesel film açısından bakıldığında ise gerçekliğin aktarımı ve yansıtılmasında bilgi, kurmaca ve dramatik öğeleri birleştiren yeni kültürel formlar ortaya çıkmıştır. Belgesel bugün sıradan kişilerin günlük öykülerini anlatan video güncelerinden, uzun metrajlı sinema dilinin özelliklerini kullanan filmlere ya da realite şovlara kadar pek çok şekli kapsamaktadır. Bugün Discovery Channel'daki yapımlarda bu yeni formların bir örneğini teşkil etmektedir.

Discovery Channel'da bu yeni programlama stratejisi büyük başarı kazanmış ve izleyici sayısını gün geçtikçe artırmıştır. Kanada'da 2004 yılında yapılan bir araştırmaya göre 2003 yılının Ocak-Şubat dönemine göre kanalın izleyici sayısı % 73 artmıştır. Bu artış Nielsen Media araştırma şirketi tarafından doğrulanırken kanalın yenilikçi programlama stratejisi ile 18-49 yaşları arasında izleyici sayısı % 86 artmıştır yine 18-34 yaşları arasındaki izleyici sayısında ise % 139 gibi inanılmazı güç bir artış gözlenmiştir. Kanal büyük başarı yakaladığı *American Chopper* adlı yapımla aile dramı ile motosiklet yapımını bir araya getirerek büyük izleyici sayısına ulaşmıştır. Program Kanada da yılın en çok izlenen yapımlarından biri olmuştur.⁷⁶

Discovery Channel'ın yayımları Türkiye'de daha önceki yıllarda Hotbird uydusundan şifreli olarak verilmiştir. Ancak Discovery Communications'ın alt kuruluşu Discovery Networks Europe, ana kanalı Discovery Channel'ın reklam almaya başlaması ve Discovery HD ve Animal Planet isimli iki yeni kanalın bölgede yayına girmesiyle, Türkiye'deki faaliyetlerini önemli ölçüde genişletmiştir. Discovery Channel, bölgedeki reklam satışları ana temsilcisi olarak Doğan Medya

⁷⁶ <http://www.bce.ca/en/news/releases/bg/2004/03/16/71036.html>

Grubunu seçmesinden sonra kanal grubun dijital platformu olan D-Smart'ın bünyesine katılmıştır. Her üç kanal 1 Ocak 2007'den itibaren Turksat Uydusu'ndan yayın yapmaya başlamıştır. Kanal şu anda D-Smart'ta temel paketin bir parçası olarak ücretsiz olarak izleyici ile buluşurken Turksat kablo üzerinden de izlenebilmektedir. Discovery Networks Europe'un Gelişmekte Olan Piyasalar Bölüm Başkanı ve Bölge Müdürü Mary Kallaher, "*Ülkedeki hareketli ve hızla gelişen medya endüstrisinin önemli fırsatları da beraberinde getireceğini düşündüğümüz için Discovery'nin Türkiye'deki faaliyetlerini genişletiyoruz. Discovery Channel'in reklam almaya başlaması, Türkiye'deki reklamverenlere, markalarını dünyanın en güvenilir yayın kuruluşlarından birinde tanıtmaya ve kanalın sayısı her geçen gün artan 25-39 yaş arasındaki genç, eğitim ve gelir seviyesi yüksek izleyici kitlesine ulaşma fırsatını verecek*"⁷⁷ demektedir. Türkiye, pazarına girerken geniş bir pazar araştırması yapan kanalın hedef kitlesi 25-39 yaş arasındaki erkeklerdir. Program konuları hedef kitleye çekici gelebilecek otomobiller, motosikletler, yaşam mücadelesi öyküleri, doğa sporları ve mühendislik programlarıdır. Programlarda sadece doğa ile ilgili konular anlatılmak yerine hedef kitlenin "*ilgi alanlarına*" yönelik konular heyecan verici bir anlatım kullanılarak sunulmaktadır. Dokümanter kanaldan çok gerçek olaylara dayanan programlar yayınlanmaktadır.* Discovery HD Türkiye dışında Güney Kore, Japonya, Kanada, Almanya, Avusturya, İrlanda, İngiltere, Hollanda ve İskandinav ülkelerinde yayın yapmaktadır. *High-Definition* teknolojisi ile kanalın görüntü ve ses kalitesi yükselmiştir. Bunun dışında Aralık 2008'de Discovery Channel, Animal Planet ve Travel&Living'den sonra Discovery World ve Discovery Science'da yayınlanan programlarda Türkçe dublajlı olarak sunulmaya başlanmıştır. Kanaldaki programların dublajı İngiltere'de yapıp link hattı ile Türkiye'ye aktarılmaktadır.

⁷⁷ <http://www.haberler.com/discovery-channel-reklam-satislari-ana-temsilcisi-haberi/>

*Discovery Channel Türkiye eski sorumlusu Burçin Özmert ile Eylül 2007'de yapılan görüşme

I. 3.3. Discovery Channel'ın Sahip Olduğu Diğer Kanallar

Discovery Communications ABD'de ve Avrupa'da farklı kanalları bünyesinde barındırmaktadır. 170'in üzerinde ülkede yayın yapan grubun kanalları ve programları izleme sırası her ülkede farklılık göstermektedir. Bunda programların yayın izni, ülkelerin ekonomik ve coğrafi konumları gibi pek çok etkene bağlı olarak Dünyanın farklı bölgelere ayrılması etkindir. Türkiye, Güney Afrika ve Dubai ile birlikte aynı bölgede bulunmaktadır. Discovery Communications'ın diğer yerel ağıları şunlardır: Amerika, İngiltere, Avrupa, Ortadoğu ve Afrika, Asya-Pasifik, Latin Amerika ve Amerika İspanyol.⁷⁸ Discovery Channel'ın kendisi dışında Türkiye'de izlenebilen kanalları Animal Planet, World Channel, Science Channel ve Travel&Living'dir.

I. 3.3.1. Animal Planet



Animal Planet Medya (APM) Discovery Channel'ın en fazla ilgi gören kanallarından biridir. Kablo ağ tarihinde en hızlı büyüyen kanal olan Animal Planet'in hedef kitlesi 25-54 yaşları arasındaki yetişkin özellikle kadın izleyicilerdir. 1 Ekim 1996'da yayın hayatına başlayan kanalın Amerika'daki abone sayısı 95 milyon hane iken uluslararası düzeyde bu sayı 227 milyon haneye ulaşmaktadır. Kanal hayvanlar âlemine ait derin ve zengin bir bilgi izleyicilere sunmasının yanında evcil hayvan sahipleri içinde bilgi verici ve eğlendirici programları bünyesinde toplamıştır. Kanal, *Whale Wars*, *Jockeys*, *Escape to Chimp Eden*, *It's Me or the Dog*, *Puppy Bowl*, *Untamed and Uncut* gibi ilgi çekici yapımlara sahiptir.⁷⁹

⁷⁸ <http://corporate.discovery.com/global-businesses-brands/> daha ayrıntılı bilgi için bkz.

⁷⁹ <http://corporate.discovery.com/brands/us/animal-planet/>

Hayvanlar arasındaki ilişkiler, hayatta kalma mücadeleleri, içgüdüsel davranışların etkileri ya da komik durumları ekrana getiren Animal Planet, Discovery ve BBC Worldwide şirketlerinin ortak kuruluşudur. BBC'nin Animal Planet Avrupa, Asya ve Latin Amerika'da %50 sahipliği; Animal Planet Japonya ve Kanada da ise az bir hissesi bulunmaktadır. Kanal 3 Şubat 2008 tarihinde logosunu değiştirmiştir. Daha önceki logosunda bir fil ve yerküreyi kullanan kanalın yeni logosu daha esnek kullanıma açık olan Animal Planet yazısıdır.⁸⁰ Bu yazı her program tanıtımında köpek balığı, aslan, şempanze vb. hayvan şekillerine girmektedir.

I. 3.3.2. World Channel



Discovery World, Discovery Civilization'un adı değiştirilerek Mart 2008'de yayın hayatına başlamıştır. Daha önce eski medeniyetler hakkında bilgi veren, uygarlıkların geçtiği aşamaları anlatan ve daha çok tarihi yapımlara, docudramalara yer veren kanal bu yapımların yeterince izleyici çekmemesi sonucunda adını ve içeriğini değiştirmiştir. Yeni yapısında tarih, kültür, gerçek hayat hikâyeleri, soruşturma, bilinmeyene ait şovlar gibi pek çok programı bünyesine katan kanal izleyici sayısını artırmak amacındadır. *Discovery Atlas, Monarchy, Weaponology, Crime Investigations, Biographies* kanalın programlarından bir kaçının adıdır.⁸¹

⁸⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Animal_Planet

⁸¹ [http://en.wikipedia.org/wiki/Discovery_World_\(TV_channel\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Discovery_World_(TV_channel))

I. 3.3.3. Science Channel



Discovery Science 1 Ekim 1996'da yayın hayatına başlamıştır. Hedef kitlesini daha çok 25-54 yaş arası yetişkin erkek izleyiciyi oluşturmaktadır. Kanalın Amerika'daki abone sayısı 55 milyon kişidir. Kanal bilimin geçmiş, bugün ve yarınını araştırmaktadır. Evren, mikroskobik temel hayat formları ve uç yaşam koşulları kanalın konularından bir kaçıdır. Büyük ya da küçük konu ayrımı yapmadan pek çok konuyu yapımlarında işleyen kanal, *Brink*, *How It's Made*, *Build it Bigger*, *Weird Connections*, *Colossal Construction*, *Deconstructed* gibi programlara sahiptir. AAAS, Woods Hole Oceanographic Enstitüsü, ulusal havacılık ve uzay dairesi, ulusal okyanus ve atmosfer dairesi gibi bazı bilim organizasyonları ve ortaklıkları sayesinde kanal önemli bilimsel gelişmeleri takip etmektedir.⁸² Daha önce Discovery Channel'da yayınlanmakta olan *Brainiac* ve *Mythbusters* programları Ocak 2009'dan itibaren Science Channel'da yayınlanmaya başlamıştır. "sizi her şeyi sorgulamaya iten kanal" sözü kanalın sloganıdır.

I. 3.3.4. Travel and Living Channel



Travel & Living, Discovery Communications'un Avrupa, Latin Amerika ve Asya'da izlenebilen kanalının adıdır. Kanal ilk olarak Travel & Adventure adıyla yayına başlamıştır. Bu ad altında Dünyanın farklı yerlerine yapılan seyahatler programının konusunu oluştururken 2005 yılının başlarında pazardaki pozisyonlarını değiştiren kanal Discovery Travel & Living adını almıştır. Ad değişikliği ile daha çok bir "lifestyle" kanalı haline gelen kanal ev dekorasyonu, mimari, aileleri konu alan realite şovlar gibi pek çok yapıyı

⁸² <http://corporate.discovery.com/brands/us/science-channel/>

ekrana taşımıştır. Bu değişiklikle İngiltere’de yayınlanan Discovery Home & Health kanalının programlarının benzeri bu kanalda yayınlanmaya başlamıştır.⁸³ Bu açıdan bakıldığında Travel & Living kanalının Science Channel’den farklı programları bünyesinde topladığı görülmektedir. *While You Were Out, Flip That House, Jon and Kate +8* ve daha önce Discovery Channel’da yayınlanan *Miami Ink* serisi kanalın programlarından bir kaçıdır.

Discovery Communications’ın daha önce güçlü bir yerelleştirme stratejisi uyguladığı belirtilmiştir. Discovery Channel dışındaki diğer mikro kanallar bölgelere ve ülkelere göre değişiklik gösterirken bu kanallardaki yapımlar zaman zaman yukarıda belirtildiği gibi birbirlerinde yayınlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığı zaman uluslararası dev bir medya şirketi olan Discovery Communications’ın küresel pazarın durumuna göre hareket edebilecek esnek bir üretim şekline sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda grubun her türlü ekonomik ortamda karını maksimize edebilecek şekilde yapılandığı söylenebilir.

⁸³ http://en.wikipedia.org/wiki/Discovery_Travel_%26_Living

BÖLÜM II İDEOLOJİK BİR ÇÖZÜMLEME ÖRNEĞİ DISCOVERY CHANNEL

II. 1. PROGRAMLARIN SEÇİM VE İNCELEME YÖNTEMİ; KARŞILAŞTIRMALI BİÇİMSEL ANLATIM TEKNİKLERİ

İdeoloji kavramının günümüzde aldığı şeklin anlaşılmasında Jean Baudrillard'ın gösterge/biçim çözümlemesinin açıklayıcı olduğu ilk bölümde anlatılmıştır. Baudrillard'a göre toplumsal içerdiği diyalektik ile anlam üretimini sağlamaktadır. Bu anlamda bir toplumsal dışavurumda ancak bu özelliğe sahip toplumlarda oluşabilir. Ancak Ona göre Batılı toplumlar günümüzde toplumsal ve politika ötesi bir sistemde yaşamaktadır. Bir anlatımın anlamlı olup olmamasının biçim ve içerik düzleminde saklı olduğunu söyleyen Baudrillard'a göre: *“içerik çoğu zaman aracın gerçek işlevini bizden saklar. İçerik kendini ileti olarak sunar, oysa gerçek ileti –ki ona bağlı olarak görünür söylem yalnızca bir yan anlam olabilir- İnsan ilişkileri üzerinde derinlemesine gerçekleştirilen (hiyerarşi, model, habitus üzerindeki) yapısal değişimdir”*⁸⁴

Uluslararası bir televizyon kanalı olan Discovery Channel'daki programların teknik analizi *karşılaştırmalı biçimsel anlatım teknikleri** üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bunun nedeni içeriğe ait bilgilere ancak biçimsel anlatım teknikleri gözlenerek ulaşılabilmektedir. Bu teknikler bir gerçeklik durumu yaratırken aynı zamanda *görsel ideolojinin* taşıyıcısı olmaktadır. Hangi programların biçimsel analize tabi tutulacağı konusunda kanaldaki programların izlenme payları *“share”* dikkate alınmıştır. Çünkü günümüzde ideoloji kavramı en geniş kitle üzerindeki en geniş etki ile eşanlamlıdır. Bundan dolayı kanaldaki programlar öncelikle içeriklerine

⁸⁴ Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, çev. Hazal Deliceçaylı- Ferda Keskin, 2. Basım, Ayrıntı Yay., 2004, 155 s.

*Jenerik, çekim ölçekleri ve alıcı devinimleri, mizansen ve çevre düzenlemesi, ışık ve renk, müzik ve efekt, mizansen ve dramatik eğri. Karşılaştırmalı biçimsel anlatım teknikleri daha önce Oğuz Adanır'ın Sinemada Anlam ve Anlatım kitabında ve Ragıp Taranç'ın “Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları” adlı doktora tezinde kullanılmıştır.

*Motosiklet ve araba programları, makineler ve diğer taşıtlarla ilgili programlar, mühendislik programları, doğa-gezi programları, doğaüstü ve polisiye programlar, mesleklerle ilgili programlar ve diğer programlar

göre yedi ayrı gruba* ayrılmıştır. Ardından her gruptaki en fazla *share* alan program mercek altına alınarak tikelden tümele giden bir yol izlenmiştir.

Programların *share* oranlarının belirlenmesinde izlenen yol şudur. Discovery Channel Ocak 2007’de D-Smart bünyesine katılıp daha geniş bir izleyici kitlesine seslenmeye başladıktan sonra bir yıl süreyle AGB Nielsen Media Research Türkiye’nin (AGB Anadolu) abonesi olmuştur. Bu süre zarfında yapılan ölçümlerde kanalın Total ve A/B gelir grubunda aldığı rating oranları değerlendirilmiştir. Sonuçta kanalın A/B gelir grubundaki izleyiciler tarafından daha fazla izlendiği ortaya çıkmıştır. Biçimsel analiz için görüntülerin alındığı Nisan 2008’de kanalın AGB Nielsen Media Research Türkiye ile olan aboneliğinin son bulmasından dolayı güz yayın döneminin başlangıcında 3.10.2007 - 15.10.2007 tarihleri arasındaki veriler üzerinden sıralama yapılmıştır. Nisan 2008’de motosiklet ve araba, makineler ve diğer taşıtlar, doğaüstü ve polisiye, meslekler ve diğer programlar türlerindeki yapımlar aynen devam ettiği için bu programlar Ekim 2007 verileri üzerinden güncelleştirilmiştir. Mühendislik alanında Nisan ayında tek bir program bulunması nedeniyle bu program direkt analize alınırken doğa-gezi türünde iki yeni yapım bulunması nedeniyle kanalın Nisan 2008 tarihli D-Smart dergide ve her ay kendi içinde yayınladığı *Highlights “Başlıklar”* adlı listede öne çıkan program olan *Everest* analize tabi tutulmuştur. Bu program geniş bir izleyici kitlesine ulaşması nedeniyle bir yıl aradan sonra Mart 2009’da Discovery World kanalından yeniden yayınlanmaya başlanmıştır.

Discovery Channel’ın *share* oranlarına bakıldığında AGB Nielsen Media Research Türkiye verilerine göre A/B gelir grubunda daha yüksek çıktığı görülmektedir. Günümüzde sosyo-ekonomik statü, pazarlama iletişiminin temel değişkenlerinden biridir. Bundan dolayı Türkiye’de 2006 yılında Araştırmacılar Derneğinin önderliğinde içinde AGB Nielsen Media Research, Uluslararası Reklamcılık Derneği (International Advertising Association – IAA), Televizyon İzleme Araştırma Komitesi (TİAK), Basın İzleme Araştırma Komitesi (BİAK), Stratejik Fokus, TNS Piar gibi pek çok medya planlama ve yönelim araştırma şirketlerinin bulunduğu bir çalışma düzenlenmiştir. Kısaca SES (Sosyo-Ekonomik Statü) araştırma projesi olarak adlandırılan çalışmada yeni Sosyoekonomik gruplar,

hane reisi ve eşinin eğitim ve meslek durumuna ve her ikisinin de anne babasının eğitim ve meslek durumuna göre değişik ağırlıklar verilerek hesaplanmaktadır. Eski ölçekteki eşya sahipliğine göre sosyoekonomik sınıflama bu konunun güncelliğini çabuk yitirmesi nedeniyle bu ölçekte yer almamaktadır.

Bu araştırma sonuçlarına göre Discovery Channel'ın hedef kitlesi olan A ve A + gruba ve en fazla *share* oranı aldığı A grubu bireylere bakıldığında bu kişilerin hane reisi-eşinin üniversite mezunu, anne babalarının en az lise mezunu olduğu görülmektedir. Bu gruba ait hanelerin internet, asansör, parke, avize, kalorifer, ev işlerinde ücretli yardımcı, internet bankacılığı ve kredi kartı kullandıkları görülmektedir. Bunun dışında A grubu bireylerin kitap okuma, sinema-tiyatro gibi boş vakit etkinlikleri olduğu görülürken bu kişiler hafta sonlarında spor, brunch, dışarıda yemek, kafe ve bar gibi hafta sonu etkinliklerine katıldıkları görülmektedir. Yine bu guruba ait bireylerin kitap, dergi ve gazete aldıkları araştırmadan çıkan bir diğer sonuçtur. Bu bilgilere Araştırmacılar Derneğinin Sosyo-Ekonomik Statü 2006 projesinin sonuç raporundan ulaşılmıştır. Kanalın ideolojik duruşunun saptanmasında bu bilgiler önemli bir yere sahiptir. Çünkü kanal tüketim toplumu içerisinde hiyerarşik sınıflandırmaya bağlı olarak en üst konumda bulunan kişileri hedef kitle olarak belirlemiştir. SES projesinde görüldüğü gibi kanalın hedef kitlesi sadece maddi anlamda üst düzeydeki kişilerden değil bunun yanında eğitim ve kültür gibi entelektüel düzeyde de üst konumdaki kişilerden oluşmaktadır. Bu ise kanalın ideolojik yönlerinden biri olarak değerlendirilebilir.

II.1.1. Program İncelemeleri

II.1.1.1. A Haunting Programı

a) Jenerik

Tüm televizyon programlarında jenerik, programın genel içeriğiyle ilgili bilgileri sunar. Jenerikte kullanılan ikonografik anlatım, ışıklandırma, kişi ve mekânlar programın görsel dünyası hakkında önemli bilgiler verir. Jenerik ilk jenerik ve son jenerik olarak ikiye ayrılabilir.

A Haunting “Hayalet Hikâyeleri” programı doğaüstü ve polisiye programlar türüne ait olup, doğaüstü olaylar yaşadıklarına inanan insanların öykülerini anlatmaktadır. Programın ilk jeneriğinde hızlı bir kurguyla verilen görüntüler göze çarpmaktadır. Bu görüntülerin ortak noktası korku ögesi ve gerilimi sağlayıcı çekimlerden oluşmalarıdır. Programın genel atmosferinde olduğu gibi jenerikte de göze çarpan dışavurumcu sinemanın –dolayısıyla onun etkilediği film noir ve tür sinemasında önemli bir yere sahip olan korku türünün- baskın etkisidir. Jenerikteki görsel ikonografi şunlardan oluşmaktadır: karanlık atmosfer, loş aydınlatma, gökyüzünü bölen elektrik telleri, çatışma unsuru yaratan diyagonal çizgiler. Hayaletlerin görüldüğü sahnelerde görsel efektlerden yararlanılmıştır. Bunların amacı anlatımı gerçekçi kılma çabasıdır. Jenerik boyunca hızlı kurgulanmış bu çekimlere gerilimi artırıcı bir müzik eşlik etmektedir. Aynı sırada dış ses “*anlatıcı*” rahatsız edici bir tonda şu sözleri söylemektedir: “*gördüğümüz ve algıladığımız dünya dışında başka bir dünya var mı? Bunlar olağanüstü deneyimler yaşamış olduklarına inan sıradan insanların hikâyeleridir*”

Yaklaşık bir dakika süren ilk jeneriğin sonuna doğru ürkütücü müzik, bıçak sesi ile kesilmekte ve buna bir kadın çığlığı eşlik etmektedir. Aynı anda ekrana korkutucu bir stilde *A Haunting* yazısı gelmektedir. Programın son jeneriği ise yaklaşık bir buçuk dakika sürmektedir. Burada siyah zemin üzerinde yapım şirketi, yönetmen vb. bilgiler verilmektedir.

b) Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimleri

Televizyonda çekim ölçekleri ve alıcı devinimleri biçimsel anlatım tekniklerinde ele alınacak diğer bir başlıktır. Sinema ve televizyon anlatımını oluştururken farklı çekim ölçeklerine sahiptir. Bunda televizyon aracının fiziki özellikleri etkili olurken, bu biçimsel farklılıklar ideolojik anlamları da beraberinde getirmektedir. Televizyonu sinemadan ayıran en önemli özelliklerden biri yakın çekim miti olarak adlandırılan kavramdır.

“yakın çekim miti ortam-birey diyalektiğini, etkileşimini, insanın toplumsallığını insanın bireyselliği adına göz ardı etmenin, yok etmenin bir aracı olarak işlev görür. Biçimsel indirgeme aslında ideolojiyi taşıyan öze ilişkin indirgemenin fiziksel, teknik bir haklılamasıdır. Biçimsel indirgemedede mantık şöyle işler: Televizyon ekranı küçüktür; küçük ekran çevrenin gösterilmesine elvermez, çevrenin etkisi azalır hatta çevreyi etkisiz kılar. O

halde birey(ler)i ve nesnelere çevresinden soyutlayan yakın çekim televizyonun asal ölçөгüdür”⁸⁵

Sinemadan farklı olarak televizyon domestik bir araçtır. Televizyon izlemekte sinemadaki gibi toplu yaşanan bir deneyim değildir. Dış mekândan eve geçen televizyon alıcısı için “*Yakın çekimde iç mekânın (interior) ölçөгüdür*”⁸⁶ Çekim ölçekleri ve alıcı devingenliğı televizyonda derinlik duygusunun oluşturulmasında etkili olurken bunun yanında pek çok anlama da sahiptir. Bkz ekler bölümü tablo 1

A Haunting programının bölüm süresi 56 dakika 13 saniyedir. Bu süre içerisinde çekim ölçeklerine bakıldığında % 19,80 ayrıntı çekim ile % 17,87 baş çekimin öne çıktığı görülmektedir. Bu ölçek kullanımı programın genel görsel stiline uygundur. Çünkü *A Haunting* programı jenerikte bahsedildiğı gibi film noir ve korku türünün görsel stilini taşıyan bir programdır. Programda film noir’da kullanıldığı gibi abartılı yakın planlar “*close-up*” kullanılmıştır. Bu sayede karakterlerin içinde buldukları ruhsal durum, çaresizlik, korku ve gerilim daha iyi ifade edilmiştir. Kullanılan ayrıntı çekimler kimi kez kişilerin belli bölümlerine, göz, dudak, eller gibi çevrilirken kimi kez de evdeki hayaletleri kovma ritüelinde olduğu gibi Pederin getirdiğı, haç, bir takım kutsal objeler ve kutsal suya çevrinmiştir. Kullanılan baş çekimler ile karakterlerin ruhsal dünyalarının yüzlerindeki yansıması izleyiciye sunulmuştur. Omuz ve göğüs çekimler ise % 12,80 ve % 12,31 ile sık kullanılan diğer çekim ölçekleridir. Yakın çekim miti adı altında televizyon aracının yakın çekim ölçeklerine daha sıkı bağı olduğu belirtilmiştir. Bu iki ölçek türü de dizi filmlerde ya da dramalarda çok sık kullanılmaktadır. Omuz ve göğüs ölçekler ile karakterlerin izleyiciye daha yakın olması sağlanmıştır. Ayrıca *A Haunting* programı dramatik öğelerinin yanında docudrama özellikleri de taşımaktadır. Programda anlatılan olayları yaşadığını iddia eden kişiler ile röportajlar yapılmıştır. Röportajlarda kullanılan çekim ölçekleri omuz ve göğüs ölçekleridir. Programda genel çekimlerin oranı % 10,62 de kalmıştır. Bunun nedeni televizyon aracının fenomenolojik dil yapısına ve program türünün genel anlatım özelliklerine sadık kalınmasıdır. Genel çekimler daha çok evin dıştan görünüşünde ve ormanda geçen sahnelerde kişilerin

⁸⁵ Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991, 131 s.

⁸⁶ y. a. g. e. , 133 s.

ormandaki yalnızlığını vurgulamak için kullanılmıştır. Bu çekim ölçeği aynı zamanda olayın geçtiği yeri tanıtıcı nitelikteki çekimlerdir.

*“Televizyon imajının sürekli devinimi, dizinin bir bölümünün toplam süresi ile çekim sayılarının toplamları ters orantılı olarak yönetmen tarafından ortaya çıkar”*⁸⁷ A Haunting programında 56 dakika 13 saniye içerisindeki alıcı devingenliği % 34,05’dir. Programda dramatik gerilimin arttığı sahnelerde daha fazla olmak kaydıyla pek çok zoom-in, zoom-out ve kaydırma hareketi yapılmıştır. Bunlar ile kurgunun görece yavaşladığı anlarda dahi belirli bir görüntü ritmi sağlanmıştır. Bu ise televizyon programlarının günümüzdeki hızlı görüntü akışına uygun bir niteliktir.

Programda % 20,28 oranında üst açı ve % 11,83 oranında alt açı kullanılmıştır. Üst açı kullanımları genelde öznel konumdadır. Yani bu açı kullanımı sayesinde karakterlerin hayaletler tarafından sürekli izlendiği izlenimi verilmektedir. Örneğin: Clara, ormanda Gregoryen ilahiyi duyduğu sırada kamera üst açıdan ormanı ve Clara’yı göstermektedir. Programda alt açı kullanımı ise daha çok hayaletler gösterilirken kullanılmaktadır. Böylece hayaletlerin bedenleri olduğundan daha büyük gözükürken aynı zamanda uygun ışıklandırma ile yüzlerindeki deformasyon artırılmıştır.

c) Mizansen ve Çevre Düzenlemesi

*“Mizansen belirli bir mekân içinde, oyuncunun iç ve dış aksiyonun yönetmen tarafından yorumlanmasıdır... Mizansenin, estetik belirleyicisi oyuncunun yeteneği kadar iç ve dış mekânın yönetmen tarafından kullanımıdır da”*⁸⁸ A Haunting programının bu bölümü hayaletli bir evde geçmektedir. Çekimlerde iç mekânın kullanımı dış mekâna göre ağırlık kazanmaktadır. Kullanılan ev, iki katlı şehir dışında kırsal alanda yer alan bir yapıdır. Mekânın içi oldukça zevkli döşenmiştir. Ev, tahta kaplamalar, uzun tül perdeler, abajurlar ile orta sınıfın üstünde ki bir yaşantının göstergelerine sahiptir. Dekorasyonda film noir’ın ve korku türünün görsel stili ile de uyumlu olacak şekilde jalûziler bulunmaktadır. Clara’nın elbisesi ve

⁸⁷ Taranç, R. , a. g. e. , 215 s.

⁸⁸ Taranç, R. , y. a. g. e. , 223 s.

gömleğinde genelde kırmızı hâkim renktir. Ayrıca Pederin hayalet kovama ayininde Hıristiyanlık inancına ait haç, İncil, bir takım kutsal objeler kullanılmaktadır. Bu bölümde kullanılan önemli diğer bir simge aynadır. Film noir türünde de aynalar önemli simgelerdir. Aynalar film noir’da kişilikteki bölünmeyi ya da değişimi ifade etmektedir. *A Haunting*’de evin küçük kızı Tina hayaleti ilk kez aynada görecektir. İlerleyen sahnelerde bu hayalet kızın bedenine girmektedir. Bu açıdan bakınca ilginç bir benzerlik göze çarpmaktadır. William Friedkin’in 1973 yılında yönettiği önemli korku filmi *The Exorcist* ile bu bölüm arasında metinlerarasılık “*Intertextuality*” kurulabilir. Çünkü *Exorcist* filminde de 13 yaşındaki bir kızın bedeni şeytan tarafından ele geçirilmektedir.

d) Işık ve Renk

Işık ve renk anlatımı etkileyen diğer iki biçimsel anlatım tekniğidir. Programlarda kullanılan yapay ya da doğal ışık anlatımı etkiler. “*Doğal ışık uzay, zaman ve durumu etkilese de yapay ışık olayların içyapısını tamamen değiştirebilir. Doğal ışıkla basit efektler ve renkler ön plana çıkması sağlanırken, yapay ışık kullanımıyla olayların etkileri, ritme uygun bir görüntü sağlar*”⁸⁹

A Haunting programında öykülü filmlerde ya da kontrollü belgesel film çekimlerinde olduğu gibi klasik dört nokta aydınlatma kullanılmamıştır. Dışavurumcu eğilimin görsel özelliklerini taşıyan programın bu bölümünde ana ışığın dolgu ışığa oranı büyüktür ve bu sayede yüksek kontrastlar ve zengin gölgeler elde edilmiştir. Evin içi genelde loş ve karanlığa yakındır bu da gerilimin yükselmesine katkıda bulunmaktadır. Dış çekimlerde ise filtre kullanımı ile gökyüzü ve doğa daha karanlık ve koyu gözükmektedir. Bunun için bu bölümde sarı ve kırmızı filtreler kullanılarak gökyüzünde ve doğada daha kontrastlı çekimler elde edilmiştir. Programda daha çok koyu renkler kullanılmıştır. Ev içinde koyu kahverengi mobilyalar, doğada yeşilin koyu tonları ortamın karanlık atmosferini artırmaktadır. İlgi çekici bir diğer nokta ise röportaj çekimlerinde de benzer loş yapay bir aydınlatmanın kullanılmasıdır. Röportajlar da Clara’nın pek çok çekimde daha çok yüzü aydınlatılmıştır, omuzları gölgede görülmektedir, arkada ise kırmızı

⁸⁹ Taranç, R. , a. g. e. , 230 s.

bir perde vardır. Eşinin röportajları da loş ortamda yapılmıştır ve arkada bu kez lacivert bir perde bulunmaktadır. *A Haunting*'de kullanılan ışık ve renkler görsel ritmi genelde yükseltici özelliktedir. Sadece ailenin dışarıda ve içerde yemek yediği anlarda daha yumuşak “*soft*” ışıklar kullanılmıştır. Bu sırada görsel ritim düşerken izleyicide bir rahatlama sağlanmaktadır.

e) Müzik ve Efekt

Televizüel anlatı, işitsel yanı ağır basan bir anlatım şeklidir. Televizyonda ses unsuru üç başlık altında toplanabilir. Bunlar, müzik, efekt ve diyaloglardır. Ancak televizyon görüntüsü kurgulanmış bir görsel-ışitsel malzemedir. Bundan dolayı bu parçalar birbirinden ayrılamaz.

A Haunting'de programın genel korku ve gerilim dolu atmosferini yükseltmek amacıyla müzik jenerikten itibaren devreye girmektedir. Arkadan yükselen ürpertici müzik, dış ses ve oyuncuların seslerine eşlik etmektedir. Bunun dışında ormanda geçen sahnelerde doğaya ait çeşitli hayvanların korkutucu sesleri verilerek gerilim artırılmıştır. Jenerikte kullanılan bıçak sesi efekti programın suç ve ölümle ilgili temasını desteklemektedir. Müzik ve efekt'in programda dramatik eğrinin yükseldiği anlarda vurgulayıcı işlevi vardır.

f) Mizansen ve Dramatik Eğri

Discovery Channel'daki programların konu olarak realiteye ait olsalar bile sunumlarının kurmaca “*fiction*” olduğu belirtilmiştir. Televizyon, anlatı kalıplarını ilk yıllarında tiyatro ve sinemadan almıştır. Bunları kendi araçsal özellikleri ile harmanlayarak bir anlatım dili oluşturmuştur. Canlı televizyon oyunlarından docudramalara oradan ise günümüzde reality programlara anlatımda benzer dramatik öğeler halen kullanılmaktadır. Klasik dramatik anlatıdaki (serim, düğüm, çatışma, gelişme, doruk nokta ve sonuç) aşamalar *A Haunting* programında da gözlenmektedir. Program klasik sinema anlatısı gibi kişilerin ve mekânın tanıtımı için genel çekimle başlamaktadır. Daha yaklaşık altıncı dakikada merak ögesi ortaya atılmaktadır. Clara ve ailesi emlakçı ile evi dolaşmaktadır. Evde tavan arasının kapısı açılmamaktadır. Bu sırada şu şekilde bir diyalog geçmektedir. Clara: “*o kapı nedir, tavan arasında ne var?*” Emlakçı: “*uzun zamandır açılmamış bir kapı kafanızı*

yormayın!” Daha sonra bu kapının arkasında hayaletlerin olduğu ortaya çıkacaktır. İlerleyen dakikalarda aile üyeleri evde ve ormanda hayaletlerle karşılaşmaya başlarken kendi içlerinde çatışmaya düşmektedirler. Hayaletler gerçekten var mıdır? Gelişme bölümünde eve Peder gelir bir takım ayinler düzenler ve hayaletlerin gideceğini söyler. Ancak bir süre sonra hayaletler yeniden ortaya çıkar. Bu sefer Peder yanında bir medyumla birlikte gelir medyum evin eski dönemlerini ve bu evde öldürülen insanların hikâyesini Peder ve aile üyelerine anlatır. Peder, aile üyeleri ve medyumla birlikte çok daha büyük bir ayin düzenler bu sırada gerilim hat safhadadır. Bu sahnedeki Pederin konuşması şu şekildedir: *“tüm ahlaksızlardan ve kötülüklerden Tanrının ruh ve bedenden yarattığı İnsanoğlunu kurtar. Onu şeytanın elinden bir bedelle kurtardın. Kiliseyi kutsa ve buğday taneleri gibi onu yeşert bu Tanrının size verdiği emirlerdir. Tanrının yüceliğini kabul et ve düşmanlarının ondan korkmasını sağla. Duman nasıl kaybolursa kötülüğü de Tanrının gücü karşısında erimesini gör. Tanrı, Tanrının Oğlu ve Kutsal Ruh”* Aile bu büyük ayin sonrası evde bir süre rahat yaşar ancak daha sonra hayaletler yeniden ortaya çıkacaktır. Clara ve ailesi evi boşaltmak zorunda kalırlar.

Klasik bir korku filminin biçimsel özelliklerini taşıyan program söylem açısından klasik korku filmlerine uymamaktadır. Genellikle tüm korku filmlerinde özellikle doğaüstü korkular söz konusu olduğu zaman Kilise ve onun üyelerinin yaptıkları, işe yarar ve sonuçta genelde tehlike ortadan kaldırılarak izleyicide rahatlama sağlanır. Ancak burada bu gerçekleşmemektedir. Clara yapılan röportajda şunları söylemektedir: *“düşündüm de bunun işe yarayacağı bana öğretilmişti. Peder gelir duasını okur ve her şey düzelirdi. Bana öğretilen buydu ama işe yaramadı! Artık herhangi bir şeye inanmakta güçlük çekiyorum. Biçimsel dinleri düşünüyorum hepsinde küçük bir gerçeklik payı vardır ama hiçbiri tam değildir. Ayrıca hiçbiri hemen hemen böyle bir şey yaşanabileceğine ihtimal vermiyor”* Bu sözler ile modern, fazlasıyla bireyselleşmiş Batılı bir toplumdaki inanç kaybı da göze çarpmaktadır. *A Haunting* programı biçimsel anlatım teknikleri ile kısa bir televizyon filmi yapısındadır. Dramatik öğelerin programda düzenlenişi de klasik anlatı sinemasına uygun bir yapıdadır.

II.1.1.2. American Chopper Programı

a) Jenerik

American Chopper programı motosiklet ve araba programları türüne aittir. Programın jeneriği tamamen realiteye ait bir program olması nedeniyle *A Haunting* programından farklılık göstermektedir. Programın ilk jeneriği yaklaşık bir dakika sürmektedir. *A Haunting* programındaki gibi hızlı kurgulanmış çekim parçaları ile programın o bölümüne ait görüntüler verilmektedir. Bu görüntülerin ortak özelliği doğal ışıkta çekilmiş olmalarıdır. Rock türünde hareketli bir müzik görüntülere eşlik ederken dış seste izleyiciye seslenmektedir: “*American Chopper’a hoş geldiniz. Ekibimizi zor bir proje bekliyor. Lincoln kamyonetten ilham alıp motosiklet yapacaklar. Motor siteye yapılan ziyaret projeyi rayına oturtuyor*” Jeneriğin bitişinde çelik zemin üzerinde comic stilde “*American Chopper*” altında ise “*the series*” kelimesi yazmaktadır. American yazısının üstünde Amerikan bayrağının yansıması bulunmaktadır. Chopper yazısı ise lacivert renktedir. Bu yazılara ise metale vuran çekiç sesleri eklenmiştir. Programın son jeneriği ise yaklaşık yirmi saniye sürmektedir. Burada siyah zemin üzerinde yapım şirketi, yönetmen vb. bilgiler verilmektedir.

b) Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimleri

American Chopper programının bölüm süresi 57 dakika 24 saniyedir. Çekim ölçekleri incelendiğinde % 23,42 ile ayrıntı çekimlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bir hobi programı olan *American Chopper*’da her bölümde farklı motosikletler yapılmaktadır. Ayrıntı çekimler ile araç yapımının çizim, metal işleri, boya gibi aşamaları verilmektedir. Sinemada üçlü çevrim tekniği genellikle bir işin oluş sürecini göstermek amacıyla kullanılmaktadır. *American Chopper* programında bir lastiğin takılması ya da somunların yerleştirilmesi gibi işlerde bu teknik kullanılarak verilmiştir. Programda diğer öne çıkan çekim ölçekleri % 15,27 ile göğüs, % 14,46 ile bel ve % 12,21 ile boy çekimlerdir. Bu programda da *A Haunting* programında olduğu gibi röportaj tekniği kullanılmaktadır. Baba Paul Teutel ya da oğullar Paul Teutel Jr ve Micheal Teutel ile yapılan röportajlarda göğüs çekim ölçeği kullanılmıştır. Kişilerin motoru yaparken görüntülenmesinde de bu çekim ölçeği

sıklıkla kullanılmıştır. Programda bel ve boy çekimlerin ön plana çıkması programın içeriği ile uyumludur. Çünkü bu iki ölçek türü kişilerin diğer kişilerle olan ilişkilerini, davranışlarını ve kişinin belirli bir uzam içerisindeki hareketlerini yani çevre ile ilişkisini ortaya koymaktadır. Karakterlerin birbirleri ile ilişkisi ve atölyedeki davranışları bu ölçeklerde verilmiştir. Programda genel çekimler % 5,70 oranında az bir paya sahiptir. Genel çekimler sadece atölyenin içeriğini göstermek için ama daha çok gün değişimlerinde atölye dışının, doğanın ve çevrenin gösterilmesinde kullanılmıştır. Programda baş çekimler *A Haunting* programının tam tersi olarak çok az bir oranda kalmıştır. Bu oran % 2,24'tür. Bunun nedeni konu gereği kişilerin birbirleri ile ilişkisini ve yaptıkları işleri gösteren bu programda baş çekimlere fazla ihtiyaç duyulmamıştır.

Programın alıcı devingenliği 57 dakika 24 saniyede % 39,51 oranındadır. *American Chopper* programı hızlı kurgusu olan bir programdır. Programda çok sayıda ayrıntı çekimde zoom kullanılmıştır. Bunlar ile motosikletten boy plana ya da mekân değişimlerinde tabelalara yaklaşılarak geçişler sağlanmıştır. Ayrıca işin yetişip yetişmeyeceği gerilimini yaratmak için saate zoom-in yapılmaktadır. Teutel ailesi, programda motosiklet yapmak için zamanla yarışmaktadır. Bunu yapmak için alıcı devinimi yüksek tutularak bir ritim sağlanmıştır.

Programda üst açı kullanımı % 12,83 alt açı kullanımı ise % 4,48'dir. Bu oranlar *A Haunting* programının yarısı kadardır. Bunun nedeni *A Haunting* programı daha çok öznel kamera ile dramatik yoğunluğu yüksek bir program iken *American Chopper* programı reality programı olması nedeniyle kamera kullanımının nesnel konumda olmasıdır. Burada kullanılan üst ya da alt açıların amacı aracın yapılmasındaki ayrıntıları daha iyi göstermek ya da öznel konumda çalışan kişinin gözünden aracın yapılışını görmektir. Sınırlı sayıda sahnede baba Paul'un oğlu ile konuşmasında üst açı kullanılmaktadır. Bu da atölyede otoritenin babanın elinde olduğunu vurgulayan çekimlerdir.

c) Mizansen ve Çevre Düzenlemesi

American Chopper programının ele alınan bölümü başlangıçta Ford firmasının fabrikasında daha sonra ise kendi atölyelerinde geçmektedir. Bu programda dış çekimler birkaç araç sürüş testi ile sınırlıdır. Programın önemli bir bölümü iç mekânda geçmektedir. Teutel'lar motosiklet yapımını klasik bir otomobil-motor atölyesinde yapmaktadır. Burada pek çok teknik ekipman, lastikler, motor yapımında kullanılan araçlar göze çarpmaktadır. *A Haunting* de olduğu gibi amaçlı bir dekorasyon yoktur. Her şeyin doğal bir çevrede olup bittiği izlenimi verilmektedir. Kişilerin kıyafetleri daha çok işçi tulumları, kot pantolon ve t shirtlerden oluşmaktadır. Amerikan motosikleti anlamına gelen programda kot pantolonun kullanılması anlamlıdır. Çünkü kot pantolon Amerikalı sığır çobanlarının yani kovboyların iş kıyafeti olarak ortaya çıkmış sonra tüm dünyaya yayılmıştır. Bir anlamda Amerikalılığın simgesi olan kot pantolon kişilerin iş tulumu dışında giydikleri tek kıyafettir. Yine arada duvarda bulunan bir kartal illüstrasyonuna zoom-in yapılmaktadır. Kısaca program tüm görsel simgeleri ile Amerikan ve eril bir yapıya işaret etmektedir denilebilir. Çerçevelemede kullanılan dikey hatlar da erilliği artırırken *A Haunting* programında ise daha çok eğik hatlarla çatışma ve mücadele unsuru yaratılmıştır.

d) Işık ve Renk

American Chopper programında *A Haunting* programının tam tersi olarak doğal ışık kullanılmıştır. Programın iç ve dış çekimlerinde doğal ışık kullanımı söz konusudur. Ancak atölye içindeki bazı röportajlar da (baba Paul'un ofisinde olduğu gibi) dört nokta aydınlatma ile homojen bir ışık dağılımı sağlanmıştır. Programda öne çıkan renkler daha çok kırmızı renkli motor yapım araçları, metalik tonlar ve siyahtır. Kullanılan renk ve aydınlatma şekli programın realiteye ait olduğunu vurgulamaktadır.

e) Müzik ve Efekt

American Chopper programında arkada çalan Rock türünde müzik ile eğlenceli ve aynı zamanda dinamik bir program yaratılmıştır. Atölye içindeki çekiç ve benzeri araçların sesleri anlatımı kuvvetlendirmektedir. Programda kullanılan müzik ve

efektler diğerk unsurlarda olduğu gibi doğallığı pekiştirici işleve sahiptir. Oysa *A Haunting* programında kullanılan efektler daha çok gerilim yaratarak dramatik anlatıyı desteklemek amacıyla kullanılmıştır.

f) Mizansen ve Dramatik Eğri

American Chopper programının adı jenerikte comic stilde yazılmıştır. Bir hobi programı olan *American Chopper*'da motosiklet yapımı üzerine çalışan bir ailenin üyeleri vardır. Aile üyeleri farklı karakterlerdeki kişilerden oluşmuştur. Baba Paul Teutul orta yaşın üstünde huysuz ve inatçı bir adamdır. Büyük oğul Paul Teutul Jr ise idealist, tasarımla ilgilenen ve amacı her zaman tek başına motosiklet yapmak olan bir kişidir. Küçük oğul Micheal Teutul ise fazla işe yaramayan, en fazla atölyede yerleri süpüren işi gücü espri yapmak olan biridir. Görüleceği üzere programın karakterleri bir sit-com dizisinin karakterleri ile benzerlik taşımaktadır. Büyük oğul çalışır, motosiklet yapımını üstlenir arada baba gelir ve genelde hiçbir şeyi beğenmez, oğluna pek çok hakarete ve yerli yersiz tavsiyede bulunur bu sırada gerilim yükselir daha sonra küçük kardeş gelir ve yaptığı esprilerle ortamın gerginliği azalır, büyük oğul çalışmaya devam eder. Buna örnek bir diyalog şu şekilde işlemektedir:

Baba Paul:“*Paulie'nin derdi ne anlamıyorum dudakları oynuyor ama gerçekte ne söylüyor belli değil. Umarım bu motosiklet biter ve iyi bir şeye benzer*”

Oğul Paul:“*babam yine motorla ilgili her kararımı yargılıyor. Amacım mükemmel motosikleti yapıp babamı olabildiğince dışarıda tutmak*”

Küçük kardeş Micheal:“*tasarım, yapı ve sanatsal yaratıcılık konusunda fazla fikir edinemedim. Bu yolculuğun bana fazla katkısı olmadı diyebilirim. Umarım ağabeyim ve babam fikir edinmiştir. Çünkü motoru onlar yapacaklar*”

Bu yapısı ile program iş arkadaşları çevresiyle değil de farklı karakterlerden oluşan bir aile ile anlatısını sürdürerek izlenme oranını yükseltmektedir. Çünkü burada amaç sadece motosiklet yapımını izlemekten çıkmıştır. Renkli bir ailenin günlük yaşantısını izlemek de izleyiciyi ekrana çeken bir diğerk unsurdur. *American Chopper* programının dramatik gelişim eğrisi *A Haunting* programından farklıdır.

Program gün ve gün bir motosikletin yapılma aşamasını göstermektedir. Yukarıda bahsedilen dramatik yapı ise her gün içinde tekrarlanmaktadır. Buradan şu sonuca varılabilir. *A Haunting* programında toplamda bir dramatik eğri bulunup televizyon filmi şeklinde işlerken; *American Chopper* programı ise her gün yeniden küçük bir tepe şeklinde oluşan bir dramatik anlatı yapısına sahiptir. Motosikletin yapım süreci, babanın ortamı gemesi ve daha sonra gerilimin düşmesi bir kalıp şekildir. Ayrıca *A Haunting* epizodik bir anlatıma sahiptir yani her bölümde farklı bir hikâye anlatılmaktadır. Bu yapıyla televizyon filmi özelliklerini bünyesinde taşımaktadır. Oysa *American Chopper* bir dizi özelliği göstermektedir. Kimi araçların yapımı bir bölümde bitmemekte ikinci ve üçüncü bölümlerde çalışma devam etmektedir. Örneğin biçimsel analizde ele alınan bölüm Lincoln motosikletinin birinci bölümüdür.

Her iki programında hareketli bir kurgusu vardır. *A Haunting* programında yoğun olarak kullanılan kesmeler dışında zaman değişimlerinde birkaç yerde kararlar ve açılmalar kullanılmıştır. *American Chopper* programında ise kesmeler ile geçişler sağlanmıştır. İki program arasındaki farklılık yönetmenin bakış açısında da söz konusudur. *A Haunting* programında kameranın bakış açısı neredeyse tamamen öznel kamera iken *American Chopper* programında kamera çoğunlukla nesnel, olayları dışarıdan izleyen bir göz konumundadır.

II.1.1.3. Mega Builders Programı

a) Jenerik

Mega Builders “*Mega İnşaatlar*” programı mühendislik programları içinde yer almaktadır. Programın ilk jeneriği 17 saniye olup jenerikte ağırlıklı olarak illüstrasyon kullanılmıştır. İllüstrasyonlarda kırmızı bir köprü üzerinde baretli bir mühendis bulunmaktadır. Onun yanında planlar, formüller ve bir vinç görüntüye girmektedir. Ardından güneş gözlüklü mühendis ekranın ortasında dururken birçok ok onu işaret etmektedir. Bu sırada ekrana vince iperle asılı bir çerçeve gelir. Bu çerçeve çok kısa bir süre siyah beyaz bir ekran haline gelmektedir. Ekranda inşaatlarda birlikte çalışan işçiler görülmektedir. Bu görüntüden zoom-out ile çıkılarak bir vince iperle asılı *Mega Builders* yazısı ekrana gelmektedir. *Mega*

kelimesi kırmızı bold stilde yazılmışken *Builders* kelimesi ise daha ince bir yazı stilinde yazılmıştır. İlk jenerik boyunca özel bestelenmiş metal türünde sert bir müzik görüntülere eşlik etmektedir. İlk jenerikte, ikonografik olarak oklarla işaret edilen beyaz erkek bir mühendis ön plana çıkarırken, bu mühendise eşlik eden formüller, planlar ise mühendislik programına uygun ikonografik öğeler olmaktadır. Bunun yanında küçük ekranda siyah beyaz görüntüler ile bu işin bir ekip işi olduğunun ve birlikte çalışmanın önemi vurgulanmaktadır. Programın son jeneriği ise 19 saniye sürmektedir. 19 saniye boyunca programın o bölümüne ait inşaat yapım görüntüleri ekrana gelmektedir. Bu görüntülere ilk jenerikte olduğu gibi sert bir müzik eşlik ederken yapımçı firma, yönetmen ve yapım ekibine ait diğer bilgiler ekrana gelmektedir.

Mega Builders programının jeneriği *A Haunting* ve *American Chopper* programlarına göre çok daha kısa sürmektedir. Diğer iki programın jenerikleri yaklaşık 1 dakika iken bu programın jeneriği 17 saniyedir. Bu programlar içinde jenerikte illüstrasyon kullanımı da sadece *Mega Builders* programında söz konusudur. Diğer iki jenerikte olduğu gibi bu jenerikte de programın genel içeriğini yansıtan ikonografik öğelere yer verilmiştir. Gerek kullanılan ikonografik öğeler gerekse müzik ile programın erkek dünyasına hitap ettiği görülmektedir.

b) Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimleri

Mega Builders programının süresi 52 dakika 34 saniyedir. Bu süre içinde çekim ölçeklerine bakıldığında % 25,82 ile genel çekim, % 20,78 ile boy çekim ve % 13,85 ile toplu çekim ön plana çıkmaktadır. Programdaki genel çekim oranı *A Haunting* programının iki katından fazladır %10,62, *American Chopper* programından ise ortalama beş kat daha fazladır %5,70 Televizyon anlatım dilinde göstergebilimsel açıdan genel çekimler izleyiciye içerik, uzay ve uzam bilgilerini taşır. Programın bu bölümdeki konusu Hong Kong limanında inşa edilen Stonecutters köprüsüdür. Bundan dolayı programda pek çok Hong Kong limanına, limandaki ticari yaşantıya ve şehrin trafik sorununa ait genel çekim kullanılmıştır. *Mega Builders* programında öne çıkan diğer iki çekim ölçeği boy ve toplu çekimlerdir. Bu iki ölçeğin program içinde sayıca fazla olması anlamlıdır. Çünkü her iki çekim ölçeği de kişinin ayakta

diğer kişiler ya da nesnelere ilişkilerinin ekranda en iyi yansıtılabileceği ölçeklerdir. Köprü inşaatı ekip işidir, pek çok mühendis, uzman ve işçi birlikte bir amaç için çalışmaktadır. Bundan dolayı çalışma sahasında ekip çalışmasını ve ruhunu yansıtabilecek en iyi ölçekler boy ve toplu çekimlerdir. Programda omuz ve göğüs çekimler genelde diğer iki programda olduğu gibi mühendis ve uzmanlarla yapılan röportajlarda kullanılmıştır. *Mega Builders* programında kullanılan ayrıntı çekim oranı % 11,49'dur. Bu oran *A Haunting* programından oldukça az iken % 19,80 *American Chopper* programının yarısı kadardır % 23,42 Ayrıntı çekimler herhangi bir kişi ya da nesne ile ilgili detaylı bilgileri izleyicilere ulaştırarak ölçeklerdir. Bu çekim ölçekğinde mikro düzeyde kişilerin fiziki özellikleri, tepkileri yakından görülebilmekte iken nesnelere de daha yakından tanımlanabilmektedir. *Mega Builders* programı mühendislik alanındaki teknolojik gelişmeyi ve çalışmayı anlatmaktadır. Burada teknik yeniliğin ya da kullanılan teknolojinin ayrıntısını izleyiciye verecek olan sözel anlatım kadar izleyicinin gözü konumundaki kameranın ölçekleridir. Oysa programda ayrıntı çekimler az tutularak teknolojinin ayrıntısına inilmemekte ve sadece genel ve boy çekimlerle çalışmanın devasallığı vurgulanmaktadır. Çekim ölçeklerinin bu vurgusuna dış sesin sözel anlatımı da destek olmaktadır. Çekim ölçekindeki bu tutum *görsel ideolojinin* bir yansıması olarak tanımlanabilir.

Programda kullanılan alıcı devingenliği oranı % 18,89'dur. Bu oran *A Haunting* % 34,05 ve *American Chopper* % 39,51 programlarının yarısı kadardır. Programda genel çekimlerin çok sayıda % 25,82 kullanımı ve kamera hareketlerinin diğer iki programdan daha az tutulması ile görsel anlatım dili farklılaşmıştır. *A Haunting* programında yüksek alıcı devingenliği ile heyecan ve gerilim oranı yükseltilmiştir. Benzer kullanım *American Chopper* programında da söz konusudur. Bu programda motosikleti zamanında tamamlamanın stresi atölyede saate yapılan zoom-in gibi kamera hareketlerinin sayıca çokluğu ile sağlanmıştır. Oysa *Mega Builders* programında pan ve tiltler köprü yapımının aşamaları olan kule ve güverte'nin büyüklüğünü izleyiciye göstermek için kullanılmaktadır. Programda köprü inşaatı yapımı için bir takvim yani zamanlama olsa dahi asıl vurgulanan işin büyüklüğüdür. Burada Hong Kong körfezinin genel çekimleri ve geniş inşaat alanının daha düşük

alıcı devingenliği ile filme alınmasıyla panoramik görüntüler ve şiirsel bir dil oluşturulmuştur.

Programda üst açı kullanımı % 16,06 ve alt açı kullanımı % 19,05'tir. Üst açılar ile genelde inşaat sahasının gökyüzünden panoramik görüntüsü izleyiciye sunulurken kamera hareketlerine eşlik eden alt açı kullanımı ile de inşaatın her aşamasının büyüklüğü ve yapım zorluğu ekranda vurgulanmıştır. *Mega Builders* programında kamera genelde nesnel konumda dışarıdan bir göz olarak kullanılmaktadır. Sınırlı sayıda çekimde örneğin mühendisin elindeki plana ya da inşaatın yapımına baktığı bazı yerlerde kameranın subjektif kullanımı söz konusudur.

Bu programda *A Haunting* ve *American Chopper* programlarında kullanılmayan iki teknik kullanılmıştır. Bunlar 3d animasyon ve hız efektleridir. *Mega Builders* programında toplam 11 adet 3d animasyon kullanılmıştır. Bu animasyonlarla üç boyutlu olarak köprü inşaatının aşamaları önden izleyiciye gösterilmektedir. Böylece teknik bir dil kullanan programda köprünün yapım süreci sıradan izleyicinin zihninde daha iyi canlanmaktadır. Örneğin programda braket yapımından bahsedilmektedir. Köprü asansörünün yapım aşamalarından biri olan braket izleyiciye kabaca tanımlanmakta ama daha önemlisi üç boyutlu animasyonla braketin ne olduğu gösterilmektedir. Programda kullanılan bir başka teknik yenilik ise hız efektleridir. Fotoğrafçılıkta "*Time Lapse Photography*" TLP, sinemada ise "*Time Lapse*" olarak geçen bu teknik görsel efekt alanında son yıllarda en çok kullanılan yöntemlerden birisidir. "*Time Lapse, bir olayın kare kare çekilmesine ve her karenin arasına belirli bir zaman konmasıyla yapılan çekim yöntemine verilen isimdir. Bu yöntemle son derece çarpıcı gökyüzü çekimleri, çiçek oluşumları çekilebilir*"⁹⁰ Teknik olarak günümüzde "*motion control*" sayesinde *Time Lapse* çekimlerine kamera hareketleri eklenmektedir. Böylece farklı kamera açılarında çekilmiş görüntüler aynı kamera hareketi altında bir araya getirilmektedir. *Mega Builders* programında *Time Lapse* tekniği ile körfezdeki gemilerin geçişi, limanda güneşin ve bulutların gökyüzündeki günlük hareketi, inşaat sahasındaki bazı aşamalar ve Hong Kong trafiği verilmiştir.

⁹⁰ <http://makinafx.com>

Bu teknik sayesinde görsel olarak zaman atlaması, işin hızlandırılmış oluşum süreci ve Hong Kong'un kaotik trafiği izleyiciye gösterilmektedir.

c) Mizansen ve Çevre Düzenlemesi

Mega Builders programının çekimleri birkaç plan dışında programın doğası gereği dış mekânda geçmektedir. İç mekân kullanımı sınırlı sayıdadır ve bu görüntüler mühendislerin yaptıkları toplantılara ilişkindir. Toplantılarda pek çok plan ve proje önlerinde çalışan mühendisler gösterilmektedir. Oysa *A Haunting* programında çekimler ağırlıklı olarak hayaletli evde geçerken, *American Chopper* programının neredeyse tamamı atölyede yani iç mekânda geçmektedir. *A Haunting* programında daha fazla olmak kaydıyla *American Chopper*'da mekân dekorasyonu, özel simgeler, objeler (haç, kutsal su, American bayrağı, kartal illüstrasyonu) kullanılırken *Mega Builders* programında bu tür ayrıntılar azdır. Kıyafet olarak bakıldığında ise işçilerde genelde mavi işçi tulumu bulunurken; mühendisler iş sahasına uygun günlük kıyafet ve baretleri ile klasik bir görüntü çizmektedir.

d) Işık ve Renk

Mega Builders programının tamamı doğal ışıkta çekilmiştir. Birkaç çekim gece çekimi iken diğer çekimlerin tümü gündüz çekimdir. Gece çekimlerinde de inşaat sahasındaki dev projektörlerin ve kameranın tepe ışığı dışında başka bir ışık kullanılmamıştır. Tüm çekimlerde kontrollü belgesel film çekimlerinde ya da öykülü filmlerde de geleneksel olarak kullanılan dört nokta aydınlatma tekniği ya da özel bir ışıklandırma kullanılmamıştır. Bunların yanında *A Haunting* programında olduğu gibi özel anlam yaratacak kamera filtresi kullanımı da yoktur. Tüm bunlar programın realiteye ilişkin olmasını, gerçek hayatı aktardığı izlenimini artırmaktadır. Programda özel bir anlam yaratacak renk kullanımı da yoktur. Programda mühendislerin günlük bej rengi kıyafetleri ve inşaata sahasının doğal metalik renkleri ön plana çıkmaktadır.

e) Müzik ve Efekt

Mega Builders programının açılış jeneriğinde metal türünde bir müzik kullanılmıştır. Aynı şekilde özel bestelenmiş sert bir müzik programın ilk

sahnelerinden itibaren genelde fon müziği olarak gerek dış sese ya da kişilere eşlik etmektedir. Görsel ideolojinin belirlenmesinde çekim ölçekleri, kamera hareketleri kadar müzik ve efekt kullanımı da etkilidir. Programda kullanılan jenerik müziği ile birlikte fon müziği ve efektler programın anlamının kuvvetlenmesini sağlamaktadır. Programın içinde her bölüm başı kullanılan uzak doğu ezgileri de program ile uyum içindedir. Çünkü programın bu bölümü Hong Kong’ da yapılan bir inşaat projesi ile ilgilidir. Programda kullanılan efektlerde dramatik anlatıyı artıracak şekildedir. Stonecutters köprüsü inşaatının önemli bir aşamasında hava kapanmakta ve gök gürültüsü efekti duyulmaktadır. Bu aşamada inşaatın zamanında tamamlanması güç görülmektedir. Bu ise anlatıma heyecan katmaktadır. Ayrıca alıcı devinimleri altında değinilen *Time Lapse* tekniğine eklenen hız efekti de zamanın geçiş hızını vurgulamaktadır.

f) Mizansen ve Dramatik Eğri

Mega Builders programı konu olarak bir inşaat projesini anlatmasına rağmen *A Haunting* ve *American Chopper* programları gibi dramatik bir anlatıya sahiptir. Ancak bu dramatik anlatının kuruluşu *A Haunting* ve *American Chopper* programlarından farklıdır. *A Haunting* programının dramatik anlatısı bir televizyon filmi gibi tek bir doğru üzerinde ilerlemektedir. *American Chopper* programında ise günlere bölünmüş anlatı içerisinde dramatik yoğunluk her gün yükselip düşmektedir. *Mega Builders* programında ise dramatik anlatı inşaat projesinin aşamalarına koşut şekilde oluşturulmuştur. Stonecutters köprüsü projesinde Dünyada köprü yapımında ilk kez bir asansör kullanılacaktır. Yapılacak devasa asansör ile köprü havaya kaldırılıp inşaat projesi tamamlanacaktır. Ancak köprü asansörünün yapılması inşaatın diğer üç safhası bitmeden yapılamamaktadır. Bu aşamalar şunlardır:

- 1- Köprünün karaya uzanan kısmı kulenin yanına inşa edilmelidir.
- 2- 14B güverte bölümü Çin anakarasında inşa edilmeli ve nehirden Hong Kong’a taşınıp iki bin tonluk güverteyi oluşturacak şekilde kaynaklanmalıdır.
- 3- Bu dev monte edilmiş parçaları tutan kabloları bağlamak için kulenin en az 175 metre yüksekliğe ulaşması gerekmektedir.

Program birbirini takip eden bu üç bölüm ve sonuç kısmı ile dört bölümden oluşmaktadır. Her bölümde dramatik anlatıyı oluşturan merak ögesi ortaya atılarak ve geciktirme unsuru kullanılarak gerilim yükseltilmektedir. Buna örnek bir diyalog şöyle işlemektedir: Dış ses: “*her şeyi iki kez yapmak zorundalar limanın iki tarafı için (3d animasyon) asansörü hazır etmek için 5 ayları var, kasırga mevsimi başlamadan*” başmühendis Andreas Schwarz: “*elimizde sabit bir tarih var. Bu tarihe kadar işi bitirmek zorundayız*” Ancak her bölümün sonunda çalışan mühendis ve işçiler sayesinde projedeki problem ortadan kaldırılmakta ve bir üst aşamaya geçilmektedir. İnşaat projesinin yapım sürecinde iki tür problem her bölümde yeniden ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki güverte kısmının doğru kaynaklanıp kaynaklanmaması gibi daha önemli sorunlar iken diğer problemler ise parçaların yanlış renge boyanması ya da inşaat alanında üç ekibin yer kapma yarışı gibi daha basit konulara ilişkindir. Programda kamera hareketleri yoluyla nesnel bir anlatım yolu seçilirken, kullanılan dış ses *A Haunting* ve *American Chopper* programlarından farklı olarak odaklanmamış anlatı “*geriden bakış açısı*” ile her şeyi bilen konumdadır. Bu sayede izleyicinin dikkati inşaatta çalışan mühendisler “*karakterler*” üzerine çekilerek onların yaşayacaklarına odaklanılmaktadır. Buna örnek bir diyalog olarak şu verilebilir. Dış ses: “*Simon, için her dakika değerli üzerine düşen görevi dev asansör yapılanaya kadar yetiştirmekte kararlı. Ama henüz bilmediği bir şey var. Bugün kariyerinin en kötü günlerinden biri olacak*”

Programda, aynı bir dramatik anlatıda olduğu gibi karakterizasyon söz konusudur. *A Haunting* programında evini ve çocuklarını korumaya odaklı anne tipi ya da *American Chopper* programındaki huysuz baba, idealist büyük oğul ya da haylaz küçük kardeş tipler gibi bu programda da idealist başmühendis Andreas Schwarz, disiplinli kule şefi Simon Cassels ya da esprili beton mühendisi Gerry Woll gibi tipler bulunmaktadır. Bu karakterler ile anlatı renklenmekte ve daha eğlenceli hale gelmektedir.

Çekim ölçekleri ve alıcı devinimleri başlığı altında değinildiği gibi programda genel çekimlerden sonra öne çıkan iki çekim ölçeği toplu ve boy çekimlerdir. İnşaat projesinin ekip işi olmasına rağmen bu iki çekim ölçeğinde ve dramatik anlatıda öne çıkan kişi başmühendis Andreas Schwarz’dır. İkili çekimlerde Andreas her zaman

diğer kişinin önündedir tek çekimlerde ise alt açıdan çekilerek ekrandaki daha büyük alan kaplamaktadır. Stonecutters köprü inşaatı bu kişinin en büyük idealidir. Daha önce Avrupa’da pek çok projede yer almasına rağmen böylesi büyük bir projeyi tamamlamak onun hayatının en önemli amacı haline gelmiştir. Programın sonunda dış ses izleyiciye şöyle söylemektedir: “*ve ağır kaldırma ekibinin dahi çocuğu Andreas Schwarz için bir çocukluk rüyası gerçekleşti*” Bu anlatım tarzı aslında televizyonun kahraman yaratma misyonunun bir parçası gibidir. Programda *A Haunting* ve *American Chopper* programlarında olduğu gibi bölüm aralarından sonra her yeni bölüm başlarken özet bir bilgi verilmektedir. Programda geçişler kesmeler ile yapılmıştır ve hareketli bir kurgu kullanılarak görsel ritim sağlanmıştır. Herhangi bir görüntüdeki hatlar izleyicinin algılamasını etki ederek farklı anlamlar oluşturmaya neden olur. Millerson’a göre:

“bir görüntü kompozisyonunu oluşturan hatlar, çizgiler (lines) psikolojik algılama ve etkileme gücüne katkıda bulunmaktadır. Hatlar; ister gerçekten yapılmış, boyanmış dekorlar, set şeklinde, ister hayali hatlar, yani nesne ve insanların duruş pozisyonu ile yaratılmış olsun filmsel, görsel anlam yaratmada önemli işlevler yüklenmekte, izleyicinin bilinçaltını bir takım psikolojik enformasyonu almaya güdülenmektedir. Filmsel anlatıyı kurarken video semantiğinin en önemli alanlarından biri olan hatların kullanımınıdır. Hatlar dikey, yatay ve eğik hatlar olarak ayrılmaktadır ve her birinin görüntüye kattığı psikolojik anlam farklıdır”⁹¹

Genellikle doğrusal, dikey hatlar çekime; sağlamlık, yalınlık, erkeksi bir anlatım ögesi kattığı gibi disiplin duygusu, yükseklik ve resmiyet katabilmektedir. *Mega Builders* programında hatlar büyük oranda dikeydir. Bu da yukarıda işaret edilen anlamların programda vurgulanmasını sağlamaktadır.

II.1.1.4. Brainiac Programı

a) Jenerik

Brainiac programı diğer programlar türü içinde yer almaktadır. Programın 31 saniye süren ilk jeneriğinde sarı zeminde bold yazı stilinde siyah olarak program adı, pek çok illüstrasyon-grafik ve programın ilgi çekici anları ekrana gelmektedir. Bu ilgi çekici anları çeşitli patlama görüntüleri oluşturmaktadır. “*start, bang, boom, impact, danger*” gibi kelimeler patlama anlarına eşlik ederken; kurukafa “*tehlike*” işareti, nükleer tehdit “*radasyon*” işareti, deney tüpleri ve formüller de tüm bu hızlı

⁹¹ Gerald Millerson, **Video Camera Techniques**, Focal Press, London, 1983, 62 s.

kurgulanmış görüntülere eklenmektedir. Jeneriğin sonunda ise *Brainiac* yazısı ve üstünde bir üçgen içinde gözlüklü kurukafa işareti görülmektedir. Programın son jeneriği ise 18 saniye sürmektedir. Son jenerikte diğer programlardaki gibi siyah zemin üzerinde beyaz yazılar ile yapımcı firma ve yapım ekibine ait bilgiler görülmektedir. Hem ilk jenerik hem de son jenerikte elektro gitar ile özel bestelenmiş sert bir müzik görüntülere eşlik etmektedir. Jenerikte illüstrasyon ve gerçek görüntü kullanımı açısından *Brainiac* programı *Mega Builders* programı ile benzerlik göstermektedir. İncelenen diğer programların jeneriğinde illüstrasyon ve grafik kullanımı yoktur. İlk jenerikte yer alan semboller, yazılar, gerçek görüntülerle birlikte hareketli müzik ve kurgu programın eğlenceli bir yapısı olduğunu izleyicilere göstermektedir.

b) Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimleri

Brainiac programının bölüm süresi 51 dakika 35 saniyedir. Bu süre içerisinde % 17,51 ile ayrıntı çekim, % 16,32 ile boy çekim ve % 15,47 ile toplu çekim ön plana çıkmaktadır. Programda ayrıntı çekimler iki yerde kullanılmaktadır. Bunlardan ilki deneylerin yapılış sürecine ilişkinen diğeri ise patlamalı deneylerde bu patlamaların farklı açılardan birden çok kez gösterilmesine ilişkindir. Programda ayrıntı çekim oranı *A Haunting* programına yakın bir oranda iken % 19,80, *Mega Builders* programından oldukça fazladır % 11,49. Bu görsel ideoloji açısından önemli bir ayrıntıdır. Çünkü amacı mühendislik alanındaki bilimsel-teknik yeniliği sunmak olan bir programda ayrıntı çekimler sınırlı sayıda tutulurken, *Brainiac* gibi eğlence yönü yüksek bir programda ayrıntı çekimlerin daha fazla sayıda kullanılması seyircinin duygusal katılımını ve heyecanını yüksek tutma amaçlıdır. Programda boy ve toplu çekim ölçeklerinin ikinci derecede öne çıkması programın genel işleyişi ile uyumludur. Çünkü *Brainiac* programında deneyler “*brainiac*” adı verilen gençlerle birlikte yapılmaktadır. Bu kişiler kimi zaman denek konumunda kimi zaman ise uygulayıcı olarak programın sunucularına eşlik etmektedir. Bundan dolayı kişilerin diğer kişi ve nesnelere ilişkisini vermekte öne çıkan boy ve toplu çekimler programda çok sayıda kullanılmıştır. Programda omuz çekim oranı % 8,67, göğüs çekim oranı ise % 11,90’dır. Bu iki ölçek türü incelenen diğer programlarda daha çok röportaj çekimlerinde kullanılmıştır. Oysa *Brainiac* programında röportaj tekniği

kullanılmamıştır. Programda bu iki çekim ölçeği televizyonun yakın çekim miti başlığı altında değinilen nedenlerden ötürü kullanılmıştır.

Brainiac programı alıcı devingenliği kullanma oranı açısından incelenen diğer programlardan en aşağı düzeydedir. Programda zoom in-out lar deneyler sırasında ayrıntıyı vermek için kullanılmıştır. Yine örneğin hazır yiyecekten yakıt yapma deneyinde iki sunucunun yarışı dolly ile gösterilmişken, roketle içecek soğutma deneyinde tiltler ile roketin tanıtımı ve hareketi gösterilmiştir. *A Haunting* programında kamera hareketleri daha çok gerilim yaratmak için kullanılmışken; *American Chopper* programında motosiklet yapımındaki heyecanın verilmesinde ve yapılan motosikletin ayrıntılarının gösterilmesinde kullanılmıştır. *Brainiac* programında ise kamera hareketleri deneylerin yapılışına ilişkin ayrıntıların verilmesinde ve sürekli bir yarış kavramının olduğu programda bu yarış hissini izleyiciye ulaştırılması amacıyla kullanılmıştır.

Programda üst açı kullanma oranı % 10,54, alt açı kullanma oranı ise % 6,97'dir. Bu farklı açı kullanımları da deneylerin yapılış sırasında ayrıntıların izleyiciye ulaştırılması için kullanılmıştır. Hatırlanacak olursa *A Haunting* programında alt ve üst açı kullanımının psikolojik anlamları (Clara ve ailesinin içinde bulunduğu ruhsal durum) bulunurken bu programda böyle bir kullanım söz konusu değildir. *Brainiac* programında *Mega Builders* programındaki gibi *Time Lapse* tekniği kullanılmıştır. Bu teknik programın açılış jeneriğinde *brainiacların*, *Brainiac* merkezi önündeki koşuşturmalı hareketlerinde ve programın *superbrainiac* bölümünde *superbrainiac*'ın karavanı patlatmak için karavana gidiş hareketinde geçen zamanı vurgulamak amacıyla kullanılmıştır.

c) Mizansen ve Çevre Düzenlemesi

Brainiac programı ağırlıklı olarak dış mekânda gerçekleştirilen deneylerden oluşmaktadır. İç mekân kullanımı sınırlıdır. Bunda programda yapılan pek çok deneyin ateşli ve patlayıcı özellik göstermesi etkindir. Programın üç sunucusu Vic Reeves, Jon Tickle ve Charlotte Hudson kendi günlük kıyafetlerin de iken *brainiaclar* eğer denek ya da izleyici konumundaysalar sarı renkli üzerinde programın logosu olan *Brainiac* t shirtünü giymektedirler. Ancak *brainiaclar* eğer

deneyleri uygulayan kişilerse bu kez beyaz önlük ve beyaz lastik çizme giymektedir. Giydikleri kıyafet ile laboratuvar asistanlarına benzeyen *brainiac*lar sunuculara eşlik etmektedir. *Brainiac* programı her hafta yenilenen 14 rutin bölüm ve haftanın deneylerinden oluşmaktadır. Program içerisindeki her bölüme uygun dekorasyon yapılmaktadır. Örneğin “*nitrojen zamanı*” adlı bölümde her hafta soğuk savaş dönemini hatırlatan bir ofiste sunucu Vic Reeves, Rus subayı gibi giyinmektedir. Vic her hafta farklı nesnelere sıvı nitrojen içine batırarak onların aniden donmasını ve sonrada parçalanmasını izleyicilere göstermektedir. Sunucunun içinde bulunduğu ofisteki askıda bir trençkot, şapka, eski uzay üstlerini hatırlatan bir kontrol paneli vb nesnelere bulunurken duvardaki “*danger*” yazısı da Ruslarında kullandığı Kiril alfabesi ile yazılmıştır. Bunun gibi her hafta olan yavaş çekim bölümünde gizli olduğu söylenen bir laboratuvar ortamı yaratılarak pek çok nesne farklı yöntemlerle kırılarak yavaş çekimde kameraya alınmaktadır. Programda giysilerde, deneylerin yapıldığı alanların sınır şeritlerinde program logosu kullanılmaktadır. *Brainiac* programı daha önce ele alınan programlardan sunucu kullanılması yönüyle ayrılmaktadır. Diğer programlarda sunucu kullanımı yoktur. Kahramanların kendileri veya dış ses bu programların anlatısını devam ettirmektedir.

d) Işık ve Renk

Brainiac programının dış çekimleri doğal ışıkta çekilmiştir. İç mekân çekimlerinde ise geleneksel dört nokta aydınlatma kullanılarak programın realiteye ilişkin olduğu duygusu vurgulanmıştır. Programda özel bir anlam yaratıcı aydınlatma ya da filtre kullanımı söz konusu değildir. Program ışık kullanımı açısından *American Chopper* ve *Mega Builders* programları ile benzer özellikler göstermektedir. Programda öne çıkan renk açılış jeneriğinden itibaren fosforlu bir sarı renktir. Sarı renk hem *brainiac*ların t shirt’lerinde hem de deneyler yapılırken deney alanının etrafına çekilen plastik sınır şeritlerinde kullanılmaktadır. Ayrıca *superbrainiac*ın kıyafeti de fosforlu bir sarı kamufleajdır. Sarı renk hareketli kurgusu olan programın görsel ritmi üzerinde canlandırıcı bir etki yapmaktadır.

e) Müzik ve Efekt

Brainiac programının açılış ve kapanış jeneriğinde özel bestelenmiş elektrogitarla yapılan sert bir müzik bulunmaktadır. Bu müzik başlangıçtaki patlama görüntüleri ile uyum içerisindedir. Program içeriğinde her bölümüne ait uygun bir fon müziği arkada kullanılarak anlam kuvvetlendirilmiştir. Örneğin programın bu bölümünde, bebeklerle yapılan bir deneyde arka fonda bebelere uyurken dinletilen müziklerden kullanılmıştır. Müzik kullanımı ile anlamın oluşturulmasına bir başka örnekte her hafta gerçekleştirilen “*Fıslayacak mı, Parlayacak mı?*” bölümüdür. Bu bölümde Dr. Kılcoyne küçük bir bahçıvan kulübesinde farklı kimyasal maddeleri karıştırarak deney yapmaktadır. Kimi zaman bu deneyler sonucu patlamalar oluşmakta iken kimi zaman ise köpükler oluşmaktadır. Doktorun komik hali her seferinde arka fonda sirklerde kullanılan bir müzik ile vurgulanmaktadır. Program her deneye özgü dekor, sunucu ve müzik kullanımı ile dramatik anlatısını oluşturmaktadır. Programın içerisindeki her bölüm grafik animasyonlarla ayrılırken farklı efektler kullanılarak anlatım kuvvetlendirilmiştir. Örneğin *Brainiac* hayvana karşı bölümü başlamadan önce grafik animasyonda sarı zeminde bir insan ile kurt kafası çarpışmakta ve arkada kurt sesi efektle verilmektedir. Bu da anlatıyı destekleyen bir başka unsurdur.

f) Mizansen ve Dramatik Eğri

Brainiac programı İngiliz yapımı bir eğlence programıdır. Programda birçok bilimsel deney eğlenceli bir anlatımla mizah duygusu eklenerek sunulmaktadır. Hatta programın içindeki bazı bölümlerde kullanılan seksi hemşireler ve yardımcıları ile bu anlatıya erotizm sosu da eklenmektedir. *Brainiac* programı Discovery Channel’da yayınlanan bir başka program olan *Mythbusters*’a şehir efsanelerinin ya da bilimsel mitlerin incelemesi yönünden benzemektedir. Ancak *Mythbusters* ele aldığı konulara daha bilimsel yaklaştığı için bu programdan ayrılmaktadırlar. *Brainiac* programı bu yapısı ile National Geographic Channel’da yayınlanmakta olan “*Mad Labs*” programına benzemektedir. Programın açılış jeneriğinde dış ses izleyiciye şöyle seslenmektedir: “*Brainiac şirketi her gün İngiltere’nin en iyi beyinlerinden oluşan bir çatlaklar ekibi ile bilimsel veri ve kavrayışın temellerine el atıyor. Demedi demeyin sadece en sağlam kişiler ve en kuvvetli mideler Brainiac’ın aşırılıklarına*

dayanabilir. Brainiac bilimin kötüye kullanımı!” Programın sunucularından Charlotte’da bir günlük brainiac olmak adlı bölümde kendisine gelen izleyici mektubunu okuyarak şunları söylemektedir: “*sevgili Brainiac yerel bir barda bardak topluyorum. Üst üste en fazla kaç bardağı taşıyabileceğimi merak ediyorum. Yapılmasını istediğiniz bilim bu! Aklınızı kurcalayan sorularla bize gelin bizde bu iş için gerekli malzemeyi verelim*” Brainiac programı her hafta rutinleşen 14 bölümü ve haftanın deneylerinden oluşmaktadır. Programda her hafta olan bölümler şunlardır:

- 1- Yavaşlatılmış Çekim “*Things but Very Slowly*” : Farklı nesnelerin her hafta kırılırken yavaş çekimde kameraya alınması gösterilmektedir.
- 2- Fıslayacak mı? Parlayacak mı? “*Fizzle or Flash*” : Dr. Kılcoyne’in her hafta farklı kimyasalları karıştırması ve sonuçta ya patlama oluşmakta ya da kimyasalların köpürmektedir.
- 3- Nitrojen Zamanı “*Liquide Nitrogen Time*” : Rus subayı kıyafetindeki sunucu Vic her hafta yardımcısı Ursula ile (kadının sadece dantel gömlek giymiş kolu ve kırmızı ojeli tırnakları görülmektedir) farklı nesnelere sıvı nitrojene batırıp dondurmakta ardından da bunları parçalamaktadır.
- 4- Mikrodalgada yemek pişirmek “*Cooking with Microwaves*” : Her hafta bir mikrodalga fırın patlatılmaktadır.
- 5- Brainiac Hayvana Karşı “*Brainiac&Beast*” : *brainiacla* bir hayvan karşılaştırılmaktadır. Ele alınan programda bir ineğin metan salınımı ile insanınki karşılaştırılmıştır.
- 6- Doktor Taskafa İşbaşında “*on the Pull with Dr. Bunhead*” : Asosyal doktor taskafa’nın her hafta deneyler yaparak kız arkadaş bulma serüveni. Sonuç her seferinde başarısız olmaktadır.
- 7- Tickle’in Vücudu “*Tickle’s Body*” : Sunuculardan Tickle her hafta kendi vücudu üzerinde deneyler yapmaktadır.
- 8- Bende Bilim Yapabilirim “*I Can Do Science Me*” : Her hafta izleyicilerden biri sorusunun yanıtını programda yaptığı deneyle aramaktadır.

- 9- Bir Günlük Brainiac Olmak “ *Brainiac For a Day*” : Bir izleyicinin brainiac olup herhangi bir nesneyi patlatması gösterilmektedir.
- 10-Sevgili Jon “*Dear Jon*” : Programın sunucularından Jon’a mektupla sorulan sorular.
- 11-“*Prof. Miang Lee*”: Prof. Miang adlı seksi kadının her hafta başka nesnelere çelik toparla parçalaması gösterilmektedir.
- 12-Ünlülere Elektrik Vermek “*Celebrity Day Jop Electrocutation*” : Ele alınan programda İngiltere’nin ünlü sunucularından Kay Burley’e haber sunarken elektrik verilmektedir.
- 13-47 Saniyelik Bilim “*47 Second Science*” : 47 saniye içerisinde bilimsel bir sorunun yanıtı verilmektedir.
- 14-Süperbrainiac “*superbrainiac*” : Sarı kamuflaj giymiş bir *brainiac* her hafta başka bir karavana patlatmaktadır.

Programda bu rutin bölümler dışında her hafta O, haftaya özel deneyler yapılmaktadır. Ele alınan haftanın konuları şunlardır: Geleceğin yakıtı nedir? Bir birayı roket kullanarak soğutmak mümkün müdür? Samanlıkta iğne aramanın en iyi yöntemi nedir? *Brainiac* programı dramatik anlatımın oluşması açısından daha önce ele alınan programlardan farklıdır. *A Haunting* programındaki televizyon filmi şeklindeki klasik dramatik eğri, *American Chopper* programındaki sit com benzeri anlatı yapısı ya da *Mega Builders* programında işin oluş aşamalarına koşut oluşturulan anlatımın dışında bu programda 14 rutin bölüm ve haftanın deneyleri bulunmaktadır. Yaklaşık 20 civarındaki deney ile dramatik anlatı her deneyde yeniden oluşturulmaktadır. Tüm deneylerde ilk önce izleyiciye de merak uyandırılarak çekim oluşturulmaktadır. Daha sonra yarışmaya dayalı olarak tüm deneyler bir performans gösterisi haline gelmektedir. Bu performans yarışında kimi zaman kişiler kimi zaman ise ülkeler bile yarıştırmaktadır. Örneğin programın ele alınan bölümündeki geleceğin yakıtı nedir? Deneyinde farklı fast food yiyecekler ele alınarak yeni bir yakıt bulunmaya çalışılmaktadır. Ele alınan yiyecekler pizza, balık-cips ve kebaptır. Bu yiyecekler azotla karıştırılarak yeni bir yakıt yapılmaya

çalışılmıştır. Buradaki tüm bu yiyecekler metonimi olarak görülebilir. Çünkü pizza denilince akla İtalya, kebab denilince Türkiye ya da bir doğu ülkesi ve balık cips denilince de İngiltere gelmektedir. Balık cips ikilisi özellikle İngiliz işçi sınıfının ana yemeğidir. Bu deneyin sonucunda dış ses şunu söylemektedir: *“hızla öne atılan balık ve cips gücü yolu geçti. Kebab ilk 200 metrede takıldı kaldı maalesef, pizza aperatif bile olamadı (hareket etmiyor) Ama İngiltere'nin favorisi inanılmaz bir yarış çıkardı”*

Programdaki deneyler skeç benzeri bir yapıdadır. Her deneyde öne çıkan kavram eğlence ve mizahtır. Amaç bilimsel deneyden çok kendi deyimleriyle *“bilimin tacizidir”* tüm bu esprili anlatımın yanında bazı bilimsel bilgiler bu parodiler arasında izleyiciye sunulmaktadır. Ele alınan bölümde değinilen konular şunlardır: Dinamiti bulan kişi kimdir? Apne nedir? Hangi kimyasallar patlayıcıdır? Yeni enerji yakıtı ne olabilir? Atmosferin üst katlarına çıkıldıkça hava sıcaklığı düşer mi? Metan gazının küresel ısınma ile ilişkisi nasıldır?

Programın klasikleşen karavan patlatma bölümü olan *superbrainiac*'ta dış ses programın sonunda izleyiciye şöyle seslenmektedir: *“superbrainiac Dünyayı bilimle kurtarıyor! Evet, dostlarım Dünya artık çok daha iyi bir yer. Bilime ve superbrainiaca teşekkür ederiz”* Bu bölüm Süpermen filminin benzeri bir kuruluş yapısına sahiptir. Bundan dolayı ikisi arasında metinlerarasılık kurulabilir. *superbrainiac*, *Brainiac* ofisinin fotokopi kısmında çalışan niteliksiz bir gençtir. Kendisine gelen telefonda sonra her bölümde fosforlu sarı kamuflajını giyerek sorun olan karavanı dinamitle patlatmaya gitmektedir. Programın bu bölümü başlamadan önce siyah pelerin takmış bir kurukafa grafik animasyonla ekrana gelmektedir.

Programda kullanılan kesmeler ile görsel ritim hızlı tutulmuş ve arka arkaya gelen patlama sahneleri ve deneylerle izleyicinin sıkılması engellenmiştir. Programda yönetmen dışarıdan bir göz olarak deneyleri filme almıştır. Bundan dolayı yönetmenin nesnel bir anlatımı benimsediği söylenebilir.

II.1.1.5. Everest: Beyond The Limit Programı

a) Jenerik

Everest: Beyond The Limit “*Everest: Limitlerin Ötesinde*” programı doğa-gezi programları türüne aittir. Programın ilk jeneriği 1 dakika 9 saniye süren giriş bölümünün üstüne bindirilmiş 10 saniyelik Everest dağı görüntüsü ile oluşturulmuştur. Giriş bölümünde daha önceki yıllarda dağdaki kazalardan görüntüler verilirken dış ses izleyiciye şöyle seslenmektedir: “*kasırgalar, hızlı rüzgârlar, dondurucu havalar, asgari düzeyde oksijen. Everest’in 200’ün üstünde insanın canını alması hiç de tuhaf değil*” ardından programda o bölümde gerçekleşecek olaylara dair kısa görüntü ve röportajlar bunu takip etmektedir. Giriş bölümünün ardından 10 saniye süren Everest dağının görüntüsü ekrana gelirken dağın üzerine *Everest: Beyond The Limit* yazısı bindirilmektedir. Dağ, alt açıdan verilerek büyüklüğü vurgulanırken, *Time Lapse* tekniği ile çekilmiş görüntüde gün içinde dağın daha aydınlık ve bulutlu zamanlardaki görüntüsü, gökyüzündeki bulutların günlük seyri vurgulanmaktadır. Bu görüntülerin yanında çok kısa bir süre kırmızı renkli dağcı tulumu giyen, kar gözlükleri takmış bir erkeğin dağa tırmanışı ekrana gelmektedir. İlk jenerikte Everest’in içinde yer aldığı Tibet bölgesine has davul, çan ve zil seslerinden yararlanılarak özel olarak bestelenmiş yerel motiflerde bir müzik dağ görüntüsüne eşlik ederken, jeneriğin sonunda kar fırtınasını andıran bir silinme ve rüzgâr efekti yer almaktadır. Programın son jeneriği ise 16 saniye sürmektedir. Bu süre boyunca siyah fon üzerinde yapımcı firma ve yapım ekibine ait bilgiler ekrana gelirken bunlara gerilimi yüksek sert bir müzik eşlik etmektedir.

Everest: Beyond The Limit programı *Brainiac* programı gibi *Time Lapse* tekniğini jeneriğinde kullanmıştır. Bu teknikle kısa jenerik süresince dağın etkileyici görüntüsü izleyiciye sunulmaktadır. Programın jeneriğinde illüstrasyon kullanılmamıştır. Giriş bölümü ve ardından gelen kısa jenerikteki görüntülerle izleyiciye heyecanlı ve macera dolu bir program izleyeceği hissettirilmektedir.

b) Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimleri

Everest: Beyond The Limit programının bölüm süresi 55 dakika 21 saniyedir. Bu süre içerisinde çekim ölçeklerine bakıldığında % 20,14 ile genel çekim, % 17,11 ile boy çekim, % 13,54 ile omuz ve % 13,36 ile göğüs çekimler, % 10,69 ile toplu çekim ön plana çıkmaktadır. Programdaki genel çekim oranı *A Haunting* programının yaklaşık iki katı % 10,62, *American Chopper* programının yaklaşık dört katı % 5,70 iken *Mega Builders* programına yakın bir orandadır %25,82 Bu iki programda genel çekim ölçeğinin ön plana çıkması tesadüfî değildir. *Mega Builders* programında Hong Kong limanı ve yapılmakta olan Stonecutters köprüsü inşaatına ait genel çekimler ile körfezin ve yapılmakta olan işin büyüklüğü vurgulanırken *Everest: Beyond The Limit* programında genel çekimler ile dağın devasal büyüklüğü ve doğanın zorlayıcı koşulları vurgulanmıştır. Ayrıca her iki programda genel çekimlere eşlik eden *Time Lapse* tekniği ile etkileyciliği yüksek, panoramik görüntüler elde edilmiştir. *Mega Builders* programında körfezin ve bulutların bu teknikle çekilmiş görüntüleri ön plana çıkarken, *Everest*'te dağdaki gün içinde hızla değişen hava koşulları, bulutlar ve etkileyici güzellikteki doğa ön plana çıkmaktadır. Programda % 17,11 ile ikinci sırada öne çıkan boy çekim programın anlatısı ile uyumludur. Çünkü boy ve toplu çekimler daha önce belirtildiği gibi kişinin diğer kişiler ve çevre ile ilişkisini ortaya koymaktadır. *Everest: Beyond The Limit* programının anlatı yapısı Dünyanın en yüksek dağına tırmanan bir grup insanın olağanüstü çabası üzerine kuruludur. Dağa tırmanmak bir ekip işi olduğu kadar bireysel bir güç gösterisidir. Bundan dolayı programda toplu çekim oranı % 10,69 da kalırken boy çekim ölçeği öne çıkmıştır. İzleyici bu çekim ölçeğinde gruptaki her bireyin dağın ve doğanın zorlayıcı koşulları ile mücadelesini izlemektedir. *Everest* programında öne çıkan diğer iki ölçek türü % 13,54 ile omuz çekim ve % 13,36 ile göğüs çekimdir. Bu iki ölçek türü diğer programlarda olduğu gibi röportajlarda kullanılmıştır. *Everest* programında anlatı, grup üyesi her dağcının dağa zorlu tırmanışı ve buna koşut o kişi ile yapılan röportaj şeklinde ilerlemektedir. Programdaki ayrıntı çekim oranı % 8,37'dir. Ayrıntı çekimler dağcıların zorlu tırmanışlarını vurgulamak amacıyla kar botlarında, kazak dağcılarının kaybolmasında grup üyelerinin gözlerindeki tedirginliği vermekte, flashbackler'de bir önceki yıl beyin ödemi yaşamış kişinin gözlerinin ve

Fransız dağcı Gerard'ın soğuktan donup kesilmek zorunda kalan parmaklarının gösterilmesinde kullanılmıştır.

Everest: Beyond The Limit programının alıcı devingenliği oranı % 11,76'dır. Bu oran şimdiye kadar ki tüm programlar içerisinde en düşük orandır. *A Haunting* % 34,05, *American Chopper* % 39,51, *Mega Builders* % 18,89, *Brainiac* % 12,92 alıcı devingenliği oranına sahiptir. Özellikle *A Haunting* ve *American Chopper* programlarında yüksek orandaki kamera hareketleri gerilim ve heyecan duygusunu artırmak amaçlı kullanılmışken *Mega Builders* programında % 25,82 genel çekim oranı ve daha düşük oranda kamera hareketi ile şiirsel bir dil yaratılmıştır. *Everest: Beyond The Limit* programında da *Mega Builders*'a benzer şekilde kamera uzun pan ve tilt hareketleri ile içinde bulunulan dağ ve doğayı genel planda izleyicilere göstermektedir. Yine bir ekip işi olan dağcılık sporunda panlar'la dinlenme zamanlarında dağcılar arasındaki sohbetler ya da kâğıt oyunları gösterilmektedir. Kameranın optik hareketlerinden zoom-in ile dağın genel plandaki görüntüsünden daha yukarı irtifalardaki kamp alanlarına ya da uzaktan karınca sırasını andıran dağcı ekibinin dağa tırmanışına yaklaşılmaktadır. Göstergibilimsel açıdan zoom-in araştırma ve odaklanmayı gösterir. Bu optik hareket yardımıyla izleyici dışarıdan bir göz olarak dağa tırmanmanın aşamalarına dışarıdan eklemlenmiş olmaktadır.

Programda üst açı kullanımı % 11,94, alt açı kullanımı % 16,57'dir. Programda üst açıdan kamp alanı gösterilerek uzam bilgileri izleyiciye verilirken, dağcıların dağa tırmanışları da hem üst açıdan hem de alt açıdan verilmiştir. Dağa tırmanmanın bir bölümü de tırmanma halatlarının başladığı noktadır. İşte bu noktaya gelen her dağcının tırmanma halatları başındaki görüntüsü ve tırmanışı üst açıdan verilmiştir. Buda kişilerin içinde buldukları zorlukların altını çizmekte etkili olmuştur. *Everest: Beyond The Limit* programında alt açı kullanımı daha yüksek orandadır. Çünkü özellikle genel çekim ölçeklerine eşlik eden alt açı kullanımı ile dağın büyüklüğü vurgulanmıştır. Bu kullanım *Mega Builders* programındakine benzer bir yapıdır. *Mega Builders* programında insan yapımı bir mühendislik örneğinin büyüklüğü vurgulanırken *Everest*'te doğanın oluşturduğu bir yer şeklinin büyüklüğü vurgulanmaktadır. Programda alt ve üst açı kullanımlarında kamera genelde nesnel konumdadır. Ancak dağcıların gözünü güneşin alması ve zorlu tırmanışı vurgulamak

amacıyla ya da ileri kamplara bakan dağcıların gözü konumunda olduğu gibi bazı alt açı kullanımlarında kamera öznel konumda kullanılmıştır.

Everest: Beyond The Limit programında 3d animasyon-grafik ve hız efektleri kullanılmıştır. *Everest*'te 3 adet 3d animasyon kullanılmıştır. Bunların ilki Amerikalı motosiklet hastası Tim Medwetz'in geçirdiği büyük trafik kazası sonucu tüm vücudunun metallerle kaplı olduğunun gösterilmesin de kullanılmıştır. İkinci olarak Doktor Monica Piris beyin ödeminin nasıl gerçekleştiğini ve risklerini anlatırken grafik animasyon kullanılmıştır. Son olarak ise dağcıların izleyeceği parkurun üç boyutlu gösterilmesi ile izleyiciler dağa tırmanma aşamalarını önden görebilmişlerdir. Programda *Time Lapse* tekniği ile daha önce belirtildiği gibi görsel estetik yönü yüksek doğa görüntüleri elde edilmiştir. Ayrıca bu teknikle Tim Medwetz'in vücudunun metallerle kaplı olduğunun gösterilmesinde kamera kişinin etrafında 360 derece dönmektedir. Bu kullanım *Mega Builders* programında röportajlardan önce mühendislerin etrafında 360 derece kameranın hızlandırılmış şekilde dönmesini hatırlatmaktadır.

c) Mizansen ve Çevre Düzenlemesi

Everest: Beyond The Limit programının çok büyük bir kısmı programın doğası gereği dış mekânda geçmektedir. Bu açıdan *Mega Builders* programına benzemektedir. Kullanılan iç mekân görüntüleri az sayıda olup dağcıların çadırlar içindeki yaşantısını göstermek amacıyla kullanılmıştır. Programda dağcılarının tulumları, bereleri ve kar ekipmanları kullanılan kıyafet ve objelerdir. Özel bir simge kullanımı olmasa bile reklam amaçlı olarak bazı dağcılarının tulumlarında Motorola firmasının logosu bulunmaktadır. Zor doğa koşullarında kişilerin birbirleriyle iletişim kurması önemlidir. Dağda ekip üyelerinin birbirileri ile iletişimi telsiz vb teknik ekipmanla sağlanmaktadır. Burada Motorola firmasının sponsorluğu ve teknik desteği öne çıkmaktadır.

d) Işık ve Renk

Everest: Beyond The Limit programının tamamı doğal ışık kullanılarak çekilmiştir. Çekimlerin çok büyük kısmı gündüz gerçekleşmişken birkaç çekim gece çadırların içinde geçmektedir. Gece çekimlerinde de herhangi bir ek aydınlatma aracı kullanılmadan çadırın içindeki küçük fenerin ya da kameranın kendi ışığı ile çekimler yapılmıştır. Doğal ışık kullanımı programın realiteye ilişkin olmasını ve gerçek hayatı aktardığı izlenimini artırmaktadır. Programda sarı (açık-orta) filtreler kullanılarak bulutlar belirginleştirilmiştir. Çünkü açık ve orta sarı filtreler özellikle güneşin alçaldığı saatlerde daha etkili doğa çekimleri için kullanılmaktadır. Bu filtreler gökyüzünü koyulaştırıp, bulutları belirginleştirerek daha kontrast görüntülerin oluşmasını sağlamaktadır. Programda öne çıkan renkler karla kaplı Everest dağında kamp alanlarındaki sarı, turuncu, kamp çadırları ve aralarında gerili duran farklı renklerdeki bayraklar ile dağcılarının kıyafetlerindeki sarı, kırmızı, mavi renklerdir. Kullanılan renkler görsel gerilim üzerinde etkili olmazken mekândan kaynaklanan kaybolma gibi durumlara karşı önlem alma amacıyla kullanılmıştır.

e) Müzik ve Efekt

Everest: Beyond The Limit programının açılış jeneriğinde dağın içinde bulunduğu Tibet bölgesine has özel bestelenmiş yerel motiflerde bir müzik kullanılmıştır. Programın bazı bölümlerinde dramatik anlatıyı artırıcı nitelikte fon müziği kullanılarak gerilim yükseltilmiştir. Örneğin dağcılardan Rod Baber pek çok ağrı kesici alarak tırmanışa zorla devam etmektedir. Bu sırada ve beyin ödemi anlatılırken arka fonda *vertigo* etkisi yaratacak bir müzik kullanılmıştır. Yine Kazakistanlı dağcılarının kaybolması sırasında ürkütücü bir müzik anlatıya eşlik etmektedir. Bununla ilgili bir diğer örnek ise zirveye tırmanacak grubu belirleyecek olan kuzey sırtına tırmanışla ilgili bilgi veren dış sese eşlik eden gerilimi yükseltici müziktir. Programın kapanış kısmında dış ses şunları söylerken: “*dağcılar için kıyamet günü senaryoları. Bunu başarabileceğinden emin değiliz! Russell ekipte kimin kalacağını kimin geri döneceğine karar veriyor*” arkadan gelen kapanış jeneriğinde gerilimi yüksek bir müzik fon görevi üstlenmiştir.

Bunun dışında tırmanışın bazı safhalarında Rock türünde hareketli bir müzikle tırmanışın keyifli anları gösterilirken bazı yerlerde de ilk jenerikte olduğu gibi yerel motiflerde fon müziği kullanılmıştır. Programda giriş jeneriğinden itibaren bazı sahnelerde rüzgâr efekti kullanılarak anlatının gerçeklik katsayısı ve doğa koşullarının zorluğu vurgulanmıştır. Özet olarak programda efektler anlatının gerçeğe benzerliği için kullanılırken fon müzikleri ise dramatik anlatıyı desteklemek için kullanılmıştır.

f) Mizansen ve Dramatik Eğri

Everest: Beyond The Limit programı daha önce incelenen diğer programlar gibi dramatik bir anlatıya sahiptir. Programda anlatı Everest'e tırmanışın aşamalarına koşut olarak oluşturulmuştur. Dünyanın en yüksek dağı olan Everest'e tırmanışın bazı aşamaları vardır. Bir aşama başarılmadan diğerine geçilememektedir. Tırmanışa katılan her üç dağcıdan sadece biri zirveye çıkabilmektedir. Russell Brice'in grup lideri olduğu ekipte olup zirveye tırmanabilmek için şu aşamalar geçilmelidir:

- 1) Everest'te bulunan kuzey geçidine 5 saatte ulaşılmalıdır. Bunu yapamayan kişiler zirveye tırmanacak gruba dâhil olamamaktadır.
- 2) Everest'te bulunan 300 metre yüksekliğindeki büyük buzul tepesi aşılmalıdır.
- 3) Kamp 2'ye ulaşılması gerekmektedir. Kamp 2'ye de iki adımda çıkılabilmektedir.

Bu anlatı yapısı *Mega Builders* programında köprü inşaatının aşamalarına koşut oluşturulmuş dramatik anlatıyı akla getirmektedir. Programda dağcıların ana amacı tırmanışın bu aşamalarına koşut olarak Russell Brice'in ekibinde yer almaktır. Sürekli başarıma temasının vurgulandığı program bu yapısı ile *Mega Builders* programına benzemektedir. Çünkü *Mega Builders* programında da köprünün kurulması için inşaat projesinin aşamaları teker teker geçilmek zorunda kalınmıştır. Başarma duygusunun yarattığı gerilim ve merakı dış seste diyaloglar ile artırmaktadır. Daha programın girişinde dış ses şunları söylemektedir: “dağın yüksek kesimlerinde iki farklı grupta iki dağcı kayıp. Bir arama ekibi peşlerine düştü zamanları daralıyor! Eğer tecrübeli bu iki dağcı çoktan öldüyse amatör grupları

nasıl bir son bekliyor?” Dış ses ayrıca *Mega Builders* programında olduğu gibi her şeyi bilen “*sıfır odaklı*” anlatıcı konumundadır. Böylece her dağcının özellikleri ya da başından geçecekler izleyiciye önceden verilmektedir. Örnek olarak dış ses şunu söyledikten sonra “*Betsy Huelskamp irtifadan ciddi şekilde etkilendi*” Betsy: “*Tanrım kusacak gibi hissediyorum*” demektedir. Böylece dış sesin önden sorduğu sorularla ya da açıklamalarla izleyiciyi yönlendirilmektedir.

Dramatik anlatı için merak ögesi ve dramatik eğrinin oluşması kadar etkili diğer bir unsur karakterizasyondur. Discovery Channel’da şu ana kadar ele alındıktan tüm programlarda olduğu gibi bu programda da karakterler söz konusudur. Programda karakterizasyon iki şekilde işlemektedir. İlkinde kişilerin kendi karakter özellikleri etkiliyken buna ek olarak ülkeler stereotipler şeklinde tanımlanmaktadır. Örneğin ekipteki tek kadın dağcı Los Angeles’li Betsy Huelskamp’dır. Betsy, Everest’e ilk kez tırmanan acemi, eğlenceli kız tipindedir ve grup lideri Russell Brice ile aralarındaki konuşma şu şekilde geçmektedir. Betsy: “*Dünyanın neşesi aaa...*” Russell Brice: “*Amerikalılar ile İngilizler aynı değiller değil mi? Aramızda kocaman bir okyanus var!*” Grupta Betsy dışında bireyselliğine düşkün, grup çalışmasına katılmayan ve tırmanmaya inancı olmayan Amerikalı Tim Medwetz ile Everest’e ikinci tırmanışını gerçekleştiren, bir önceki yıl zirveye 100 metre kala dönmek zorunda kalan, inançlı, azimli, kronik astım hastası Danimarkalı Mogens Jensen gibi karakterler de bulunmaktadır. Anlatı bu karakterler ile ilginçleşmekte ve izleyici ilk andan itibaren bu kişilerden hangisinin daha başarılı olacağını görmek amacıyla ekrana kilitlemektedir.

Everest: Beyond The Limit programında başarmaya dayalı, gerilim dolu anlatının yanında tıpkı *Mega Builders* programında olduğu gibi esprilerle nefes alma araları da oluşturulmuştur. Bu noktalarda anlatıdaki gerilim düşerek izleyicinin rahatlaması amaçlanmıştır. Örneğin grup çalışmasını reddeden Tim Medwetz, Betsy’den bile daha geç kamp alanına ulaştınca ekip ona “*öğlen yemeğine yetiştin*” demektedir ve gülmektedir. Ya da soğuktan cildi ve parmakları hasar gören Betsy: “*yukarı çıktınız her adımda daha zorlaşıyor ama bende güzel olmasını beklemiyorum. Orda durum çok kötü dudak ve parmaklarım yara olmuştu. Annemin*

dediği gibi bir doktorla evlenmek istemiyorum bir estetik uzmanı doktor ile evlenmeliyim ki işe yarasin” demekte ve ardından gülmektedir.

Programda dağa tırmanmanın aşamalarına koşut her aşama sonu, ucu açık bir soru ya da sözle bitmektedir. Örneğin dış ses: “*Betsy’nin ne kadar iyi iş çıkardığına Russel karar verecek. Betsy iki saat geç geldi. Yukarıda deniz seviyesinin % 44 kadar oksijen ile berbat bir kamp var ve dağın henüz yarısındalar. Rehberler Rod için endişeli Rod’un baş ağrısı geri döndü. Russell’in ekip üyelerinin durumu sabit ama ileri ana kampta hala Kazak dağcılardan haber yok!”* dindikten sonra ekrana jenerikteki Everest dağının görüntüsü gelmekte ve üzerine *Everest: Beyond The Limit* yazısı bindirilmektedir. Bu görüntü yaklaşık 5 saniye ekranda kalmaktadır. Programda her bölümün açılışında reklam sonrası, klasik anlatı sineması gibi genel tanıtıcı çekimler kullanılmaktadır. Önce dağcıların kamp yerinin ve dağdaki hava koşulları ile zaman ve uzam bilgileri izleyiciye verilmekte ardından anlatı devam etmektedir. *Everest*’te röportaj tekniği kullanılmıştır. Programda bu dramatik anlatı dışında dağcılık ve dağa tırmanma sırasında yaşanan sağlık sorunlarına ait bilgiler de verilmektedir. Ancak buradaki teknik dil kimi yerde kullanılan 3d animasyon ya da kıyaslamalarla sadeleştirilerek anlatının izleyici tarafından daha kolay kavraması sağlanmıştır. Buna örnek olarak Betsy’nin kendisinin bile şaşıracağı bir yüksekliğe tırmanması sonucunda dış sesin yüksekliği metre olarak değil de Himalayalar’dan sonra Dünyanın en yüksek yeri demesi ve bunu Everest’in zirvesi ile kıyaslayarak gideceği yolun yarısına ulaştı demesi verilebilir. Bu tür anlatım tarzı hem *Mega Builders*’de hem de *Everest*’de sıradan izleyicinin kafasını rakamlarla bulanıklaştırmadan kıyaslamalar ile durumun ortaya konmasını sağlamaktadır.

Everest: Beyond The Limit, programını diğer programlardan ayıran bir özellik flashback kullanımınıdır. Discovery Channel 2006 yılında Everest’te tırmanan bir grup dağcının serüvenini baştan sona ekrana getirmiştir. O grubun lideri olan Russell Brice 2007’de aynı projeyi yine gerçekleştirenince bu programda çeşitli yerlerde kıyaslama amaçlı flashback kullanım imkânı doğmuştur. Örneğin Fransız Gerard’ın fotoğraf çekmek için eldivenini çıkarınca soğuktan parmaklarını donarak kaybetmesinde ve Mogens Jensen’in bir önceki yıl zirveye 100 metre kala geri dönüş görüntülerinde bu teknik kullanılmıştır. Programda flashback dışında flashforward

kullanımı da söz konusudur. Şu ana kadar sadece bu programda flashforward tekniği kullanılmıştır. Bu teknikle programın sonunda gelecek bölümden görüntüler izleyiciye verilmektedir. Bu sırada dış ses izleyiciye şöyle seslenmektedir: “*Russell Brice’in ekibi kamp ikiye tırmanmanın ilk aşamasını başardı. Kuzey geçidinde dondurucu soğukta bir gece daha geçirmeliler. Everest dağında 7000 metrede. Kamp ikiye tırmanışın ikinci ayağında daha önce hiç olmadığı kadar zor olacak!*” Bu kullanım sayesinde bir hafta önceden izleyiciye yem atılmakta ve aynı gerilim, serüven dolu yolculuğun gelecek haftada devam edeceği söylenmektedir. Programda flashback’lerin dışında canlandırmalar yoluyla da bir önceki yıla dönülmektedir. Örneğin Tim Medwetz’in bir yıl önce başından geçen zorluk canlandırma tekniği ile verilmektedir. Canlandırma tekniği daha önce *A Haunting* programında kullanılmıştır.

Programda zirveye tırmanmayı amaçlayan her dağcının doğa koşulları ile olan mücadelesi birbirine paralel olarak sunulmuştur. Yine Russell Brice’in ekibinin dışında yer alan profesyonel Kazak dağcılarının başından geçenler de paralel kurgu ile izleyiciye aktarılmıştır. Bu teknik anlatıyı dış ses diyaloglar yoluyla da desteklemektedir. Dış ses: “*bu büyük bir inanç diğer dağcılar hala hayatta. Zirveye 29 saat sonra Vasili ileri ana kampa geri dönüyor. Ama arkadaşı Maksut kadar iyi durumda değil. Zirveye olan tüpsüz tırmanışları onu tahminimizden daha çok zorladı. Yeni bir gün doğuyor. Bu sefer deniz seviyesinden 7000 metre yükseklikte Russell’in dağcıları aşırı irtifalarda ilk gecelerini geçirdi. Rod Baber zar zor uyudu ve her dakika acı çekti*” Program özellikle *Mega Builders* programı gibi bir erkek anlatısı ve kahramanlık hikâyesi olarak sunulmaktadır. Tim Medwetz, zirveye yürüyüşün önemli bir aşamasında şunu söylemektedir “*sanırım erkekleri çocuklardan ayıklamaya başlayacağız*” Ancak Betsy Huelskamp, programda bir renk olarak sona kadar bilinçli olarak tutulmaktadır. Örneğin dağa tırmanmak için geçilmesi gereken bir aşama olan kuzey geçidinin 5 saatte aşılmasını Betsy 7 saat 15 dakikada geçerek 2 saat geç olarak birinci kampa ulaşmıştır. Oysa Russell Brice ona bir şans vererek ekipteki yerini korumuştur. Böylece anlatının kalan kısımlarında da bu renkli kişilik izleyici ile birlikte olabilecektir.

Programda geçişler genelde kesmelerle yapılmıştır bu da anlatıya bir dinamizm katmıştır. Ancak bazı sahnelerde kesmeler dışında hızlandırılmış bir düşme efektini andıran görsel efektle geçişler sağlanmıştır. Bu geçişler tedirginlik ve gerilim duygusunu artırmaktadır. Yönetmenin bakış açısı programda dışarıdan bir göz konumundadır yani nesnel bir bakış açısı söz konusudur. Bir görüntü kompozisyonunda hatların, çizgilerin psikolojik algılama ve etkileme gücü olduğu daha önce belirtilmiştir. Ekranda eğik-diyagonal hatlar dinamik ve heyecan verici bir anlatı oluştururken çatışma ve mücadele ögesini ön plana çıkarmaktadır. Bundan dolayı Everest'e tırmanan grup üyelerinin doğa ile mücadelesi bazı sahnelerde diyagonal çekimler ile verilmiştir.

II.1.1.6. Stuntdawgs Programı

a) Jenerik

Stuntdawgs programı mesleklerle ilgili programlardan biridir. Programın ilk jeneriği 45 saniye sürmektedir. Jenerikte alt ve üst kısımlarından daraltılarak göz şekline benzetilen ekranda ilk önce Peter Kent "*Arnold Schwarzenegger'in dublörü*" omuz çekimde görülmektedir. Ardından özel efekt uzmanı Al Benjamin ve ekipteki diğer kişilerin omuz çekimde görüntüleri ekrana gelmektedir. Tüm bu kişilerin görüntüleri aynı zamanda kaleydoskop tarzı bir efektle aynadan yansır gibi görünmektedir. Programın ilk jeneriği çok hızlı kurgulanmıştır. 45 saniyelik süre içerisinde 33 çekim bulunmaktadır. Bu hızlı kurgulanmış çekimler şöyle sıralanmaktadır; ilk önce bir kaynak makinesine ayrıntı çekim yapılmaktadır ardından otobanda giden kırmızı bir arabaya silahla ateş edilmektedir, ayrıntı çekimde bir bomba mekanizmasının düğmesine basılırken araç patlamaktadır. Bu patlama sahnesi iki kez tekrarlanmıştır. Daha sonra özel efekt uzmanının tuşa basmasıyla bir kişi patlayan camlardan aşağı düşmektedir. Bu görüntüler dışında binadan atlayan bir adam, uçan bir motor ve patlama görüntüleri de jenerikte yer almaktadır. Jenerikte yer alan pek çok görüntünün üzerinde uçak simülasyonlarını andıran grafikler kullanılmıştır. Jeneriğin sonunda metalik olarak sarı-kahverengi renklerde büyük harflerle *Stuntdawgs* yazısı ekrana gelmektedir. Yazının üzerinde

kurşun izlerine benzer izler bulunmaktadır. Tüm jenerik boyunca hızlı kurgulanmış bu çekimlere Rock türünde hareketli bir müzik eşlik etmektedir.

Discovery Channel'da incelenen diğer programlarda olduğu gibi *Stuntdawgs* programında da jenerik öncesi bir giriş bölümü bulunmaktadır. 22 saniye süren giriş kısmında programın o bölümünde yer alan doruk nokta izleyicilere gösterilmektedir. Ele alınan bölümde doruk nokta, dublör Kory Grim'in yanma sahnesidir. Yanma sahnesi ile başlayan giriş ve ardından gelen hareketli jenerik izleyicinin dikkatini çekecek özelliktedir. Programın son jeneriği ise 18 saniye sürmektedir. Bu süre içerisinde yapımcı firma ve yapım ekibine ait bilgiler siyah fonda ekrana gelirken arka fonda yine Rock türünde bir müzik kullanılmıştır.

b) Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimleri

Stuntdawgs programının bölüm süresi 26 dakika 8 saniyedir. Bu süre içerisinde çekim ölçeklerine bakıldığında % 21,47 ile göğüs çekim, % 21,12 ile boy çekim, % 14,43 ile ayrıntı çekim, % 12,32 ile toplu ve omuz çekimler ön plana çıkmaktadır. Programda daha önce incelenen programlardaki gibi dış ses ve/veya sunucu kullanımı yoktur. *Stuntdawgs*, programı hazırlayan Peter Kent'le ve diğer kişilerle yapılan röportajlarla ilerlemektedir. Anlatıdaki bu farklılıktan dolayı röportaj tekniğine de uygun olan göğüs ve omuz çekimler sayıca fazla kullanılmıştır. Bu yakın çekim ölçekleri televizyonun aynı zamanda izleyici ile yakın ilişki kurmasına yani “*yakın çekim miti*” adı verilen yapısına da uygundur. Dublörlük işi bir ekip çalışmasıdır ve bundan dolayı toplu ve boy çekimlerde programda diğer öne çıkan çekim ölçekleridir. *Stuntdawgs*'daki toplu ve boy çekim oranları *Everest* programına yakın orandadır Toplu % 10,69, Boy % 17,11 Bu iki program anlatı yapısı olarak birbirine benzemektedir. Çekim ölçeklerindeki oranlarda teknik açıdan bunu gösterirken bu konuyla ilgili ayrıntılı bilgi mizansen ve dramatik eğri bölümünde verilecektir. Programda dikkat çekici bir diğer nokta ise ayrıntı çekim oranıdır. Discovery Channel'daki programlarda eğer heyecanlı, patlamalı ya da yanıcı sahneler varsa ayrıntı çekim sayısı artmaktadır. İçerisinde pek çok patlamalı deney yapılan *Brainiac*'da ayrıntı çekim oranı % 17,51 gerilim ve heyecan oranı yüksek olan *A Haunting*'de ise % 19,80 dir. Ancak görselliğin, panoramik görüntülerin

arttığı programlarda ayrıntı çekim oranı düşmektedir. Örneğin *Mega Builders*'ta ayrıntı çekim oranı %11,49 *Everest*'te %8,37 dir. Bu iki programda sırasıyla % 25,82 ve % 20,14 genel çekim oranı ön plana çıkarken *Stuntdawgs*'ta genel çekim oranının % 3,16 da kalması dikkat çekicidir.

Stuntdawgs programında alıcı devingenliği oranı % 19,71'dir Genelde iç mekânlarda Kory'nin evi, film çekilen maden ve ekibin bulunduğu çadırda geçen programda kamera hareketleri ile hareketli bir görsel ritim sağlanmıştır. Böylece dar mekânlarda durağan kamera hareketleri ile görsel olarak sıkıcı ve devinimsiz bir program elde edilebilme riski ortadan kaldırılmıştır. Örneğin bel ya da boy çekimlerden zoom-in'le daha yakın yüz ya da ayrıntı çekimlere geçilirken bu çekim ölçeklerinden zoom-out'la daha genel planlara geçilmiştir. Yine bazı sahnelerde diyagonal hatlardan daha dengeli kompozisyonlara kamera çevrinmiştir. Kişilerin aralarında geçen konuşmaların ve madenin pan-tiltlerle gösterilmesi dışında madendeki rayların üzerindeki çekimlerde çok sayıda dolly kullanımı söz konusudur.

Programda üst açılı kullanımı % 7,39, alt açılı kullanımı % 7,04'tür. Birbirine çok yakın bu iki oran programın genel anlatısı ile uyumludur. Çünkü programda yönetmen çekimlerin çoğunu göz hizasında yaparak nesnel bir anlatım yolu benimsemiştir. *Stuntdawgs* programında alt ve üst açılar genelde Kory'nin gym çalışmasında, madenin dıştan gösterilmesinde, ekibin tünel içindeki çalışmalarının ayrıntısının gösterilmesinde ya da çekilen filmin gösterildiği yer olan "*Westminster Boiler Tank Company Ltd*" binasının tanıtılmasında olduğu gibi betimleme amaçlıdır. Ancak birkaç çekimde, yanma sahnesinde oynayacak olan amatör dublör Kory Grim alt açıdan verilerek bu kişi görsel olarak vurgulanmıştır.

Stuntdawgs programında *Brainiac*, *Mega Builders* ve *Everest* programlarında olduğu gibi *Time Lapse* tekniği birkaç sahnede kullanılmıştır. Görsellik yaratma amaçlı kullanılan teknik ile bulutların gün içerisinde gökyüzündeki hareketleri gösterilmiştir. Bunun dışında programda diğer programlarda kullanılmayan bir teknik kullanılmıştır. Ekran alt ve üstten siyah şeritlerle kapatılmış ve böylece *sinemaskop* bir görüntü elde edilmiştir. *Stuntdawgs*'ta *sinemaskop* bir görüntü verilmesi iki açıdan anlamlıdır. Bunlardan ilki program sinema üzerinedir ve benzer bir görsel stil

belirlenmesi anlamlıdır diğer ise programda Peter ve ekibi western tarzı bir film çekmektedir. Sinema tarihinde Amerikan western filmlerinde *sinemaskop* görüntü sıklıkla kullanılmış bir görsel stildir. Yine ekran kimi zaman ikiye kimi zaman ise eşit üç parçaya bölünerek anlatıyı desteklemiştir. Bununla bir konu anlatılırken yandaki karelerde bunu destekleyici görüntüler verilmiştir. Örneğin profesyonel dublör Owen Walstrom, yanma sahnesi öncesi olası risklerden bahsederken kimi zaman ambulans, ilk yardım ekibi görüntüleri ya da Kory'nin tedirgin yüz ifadesi yanda verilmiştir. Yine özel yanma kıyafeti ekip tarafından Kory'e giydirilirken bu görüntülerde kareler içinde verilmiştir.

c) Mizansen ve Çevre Düzenlemesi

Stunt dawgs programının büyük kısmı iç mekânlarda geçmektedir. Kory'nin evi, filmin çekildiği maden, ekibin çalışmalarını yürüttüğü çadır ve programın sonunda filmin gösterildiği yer kullanılan iç mekânlardır. Programda az sayıda dış mekân çekimi de kullanılmıştır. Bunlar ise madenin dışında yapılan çekimleri ve özel efekt uzmanı Al Benjamin'in açık havada yaptığı yanıcı madde testlerini kapsamaktadır. Programda kişiler günlük kıyafetleri içinde iken Peter Kent'in çektiği "*Hard Knock Miner*" adlı filmin çekimlerinde filme özgü kıyafetler kullanılmıştır. Bu film western türünde bir filmidir. Filmin yanma sahnesinde yer alan Peter ve Kory kareli gömlekleri, kot pantolon, deri ceketleri ve kovboy şapkaları ile türün görsel stiline uygun olarak giyinmişlerdir. Ayrıca madende yapılan çekimlerde yönetmen ve özel efekt uzmanı kırmızı baret takmışlardır.

d) Işık ve Renk

Programda çekimlerin büyük kısmı iç mekânda geçtiği ve bir film seti olduğu için özel ışıklandırma kullanılmıştır. Programda ekibin çalıştığı çadırda klasik dört nokta aydınlatma ile homojen bir ışık dağılımı sağlanmışken filmin çekildiği maden tüneline özel ışıklandırma ile karanlık-loş ve aydınlık bölgeler oluşturularak kontrastlar belirginleştirilmiştir. Programda Kory'nin evinde yapılan çekimlerde ve dış mekân çekimlerinde doğal ışık kullanılmıştır. Röportaj çekimlerinin de bir kısmı doğal ışıkta yapılmışken Kory ile yapılan bazı röportajlarda iç mekânda özel aydınlatma kullanılmıştır. Bu sahnelerde Kory ekranda sağ köşede yer alırken solunda bir şömine yanmaktadır. Bu sahnede Kory'nin sadece yüzü aydınlatılarak

arka fon karanlık bırakılmıştır. Kory'nin her dublörün başaramadığı yanma sahneleri ile ilgili görüşlerini aktardığı bu sahnelerde seçilen aydınlatma şekli anlatımı kuvvetlendirmiştir. *Stuntdawgs* programında bazı röportajlarda kullanılan dramatik anlatıyı kuvvetlendirecek aydınlatma tekniği ve programın genelinde kullanılan aydınlatma şekli ile *A Haunting* programına benzemektedir. Hatırlanacağı üzere *A Haunting* programı televizyon filmi şeklinde çekilmiş, dramatik anlatısı yoğun bir programdır. Bu açıdan *Stuntdawgs* programı ile görsel stilindeki benzerlik anlamlıdır.

Programda öne çıkan renk karanlık-loş madende alevlerin görüntüsüdür. Karanlık mekânda parlak alevlerin rengi göze çarparak görsel ritmi yükseltmektedir. Çünkü programın tümü Kory'nin yanma sahnesi üzerine oturtulmuştur. Bu sahne gelince izleyicinin merakı da yanıt bulmaktadır.

e) Müzik ve Efekt

Stuntdawgs programının jeneriğinde Rock türünde bir müzik kullanılırken programın genelinde fon müziği kullanılmamıştır. Programda fon müziği dikkat toplama ve görsel gerilimin arttığı noktalarda bunu vurgulamak amaçlı kullanılmaktadır. Örneğin Owen Walstrom yanma sahnesinde olası riskleri anlatırken yandaki karede Kory'nin tedirgin yüzü görülmektedir ve fonda gerilimi yüksek bir müzik çalmaktadır. Yine Peter alevlerle ilgili şunları söylerken “sıcaklığı önce göğsünde hissedecek gittikçe yukarı çıkacak en çok da kafası ısınacak çünkü kafa alevlerin ortasında kalıyor! Sizi koruyan tek şey buharlaşmanın olması, sıcaklık ne kadar düşük olursa buharlaşma o kadar uzun süre devam eder. Buharlaşma sona erdiğinde koruma kalkar ve deriniz yanmaya başlar!” ve yönetmen motor deyip yanma sahnesinin çekimine başladığı anda arka fona yüksek gerilimli bir müzik girmektedir. Müzik ve efekt dışında bir filmde sesi oluşturan etmenlerden bir diğeri ise diyaloglardır. *Stuntdawgs* programında herhangi bir dış ses ve sunucu kullanımı olmadığından dolayı röportajlardaki uzun diyaloglar göze çarpan diğer bir özelliktir. Özellikle dublörlük mesleğine ait verilen bilgiler sırasında ve çekilecek filmdeki yanma sahnesi ile ilgili uzun diyaloglarda ayrıntılı bilgiler verilmektedir. Programın büyük bir kısmında yanma sahnesindeki mizansenin nasıl kurulacağı ve olası bir kazaya karşı alınacak önlemler anlatılmaktadır.

f) Mizansen ve Dramatik Eğri

Stuntdaws programında dramatik anlatı bir başarı öyküsü anlatması bakımından *Mega Builders* ve *Everest* programlarına benzerken öykünün gelişim çizgisi bakımından *A Haunting* programına benzemektedir. Programın incelenen bölümünde Kory Grim adlı bir dublörün hikâyesi izlenmektedir. Grim daha önce düşük bütçeli filmlerde ve dizilerde oynamış olan biridir. Amacı dublörlük mesleğinde çıraklıktan profesyonelliğe geçmektir. Programın başında Peter Kent, Kory Grim'in evine gitmektedir. Kory'nin evi küçük, mütevazı bir yerdir ve kendi imkânları ile hazırladığı küçük bir spor salonu vardır. Burada döşemeleri köpeği tarafından kemirilmiş bazı temel gym aletleri bulunmaktadır. Kory güler yüzlü, çalışkan ve azimli biridir. Kory'nin tüm bu özelliklerinden dolayı izleyici karakter ile kolayca özdeşleşmektedir.

Programda tüm hazırlıklar Kory'nin yanma sahnesi üstüne kuruludur. Peter Kent'inde oynadığı "*Hard Knock Miner*" adlı film daha önce bahsedildiği gibi Western türünde bir filmidir. Filmin yanma sahnesinde Peter "maden işçisi" madene sigara ile girer, elinde dibinden gaz sızan bir fener vardır. İçeride Kory "madenin sahibi" ile karşılaşılır ve kavga başlar. Kavganın sonunda Peter yere düşmekte Kory ona "*sana madenimde sigara içme diye söylemedim mi?*" demektedir. Ardından onu yerde bırakarak tünelde yürümeye başlar. Bu sırada Peter elindeki sigarayı yere sızan gaza atar ve Kory alevler arasında kalır. Bu basit anlatı yapısı şu açıdan da dikkat çekicidir. Bilindiği üzere tür filmlerinin doğası gereği filmin başında bir sorun ortaya atılır ve film basit bir şekilde son bulur. Filmin bu sahnesi *Stuntdaws* programının başındaki bir diyalogla şekillenmiştir. Filmin yönetmeni Rob ve Peter arasında filmin sonu ile ilgili şöyle bir diyalog geçmektedir, Rob: "*kavga ediyorsunuz ve yere düşüyorsunuz. Madenimde sigara içme diye söylemedim mi sana diyor? Taşındığı fenerden sızan gaz alev alıyor. Alevler onu takip ediyor. Al sana sigara diyor. Ne diyorsunuz?*" Peter: "*böyle saçma sapan şeyleri kim yazıyor?*" (gülüyorlar) Rob: "*aklıma bir fikir geldi bende söyledim işte. Nede olsa elimizde hiç fikir yok değil mi?*"

Programa geri dönülecek olursa bir başarı öyküsü anlatan programın sonunda Kory yanma sahnesini başarı ile tamamlamaktadır ve şunları söylemektedir “*profesyonel olduğumu söyleyemem belki ama rütbemin yükseldiği kesin. Artık yavru dublör olmayacağım belki kurt dublör diyebilirsiniz!*” Bu başarı miti dışında anlatı belli bir doğrusal çizgide ilerlemektedir. İlk başta karakter ve sorun ortaya konmakta (Kory ve onun profesyonel bir dublör olma isteği) ardından bir gelişme süreci yaşanmaktadır (Kory’nin yanma sahnesine hazırlanma süreci) ve doruk noktadan (Kory’nin yanma sahnesi) sonra anlatı sonuca ulaşmaktadır. Kory’nin yanma sahnesi 26 dakikalık programın 22. dakikasında gerçekleşmektedir. Anlatıdaki bu doğrusal (giriş-gelişme-doruk nokta-sonuç) çizgi daha önce *A Haunting* programındaki dramatik anlatının kuruluşunu akla getirmektedir.

Stuntdaws’da karakterizasyon ve dramatik eğri dışında merak ögesi de dramatik anlatıyı desteklemektedir. Merak ögesi programın başından itibaren ortaya atılmaktadır. Kory acaba yanma sahnesini başarabilecek mi? ve filmlerde yanma sahneleri nasıl çekilmektedir? Bu iki soru izleyiciyi ekrana bağlamakta ve programın izlenme oranını arttırmaktadır. Discovery Channel’deki tüm programlarda dramatik anlatıyı oluşturan karakterizasyon, merak ögesi ve dramatik eğri farklı şekillerde kurularak bulunmaktadır. Bu da *nonfiction* yayın yaptığını belirten kanalın aslında bir *fiction* gibi anlatı yapısı kurması ve bu şekilde izlenme oranını arttırması olarak yorumlanabilir. Kanalda *nonfiction* yani *factual* olan tek şey ele alınan konulardır ancak bu ele alınan konu ister hobi programı, ister mühendislik programı ya da polisiye bir program olsun kurmaca şekilde izleyiciye sunulmaktadır.

Programda dramatik bu anlatı dışında Peter ve diğer özel efekt uzmanları tarafından filmlerdeki yanma sahnelerinin çekimi ile ilgili bilgiler verilmektedir. Bu sahnelerin ancak profesyonel kişiler tarafından hayata geçirilebileceğinin evlerde izleyiciler tarafından kesinlikle uygulanmaması gerektiğinin altı çizilmektedir. Bundan dolayı programda yanıcı maddelerin hazırlanması ve Kory’nin özel yanmaz kıyafetinin ayrıntıları izleyiciye verilmemektedir.

Stuntdaws programında geçişler kesmelerle yapılırken hareketli bir kurgu kullanılmıştır. Yönetmen nesnel bakış açısına sahip olup süreci dışarıdan gözlemleyen bir kişi konumundadır.

II.1.1.7. Mean Machines Programı

a) Jenerik

Mean Machines “Hünerli Makineler” programı makineler ve diğer taşıtlarla ilgili programlardan biridir. Programın ilk jeneriği 1 dakika 15 saniye sürmektedir. Bu uzun jenerik hızlı kurgulanmış görüntüler üzerine dış ses bindirilerek oluşturulmuştur. Bu görüntülerde programda her hafta yarıştıran farklı araçların polis arabaları, jeep, kırmızı ve mavi renkte iki spor otomobil, kamyon, itfaiye araçları ve motosikletlerin görüntüsü ekrana gelmektedir. Bu sırada dış ses izleyiciye şöyle seslenmektedir *“Transatlantik müsabakalarında bir kıtayı diğer bir kıtaya karşı yarıştıırıyoruz. Bu süper güçlerin bir savaşıdır. Kuzey Amerika’nın güçlü makineleri Avrupa’nın canavarlarına karşı. Onları kafa kafaya belirli testlerle son sınırlarına kadar zorlayacağız. Günün sonunda en güçlü makinenin hangisi olduğunu öğreneceğiz”* Jenerikte bir aracın görüntüsünden diğerine geçişlerde görsel efekt kullanılmıştır. Her araç değişiminde ekrana şeffaf olarak fotoğraf makinesi objektifini andıran bir grafik gelmektedir. Bu objektif üzerinde diyafram değerlerini andıran rakamlar görülmektedir ve objektifin her açılıp kapanmasıyla ekrandaki araç görüntüsü değişmektedir. Jenerikte elektrogitarla özel olarak bestelenmiş bir fon müziği kullanılmıştır. Hareketli fon müziğiyle hızlı kurgulanmış yarışan araç görüntüleri ve dış sesin anlatımı uyum içerisindedir. Jeneriğin bitiminde metal zemin üzerinde bir altıgenle oluşturulmuş programın logosu ekrana gelmektedir. Altıgenin içi turuncu renkte olup içinde siyah bold karakterler ve büyük harflerle yazılmış *“Mean Machines”* yazısı görülmektedir. Programda bu logo ayrıca reklam giriş çıkışlarında da ekrana gelmektedir.

Programın son jeneriği ise 21 saniye sürmektedir. Bu süre içerisinde yapımcı firma ve yapım ekibine ait bilgiler siyah fon üzerinde ekrana gelirken arka fonda ilk jenerikte olduğu gibi elektrogitarla oluşturulmuş hareketli bir müzik kullanılmıştır.

b) Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimleri

Mean Machines programının bölüm süresi 24 dakika 1 saniyedir. Bu süre içerisinde çekim ölçeklerine bakıldığında % 24,41 ile ayrıntı çekim, % 23,23 ile boy çekim, % 15 ile genel çekim ve % 12,05 ile toplu çekim ön plana çıkmaktadır. İncelenen programlar içerisinde en yüksek ayrıntı çekim oranına sahip program *Mean Machines*'tir % 24,41'lik bu orana yaklaşan diğer programlar %23,42 ile *American Chopper*, %19,80 ile *A Haunting* ve %17,51 ile *Brainiac* programlarıdır. *Mean Machines*'te ayrıntı çekimler çoğu kez alt açı ile birlikte yarışan araçların tekerleklerini, kasalarını ve araçlara yüklü keresteleri vermekte kullanılmıştır. Bu çekimler ile gelişmiş bir vinç mekanizmasına sahip olup ormanda iş gören araçların büyüklüğü vurgulanmıştır. Bu büyük araçların idare edilmesini sağlayan joystick benzeri aleti kullanan operatörlerin elleri de ayrıntı çekimler ile gösterilmiştir. Bununla devasal büyüklüğe sahip araçların dar bir kontrol kabininde zorlukla idare edilmesi izleyiciye gösterilmektedir. Boy çekimler izleyiciye kişi ya da nesnenin içinde bulunduğu mekânla ilişkisini ortaya koyan çekim ölçekleridir. *Mean Machines* programında *Tigercat 1075* ve *Ponsse Buffalo King* marka iki yük taşıyıcı boy çekimler ve genellikle buna eşlik eden alt açı kullanımı ile görüntülenmiştir. Bu şekilde araçların orman içinde kapladıkları alanın altı çizilerek vurgulanmıştır.

Programda genel çekim oranı % 15'dir. Bu oran %25,82 ile *Mega Builders* ve %20,14 ile *Everest* programlarından sonra Discovery Channel'da ele alınan programlar içindeki en yüksek genel çekim oranıdır. Şu ana kadar incelenen tüm programlarda genel çekimler tıpkı klasik anlatı sinemasında olduğu gibi açılış sekansında çevreyi tanıtıcı rol üstlenmişlerdir. Ancak bunun yanında yukarıdaki üç programda genel çekim oranının yüksek çıkması tesadüfi değildir. Discovery Channel'da görselliğin ön plana çıktığı programlarda genel çekimlerin sayısı artmaktadır. *Mega Builders* programında Hong Kong körfezi, *Everest* programında Everest dağı ve *Mean Machines*'de Ontario ormanının görüntüleri programda büyük yer kaplamaktadır. Ancak *American Chopper* %5,70 ve *Stunt Dawgs* %3,16 gibi daha çok iç mekânda geçen programlarda genel çekim oranı oldukça düşmektedir.

Mean Machines programında toplu çekimler % 12,05'lik bir orana sahiptir. Bu çekimler programda yarışan iki ekibin *Tigercat* ve *Ponsse* ekipleri üyelerinin aralarındaki çalışmalarda ve diyaloglarda kullanılmıştır. Daha öncede ekip çalışmasının öne çıktığı diğer programlarda toplu çekimler ön plana çıktığı görülmüştür. Örneğin, *Brainiac* programında %15,47, *Mega Builders*'de %13,85 ve *Stuntdaws*'da %12,32 oranında toplu çekim bulunmaktadır. Bu sonuç bize Discovery Channel'da yayınlanmakta olan ve değişik yapım şirketlerinin hazırlamış olduğu tüm bu programlarda biçimsel anlatım tekniklerinin son derece bilinçli olarak kullanıldığı olarak yorumlanabilir. Programda röportaj çekimleri genellikle göğüs planda yapılırken kimi zamanda araç operatörlerinin bel çekimde ve alt açıdan araç önünde röportajlarının yapıldığı görülmektedir. Bu çekimler ile araç ve onu kullanan kişi ekranda daha büyük yer kaplamaktadır. *Mean Machines* programında çekimler genel-boy-ayrıntı veya toplu-boy-ayrıntı şeklinde kodlanmıştır. Tüm program ağırlıklı olarak bu çekim ölçekleri üzerinden ilerlemektedir.

Mean Machines programının alıcı devingenliği oranı % 14,70'dir. Programda sıklıkla kullanılan zoom-in, zoom-out, pan ve tilt gibi kamera hareketleri ile yarışma kavramının bulunduğu programda dinamik bir anlatım şekli benimsenmiştir. *Mean Machines*'te büyük araçlardan ya da yarışma gruplarından zoom-outla genel plana geçişler, genelden plandan zoom-inle araçlara ya da ekip üyelerine geçişler yapılmıştır. Sert ve hızlı panlarla iki araç karşılaştırılırken yapılan tilt hareketleri ile araçların vinç kısımlarının büyük kütükleri yerden kaldırması ve havadaki hareketleri verilmiştir. Programda rekabet ve içine düşülen güç durumlarda bazı ayrıntı çekimlere zoom-in yapılarak heyecan duygusu artırılmaya çalışılmıştır. Örneğin tepeyi aşmaya çalışan *Ponsse* aracının çamura saplanmış tekerleğine ayrıntı çekimde zoom-in yapılarak o sıradaki heyecan duygusu izleyiciye ulaştırılmaya çalışılmıştır. Yapılan bu kamera hareketlerine ek olarak dış sesin anlatımı da merak ögesinin artırılmasına ve dramatik anlatının kuruluşuna hizmet etmektedir. Örneğin dış ses yukarıdaki kamera hareketlerine koşut olarak izleyiciye şöyle seslenmektedir “*çekiş gücüne teşekkürler. Tigercat aşağı kolayca iner şimdi kütükleri toplama zamanı. Luc zamandan kazanmak için hareket halindeyken toplamaya karar veriyor. Bu bir kumardır ve diğer takım dikkatle onu izliyor*” “*ilk önce Tigercat baskındı şimdi*

Ponsse'nin sırası. Tigercat'in ranzasından yüklemek zorunda. 1500 kiloluk hafif olmasına rağmen onun kadar ya da daha fazla yükleye bilir mi?"

Programda üst açığı kullanımı % 7,94 alt açığı kullanımı ise % 15,88'dir. Bu kullanım programın anlatımı ile uyumludur. Çünkü *Mean Machines* programında araçların büyüklüğü ve kabiliyetleri vurgulanan iki önemli noktadır. Boy ve ayrıntı çekimlere eklenen alt çekimler ile araçların kendilerinin ve her bir parçasının örneğin tekerlek ya da vinçlerinin büyüklüğü vurgulanmıştır. Vinçlerin kütükleri kaldırması ve taşınması gibi pek çok yerde de alt açığı kullanımı mevcuttur. Programda üst açığı kullanımı daha sınırlıdır. Kullanılan üst açıkların büyük bir kısmı ile operatörlerin kabinlerinden ormanlık alanın ve ekip arkadaşlarının görüntüsü verilmiştir. Birkaç üst açığı kullanımı ise ormanlık alanın üstünden tüm yarışma alanının ve ekiplerin havadan gösterimi içindir.

Programda *Time Lapse* ve grafik animasyon teknikleri kullanılmaktadır. *Time Lapse* tekniği ile birkaç sahnede gökyüzündeki bulutların günlük hareketi ve zamanın geçişi vurgulanmıştır. Ama bundan daha çok bu teknikle iki aracın yarışmalar sırasında ve çalışırken geçirdikleri zaman kısaltılmıştır. Bu program için gerekli bir özelliktir. Çünkü 24 dakika süren programda ekiplerin her yarışmadaki performanslarının ayrıntısının verilmesi mümkün değildir. Bu teknikle daha önemli, heyecanı daha yüksek anlar ekrana getirilerek programın temposunun düşmemesi sağlanmıştır. *Time Lapse* tekniği dışında programda her yarışma sonrası skorlar açıklanırken grafik animasyon kullanılmıştır. Bu sırada ekrandaki görüntü flulaşarak Kanada'nın ve Finlandiya'nın bayrakları ekrana gelmektedir. Skor ise bayrakların üzerinde belirlemektedir. Yine grafik animasyonla kişilerle yapılan röportajlarda kişilerin adlarının yanına bir altıgen içinde birbirine ters duran iki M harfinden oluşmuş olan programın amblemi gelmektedir.

c) Mizansen ve Çevre Düzenlemesi

Mean Machines programının konusu her hafta farklı ülkelere ait araçların yarışdırılmasıdır. Bundan dolayı programın tümü dış mekânda geçmektedir. Her hafta iki farklı ekibin yarıştığı programda ele alınan bölümde Kanada'dan *Tigercat* takımı ile Finlandiya'dan *Ponsse* takımları yarışdırılmaktadır. İki ekibin birbirinden kolayca

ayrılabilmesi için takımlara farklı renklerde kıyafetler giydirilmiştir. *Tigercat* takımı lacivert işçi ceket ve tulumları giyerken *Ponsse* takımı turuncu benzer kıyafetler giymişlerdir. Her iki takımında ceketlerinde fosforlu sarı şeritler bulunmaktadır. Bunun dışında *Tigercat* takımının başında beyaz baret, *Ponsse* takımının başında ise kırmızı baretler bulunmaktadır. Programda realiteye uygun şekilde orman işçileri gibi giyinmiş iki ekip bulunmaktadır. Bunun dışında bir dekor uygulaması ise söz konusu değildir. Yarışmaları yöneten kişide ise kronometre vb. aksesuarlar bulunmaktadır.

d) Işık ve Renk

Programda tüm çekimler dış mekânda geçtiği gibi herhangi bir yapay aydınlatma sistemi kurulmamıştır. Tamamı doğal ışıkta çekilen programda özellikle birkaç rengin baskın olduğu görüntü de yoktur. *Mean Machines* programı *Mega Builders* programı gibi dış mekânda geçen ve anlattığı konu olan teknik gelişme nedeniyle kanalda realiteye en yakın iki programdan birisidir. Bundan dolayı her iki programda da doğal ışık kullanılarak, özel bir dekorasyon ve kıyafetten kaçınarak gerçek hayatı aktardığı izlenimi artırılmaya çalışılmıştır.

e) Müzik ve Efekt

Mean Machines programının ilk ve son jeneriğinde elektrogitarla özel olarak bestelenmiş hareketli bir fon müziğinin kullanılmıştır. Programın içinde sürekli bir dolgu müziği kullanılmamıştır. Ancak dramatik etkiyi artırmak amacıyla bazı sahnelerde fon müziği kullanılmıştır. Örneğin dev kepçelerle bir çubuğun üzerinden işçi baretini alma yarışmasında operatörlerden Eric'in yüzündeki tedirgin ifade fonda kullanılan gerilimi yüksek müzik ile artırılmıştır. Yine yarışmaların keyifli anlarında arkada yarışma temposunu destekleyecek hareketli fon müzikleri kullanılmıştır. Kısaca programın içerisinde kullanılan müzikler dramatik etkiyi desteklemek amacıyla kullanılmışken, jenerikte yer alan müzik ise hızlı kurguya sahip görüntülerle birlikte mücadele ve yarışma olgusunun egemen olduğu programa giriş niteliğindedir.

f) Mizansen ve Dramatik Eğri

Mean Machines programında dramatik anlatı, yarışma olgusu ve merak ögesi üzerinden şekillenmektedir. Programda *Tigercat* ve *Ponsse* takımlarının aşması gereken beş ayrı test vardır. Bunlar: araçların çekiş güçlerinin, kapasitelerinin, dengelerinin, hassasiyetlerinin ve istif kabiliyetlerinin test edilmesidir. Dış sesinde etkisiyle her testte merak ögesi yeniden oluşturulurken bir yandan da mücadele hissi son yarışmaya kadar sürmektedir. Çünkü her test sonucunda bir *Tigercat* takımı bir *Ponsse* takımı öne geçmektedir. Kimi zamanda berabere kalmaktadırlar. Bu sayede programın sonuna kadar yarışmayı hangi takımın kazandığı belli olmamaktadır. Bu geciktirme ögesi dramatik etkiyi ve gerilimi yükseltmektedir. Yarışmanın sonucunu merak eden izleyici için atılmış olan bu yem sayesinde programın izlenirliği yükselmektedir. Programda dramatik anlatıyı destekleyen gerilimli anlar hem görüntülerin ve fon müziğinin hem de dış sesin sayesinde oluşturulmuştur. Dış sesin programda izleyiciye bazı seslenişleri şu şekildedir “*çekiş ve kapasiteyi test ettik. Şimdilik Kanada ve Finlandiya makineleri berabere kaldı. Fakat ormanın hünerli makinelerinin transatlantik müsabakasında üç tane daha yarışı var*”, “*Büyük kepçe ile donatılan Luc her defasında beş kütük alarak öne geçmeye çalışıyor. Fakat Luc, kütükleri düzenlemekte Ponsse sürücüsünden daha çok zorlanıyor*”

Programda *A Haunting* ya da *Stuntdaws* programlarında olduğu gibi doğrusal bir dramatik akış çizgisi belirlenmemiştir. Bunun yerine tıpkı *Mega Builders*'de köprü yapım aşamalarına ya da *Everest*'te dağa tırmanma aşamalarına koşut şekilde olduğu gibi yarışma olgusu içinde dramatik akış sağlanmıştır. Bu programlarda altı çizili öge takım çalışması, bireysel çaba ve başarı kavramlarıdır. *Mean Machines* programında da *Tigercat*'ten 1500 kilo daha hafif olan ve daha küçük kepçe ile donatılan *Ponsse* aracı yarışmayı kazanmaktadır. Bu sırada dış ses izleyiciye şöyle seslenmektedir: “*Finlandiyalı Ponsse kazanıyor 3-2 fakat iki makinede hünerli makineler transatlantik müsabakasını tutuş, kaldırma ve taşımada ormanların en güçlü makineleri olduklarını ispat ederek terk ediyorlar*”

Mean Machines programında karakterizasyon *Tigercat* takımının operatörü Luc Varano ile *Ponsse* takımının operatörü Eric Gervais arasında oluşturulmaktadır.

Mücadele unsurunun öne çıktığı yarışmalarda Luc ve Eric sadece takımları adına değil aynı zamanda kendileri için de mücadele vermektedir. Hatta buna bir takım duygusal öğeler de eklenmektedir. Örneğin Eric'in babası da vinç operatörüdür ve Eric programın bir yerinde şunları söylemektedir “*babam hayatı boyunca bunu yapıyordu. Her zaman babam gibi olacağımı söyledim. Şimdi galiba onun gibiyim*” Kurulan bu tür duygusal bağlar ve operatörlerin kişisel özellikleri dramatik anlatımın kuruluşuna hizmet etmektedir.

Mean Machines'de tüm geçişler kesmelerle yapılmıştır. Bu özellik hızlı bir kurgusu olan programa uygun düşmektedir. Programda reklam dönüşlerinde görüntü ve dış ses yardımı ile o ana kadar olan olayların bir özeti verilmektedir. Ayrıca programda ormanlık alanda ve araçların yapısında dikey hatlar ve bazı diyagonal çekimler kullanılmıştır. Tüm bu görsel kodlar ile ekranda sağlamlık, yarışma ve mücadele duygularının izleyiciye ulaştırıldığı söylenebilir. Programda yönetmenin bakış açısı nesnel konumdadır. Çekimlerde herhangi bir sübjektif kamera kullanımı söz konusu değildir.

II.1.2. Genel Değerlendirme ve Sonuç

Genel Değerlendirme

Tez kapsamı içerisinde Discovery Channel'da yayınlanan programların analizi karşılaştırmalı biçimsel anlatım teknikleri üzerinden gerçekleştirilmiş olup şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- a) Programların biçimsel analizi sonucunda biçimsel anlatım tekniklerinin programların içeriklerinden daha ön plana çıktığı görülmüştür. Bunun anlamı Discovery Channel'daki tüm programların yapım aşamasında biçimsel bir takım kodların egemen olduğudur. Bu anlamda yönetmenlerin anlatımlarındaki “*görsel ideoloji*” içeriğin belirleyicisi haline gelmiştir denilebilir.
- b) Kanalda yayınlanan program türlerinin her birinin jeneriği kendi içeriklerine has ikonografik anlatımlar ve imajlardan oluşturulmuştur. Bunun yanında jeneriklerde kullanılan grafik-animasyon, illüstrasyon, efekt, fon müziği, kurgu gibi teknikler programların içerisinde de kullanılmıştır. Bu açıdan tek

başına programların jenerikleri bile yönetmenlerin *görsel ideolojilerinin* taşıyıcısı olarak yorumlanabilir.

- c) Kanalda yayınlanan programlar konu olarak realiteye ilişkin olmasından dolayı diğer kanallardaki programlardan ayrılmaktadır. Bundan dolayı yönetmenler çekim ölçekleri ve alıcı devinimleri açısından *Televizüel anlatının* küçük ekran, yakın çekim gibi özelliklerine genellikle uymakla birlikte bu konularda daha özgür davranabilmişlerdir. Yönetmenler sinemadaki ve televizyondaki klasik anlatı kalıpları ile kendi *görsel ideolojilerini* birleştirerek yeni bir estetik sunum ortaya koymuşlardır.
- d) Programlarda kullanılan mizansen ve çevre düzenlemeleri ile genellikle kanaldaki programların realiteye ilişkin oluşunun altı çizilirken bazı programlarda bu öğelerin altı çizilerek anlatıların dramatik etkisi artırılmıştır.
- e) Yapılan analiz sonucunda ışık ve renk öğelerinin görsel ideolojinin taşıyıcısı olduğu bir kez daha ortaya çıkmıştır. Kanalın kurmaca olan yerine gerçekliği sunduğu söylemini destekleyen en önemli unsurların doğal ışık ve renk kullanımları olduğu söylenebilir.
- f) Programlarda kullanılan müzik ve efektler jenerikten itibaren program türü ile uyum içerisinde iken bu iki öğe genellikle programlarda dramatik anlatıya koşut olarak belirli bir düzen içerisinde kullanılmıştır.
- g) Yönetmenler, çekim ölçekleri, alıcı devinimleri, mizansen, ışık, müzik ve kurgu gibi teknik öğeleri kullanarak bir dramatik anlatı oluştururlar. Bu akış içerisinde her programda merakın ya da heyecan duygusunun yükseldiği doruk anları ve olayların çözümlendiği sonuç noktaları oluşturulur. Kanalda incelenen tüm programların yönetmenleri bu teknik kodları kullanarak kendilerine has dramatik akışlar oluşturmuşlardır. Bu akışlar her zaman sinema ya da bir kurmaca yapıtta olduğu gibi düzenlenmemiştir. Bunda kanalda yayınlanan programların konu olarak gerçeğe "*factual*" dayalı olması etkilidir.

Sonuç

Discovery Channel’da incelenen programlarla ilgili olarak ilk göze çarpan unsur yüksek orandaki çekim süre ve çekim sayılarıdır. Bu oranlar bkz ekler bölümü grafik 8’de gösterilmektedir. Discovery Channel’ı izleyen kişilerin çıkış noktası bilgi edinmek amaçlıdır. İzleyiciler aynı saatlerde diğer kanallardaki eğlence içerikli programları seçmeyerek Discovery Channel’a yönelmektedir. Ancak televizyonun estetik yönü Martin Perlmutter’in deyiimiyle “*catostropich art*” sürekli tüketilen sanat özelliğine sahiptir. Yani televizyon birbiriyle alakalı ya da alakasız, anlık ve hatırlanması güç görüntülerin oluşturduğu bir sunum şeklidir. Discovery Channel’da hızlı kurgulanmış ve çekim sayısı çok fazla olan bu programlar insanların bilgi edinebileceği özellikte değildir. Bu anlamda genelde televizyon için ve özelde bu kanaldaki programların insanları bilgilendirmekten çok yeni bir bilgi türü olarak da tanımlanan “*dezenformasyon*” ile baş başa bıraktığı söylenebilir.

Discovery Channel, gerek Türkiye temsilciliği ile yapılan görüşmelerde gerekse internet üzerindeki sitelerinde kendilerini *nonfiction* yayıncılıkla tanımlamaktadır. Kanal realiteye ait olguları yayımlayan yani *factual* yayıncılık ile kendisini tanımlamaktadır. Ancak yapılan biçimsel analiz sonucunda kanalın kendisini *factual* olarak tanımlamasına karşın dramatik anlatıyı oluşturan karakterizasyon, merak ögesi, geciktirme unsuru, dramatik eğri, kurgu vb. özelliklerin tüm program türlerinde kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Bkz. ekler bölümü tablo 3

Kanalda yayınlanan programlarda hızlı kurgunun kullanılmasının yanı sıra alıcı devingenliği her program için ustalıklı saptanmıştır. Bu teknikler ile dinamik yönü kuvvetli izleyicinin sıkılmasına olanak vermeyen programlar oluşturulmuştur. İzleyici aşağı yukarı tüm programlarda yaklaşık bir saatlik süreyi ekran başında anlamadan geçirmektedir. Bu açıdan programlarda kullanılan biçimsel teknikler ile izleyicinin düşünsel değil duygusal katılımının amaçlandığı yani bu programların “*katharsis*” odaklı yapımlar oldukları söylenebilir. Bkz. ekler bölümü grafik 9

Tezin başlangıcında Discovery Channel Türkiye ile olan görüşmelerde yayınlanan programların yapım sürecinde kanalın belirli teknik kodları yapım şirketlerinden isteyip istemediği araştırılmıştır. Ancak bu konularda kanalın dışarı bilgi vermediği

yanıtı alınmıştır. Buna karşılık yapılan biçimsel analiz sonucunda kanalın bu konularda belirli çekim özelliklerini yapım şirketlerinden istediği ortaya çıkmıştır. Analizde ele alınan yedi programın yapım şirketlerinin ülkelere göre dağılımı şu şekilde sıralanmaktadır: *A Haunting* ve *American Chopper* Amerikan, *Brainiac* ve *Everest* İngiliz, *Mega Builders* ve *Stuntdawgs* Kanada, *Mean Machines* Discovery Channel Kanada, CTV medyanın iç yapımıdır. Farklı program türleri ve yapım şirketlerine ait bu programlarda benzer anlatım teknikleri kullanılmıştır. Örneğin *Mega Builders*, *Everest* ve *Mean Machines* programlarında yüksek oranda genel çekim kullanılarak görselliğin ön plana çıktığı programlar oluşturulurken bu programlarda doğal ışık kullanılarak programların realiteyle olan ilişkisi artırılmıştır. Bkz. ekler bölümü tablo 2 Programlar doğal ışık kullanımı ile realiteyle olan ilişkilerini artırmış olsalar dahi kullandıkları efekt, müzik, karakter ve dramatik kurguyla *factual* bir yapım olmaktan çok *fiction* özellikler göstermektedir.

Kanalda yayınlanan programlar farklı ülke ve yapım şirketlerine ait olmasına rağmen benzer dramatik akış şekillerine sahiptir. Örneğin *A Haunting* ve *Stuntdawgs* programları bir televizyon filmi gibi (giriş-gelişme-doruk nokta –sonuç) dramatik kuruluşa sahiptir. Ya da *Mega Builders* ve *Everest* programları yapılan işe koşut oluşturulmuş dramatik kuruluşlara sahiptir. Bu durumda kanalın belli program akışlarını önceden belirleyip yapımçı şirketlerden istediği anlaşılabilir. Bkz. ekler bölümü tablo 4

Kanalda mühendislik ve makineler üzerine yayınlanan programların dışında *American Chopper* gibi motosiklet ve araba programları bulunmaktadır. Bu programlar tamamen Batı'daki tüketim düzenine ve hobi pazarına hitap eden yapımlardır. Bu kanalda bu programa benzer yapıda analiz kayıtlarının alındığı Nisan 2008'de toplam 12 program bulunmaktadır. Bu yapımlar program aralarında ve sonlarında aldıkları reklamlar ile sektöre hizmet etmektedir. Kanalın bir hobi programını kurmaca bir anlatı şekli ile izleyiciyle buluşturması ise yeni bir yöntemdir. Çünkü *American Chopper* programının dramatik kuruluğu ve karakterleriyle bir sitcom dizisi şeklinde yapıldığı söylenebilir. Yapılan bu yeni sunum şekli izleyiciden büyük ilgi görmüş ve *American Chopper* tüm program türleri içerisinde kanalda en çok öne çıkan yapım olmuştur.

II.2. DISCOVERY CHANNEL'DAKİ PROGRAMLARIN YAPISAL İNCELEMESİ

Kanaldaki programların analizi biçimsel ve yapısal olmak üzere iki ayrı düzlemde ele alınmıştır. Biçimsel analizde kanaldaki programların kullandığı görsel teknikler ortaya konulmaya çalışılırken; yapısal analizde ele alınan programların içeriklerindeki ortak motiflere bakılmıştır. Bunun nedeni tezin kapsamı içerisinde ideoloji kavramının Baudrillard'ın gösterge / biçim çözümlemesi ele alınarak açıklanmaya çalışılmasıdır. Kanaldaki programların biçimsel çözümlenmesinde biçimsel anlatım teknikleri* ele alınmıştır. Biçimsel çözümlemede programların ele alınan bölümündeki toplam süre üzerinden analiz gerçekleştirilmiştir. Yapısal çözümlemede ise programların tek bir bölümü değil iki sezon* boyunca programlarda öne çıkan kavramlara bakılmıştır. Bu açıdan bakıldığında Discovery Channel'daki programların içerik düzleminde şu üç motif ön plana çıkmaktadır: İdeoloji problemi, teknik dil ve iletişim kopukluğu problemi, televizyon aracının yapısından kaynaklanan problemler.

II.2.1. İdeoloji Problemi

Discovery Channel'daki programların içerik düzlemindeki ilk motif ideoloji problemidir. Kanaldaki programlarda ideoloji kavramının iki ayrı şekilde ortaya çıktığı söylenebilir. Bunlardan ilki, bir simülasyon, yeniden üretim düzeni olarak ideoloji kavramı iken; ikincisi ise tüketim, boş zaman etkinliği ve reklam olarak ideoloji kavramıdır.

Kanaldaki programların biçimsel anlatım teknikleri üzerinden yapılan analizde biçimsel öğelerin içerikten daha ön plana çıktığı saptanmıştır. Discovery Channel Türkiye sorumlusu Burçin Özmert ile yapılan görüşmelerde izleyicilerin kanalı daha çok farklı alanlardaki uzmanlık bilgisine ulaşmak için izledikleri söylenmiştir. Ancak biçimsel analizde ortaya çıktığı gibi kanaldaki yapımlar bilgi vermekten uzaktır. Benzer görsel teknikler üzerinden farklı bağımsız yapım şirketleri programları yapmaktadır. Bunun anlamı biçimsel bir takım modellerin yardımıyla kanaldaki programların sunumudur. Bu açıdan bakıldığında Discovery Channel için yayınladığı programların içerikleri ikinci planda kalmaktadır. Amaç en fazla reyting getirecek

dramatik kuruluşa sahip programları izleyicilere sunmaktır. Model kavramı ile simülasyon düzeni arasında yakın bir bağ bulunmaktadır. Baudrillard'a göre "*bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek yani simülasyon denilmektedir*"⁹² Simülasyon evreninde gerçeklik yerini hipergerçekliğe bırakmıştır. Hipergerçek işlemsel bir gerçeklik olup düşsellikten yoksundur. Marx'tan bu yana ideolojik alan daha çok üretim odaklı bir kavrayışı dile getirmektedir. Bu üretim, maddi odaklı bir üretim olurken Baudrillard bunun geçersizliğini ortaya koyar.

"çağımızdaki temel hastalığın adı: Gerçeğin üretimi ve yeniden üretimi denilen şeydir. Ekonomi politiğin altın yıllarına özgü diğer üretim çeşitlerinin: Değer üretimi, mal üretimi, vb.nin ne zamandır bir anlamı kalmamıştır. Uzun yıllardan bu yana toplumun hiç durmadan üretip, yeniden can vermeye çalıştığı şey, işte o elinden kaçırmış olduğu gerçektir. İşte bu yüzden –maddi- üretimin bizzat kendisi günümüzde hipergerçek bir şeye dönüşmüştür"⁹³

Discovery Channel, Batı kökenli uluslararası bir televizyon kanalıdır. Bu kanaldaki programlar içerik düzleminde incelendiğinde ideolojik anlamda artık burada geleneksel olarak dile getirilen küresel emperyalizm, sömürü, dünyanın geri kalan yerlerini modernleştirme işlevi vb. tanımlamaların geçersizliği ortaya çıkmaktadır. Oğuz Adanır, ideolojik açıdan Batının içinde bulunduğu durumu şu şekilde özetlemektedir: "*...artık ideoloji yoktur. İdeolojinin simülasyonu vardır. Artık ne olduğu bilinmeyen ve kimsenin inanmadığı düşüncelerin simülasyonu. İçeriklerinden boşalmış, yalnızca biçimlerde var olan bir görüntüdür bu*"⁹⁴ Discovery Channel 1985 yılında kurulduğu zaman bir belgesel film kanalı olarak ortaya çıkmıştır. Ancak 2000'li yılların başından itibaren yapısal bir değişime içine girerek kendi tanımlamalarındaki "*documentary*" sözcüğünü çıkarmışlardır. Bundan

*Jenerik, çekim ölçekleri ve alıcı devinimleri, mizansen ve çevre düzenlemesi, ışık ve renk, müzik ve efekt, mizansen ve dramatik eğri

*2007-2008 Güz ve Bahar Yayın Dönemleri

⁹² Baudrillard, J. , 2005, **a. g. e.** , 14 s.

⁹³ **y. a. g. e.** , 44 s.

⁹⁴ Adanır, O. , **a. g. e.** , 34 s.

sonra kendilerini “*nonfiction*” ve “*entertainment*” kelimeleri ile tanımlamaya başlamışlardır. Kanal her ne kadar kendisinin “*factual*” yayıncılık yaptığını belirtse de programların basılı ya da görsel medyada tanıtımı hala belgesel olarak geçmektedir. Araba, makine, mühendislik vb. belgeselleri olarak anılan bu programların belgesel sinemanın ilk dönemlerindeki yapımlarla ne kadar benzer olduğu şüphelidir. Eğer Grierson’dan Flaherty’e uzanan belgesel sinemanın ilk yıllarındaki yapımlar izleyicinin duygusal ve düşünsel katılımını sağlayan ve onları harekete geçiren belgeseller olarak tanımlanırsa bunlar ancak belgesel *simülakrı** olarak tanımlanabilir. Belgesel film, zihinsel ve duygusal etkinlikleri harekete geçirirken ana malzemesi yaşamın kendisidir. Burada konuşan olgulardır. “*çünkü belgesel yaklaşımın amacı hakikat’tir; biçim ya da üslup değil, içeriktir önemli olan*”⁹⁵

Discovery Channel, kendisini diğer ulusal kanallardan bilgi verici programlar yayınladığı iddiasıyla ayırmaktadır. Ancak Discovery Channel’daki programların bunu sadece biçimsel düzlemde taşıdığı söylenebilir. Burada bir *tersine çevirme* söz konusudur. Gerçekliğin olduğu dönemde kitle iletişim aracından verilen mesaj yani içerik asıl olan iken simülasyon evreninde biçim içeriğin önüne geçmiştir. Kanalda ideolojik alanın aranması gereken yerde tam burası yani biçim / içerik düzlemdir. Baudrillard’a göre İdeoloji eleştirileri Marksist olanlarda dâhil olmak üzere ideolojiyi büyüleyici bir düşünce olarak görmektedir. İdeolojinin çözümlenmesi gereken bir biçim olduğunu gözden kaçıran bu görüşler onun içerik düzlemine saplanıp kalmaktadır. Onu aşkın bir değer “bilinç” olarak adlandırılan kişisel ve aldatıcı düşünceleri etkileyen büyük düşünce sistemleriyle bağlantılı bir *mana* olarak kabul etmektedirler. “*aslında ideoloji, mevcut simgesel malzemenin soyutlanarak bir biçime indirgeendiği sürecin adıdır. Ancak bu indirgeyici soyutlama kendini aynı zamanda (özerk) bir değer, bir içerik, bilinçli bir düşünce (gösterilen) gibi sunmaktadır*”⁹⁶ Kanalın programları da içerik düzleminde taşıdığı mesajlar ile diğer

⁹⁵ William Stott, **Documentary Expression and Thirties America**, Oxford University Press, New York, 1973, 12-14 s. Aktaran: Mutlu, E. , a. g. e. , 150 s.

*Simülakrı: Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm bkz Jean Baudrillard’ın Simülakrlar ve Simülasyon adlı kitabı

eğlence içerikli ulusal ya da uluslararası kanallardan ayrı düşmemektedir. Burada farklı olan sadece biçimsel alanda farklı bir sunumun denenmiş olmasıdır.

Discovery Channel'daki programlarda göze çarpan diğer bir unsur Baudrillard'ın simülasyon evrenini tanımlarken kullandığı bunun bir üretim evreni değil *yeniden üretim* evreni olması konusudur. Örneğin kanalda biçimsel analizi yapılan diğer programlar kategorisindeki *Brainiac* adlı programda *superbrainiac* adlı bir bölüm bulunmaktadır. *Superbrainiac* bölümünde ofiste çalışan bir genç, gelen telefon üzerine özel bir kıyafet giyerek görevini yapmak üzere harekete geçmektedir. Bu kuruluş yapısı sinema tarihinde yer alan Süpermen filmi ile aynı özelliكتedir. Yine doğaüstü ve polisiye programlar kategorisinde ele alınan *A Haunting* adlı programda Exorcist filmindeki gibi küçük kızın bedeni şeytan tarafından ele geçirilmektedir. Baudrillard bu konuda şunu söylemektedir:

“dolayısıyla kitle iletişim araçlarının hakikati şudur: Kitle iletişim araçlarının işlevi dünyanın yaşanan, benzersiz ve olaysal karakterini, yerine oldukları halleriyle birbirine türdeş, birbirlerini anlamlandıran ve birbirlerine gönderme yapan bir araçlar evrenini geçirmek için nötr hale getirmektir. Aslında, iletişim araçları karşılıklı olarak birbirlerinin içeriği haline gelir ve işte bu, tüketim toplumunun totaliter –iletisidir”⁹⁷

Üretimin yerini yeniden üretimin almasıyla ve programların biçimsel analizinde kanalın, programların yapımında teknik bir takım kuralları yapımcı firmalardan istediğinin ortaya çıkmasıyla özgür yapım koşulları ortadan kalkmıştır. İdeolojik açıdan bakıldığında bir sanatçı / yaratıcı yerine zanaatkâr burada göze çarpan bir diğer unsurdur.

Discovery Channel'daki programların ideolojik bir diğer yönü tüketim, boş zaman etkinliği ve reklam alanlarıdır. Batı dünyası özellikle 1960'lardan itibaren yeni bir döneme girmiştir. Bu dönemle birlikte ekonomi kavramının kültür ve toplumdan ayrı bir kavram olarak tanımlanmasına son verilmiş olup artık ekonomik olan kültür ve toplumsalın içinde dolayısıyla politik ile ilişkili; politik, toplumsal olan ise ekonomi ile bir arada tanımlanabilir hale gelmiştir. Baudrillard bu dönemi tüketim toplumu

⁹⁶ Baudrillard, J. , 2008, **a. g. e.** , 81 s.

⁹⁷ Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, çev. Hazal Deliceçaylı- Ferda Keskin, 2. Basım, Ayrıntı Yay. , İstanbul, 2004, 155 s.

terimi ile karakterize ederken Ona göre tüketim sadece nesnelere değil, aynı zamanda kolektivite ve dünyayla etkin bir ilişki biçimi, üzerinde tüm kültürel sistemimizin kurulduğu bir sistemli etkinlik ve global yanıt biçimidir⁹⁸.

Kuruluş aşamasındaki modern toplum ve endüstriyel çağın toplumu bir “*üreticiler toplumu*” iken aynı derin ve temel anlamda bizim toplumumuz da bir “*tüketim toplumu*” dur. Eski tip modern toplum üyelerini üretici ve asker olmak üzere iki ayrı grupta görürken onları da üreticiler ve askerler olarak şekillendirmiştir. Bu toplumun üyelerine dayattığı norm, bu iki rolü oynama kabiliyet ve isteğidir. Ancak mevcut dönem hangi adla anılırsa anılsın (geçmodern, ikinci modern, sürmodern, postmodern vb.) modern toplumun kitlesel endüstriyel işgücüne ve zorunlu askerliğe pek ihtiyacı kalmamıştır. Artık toplum, üyelerini tüketiciler olarak değerlendirmektedir. Toplum, üyelerini tüketiciler olarak biçimlendirirken onlara dayattığı norm ise bu rolü oynama kabiliyet ve istekleridir⁹⁹

Tüketici toplumun yaratılmasında kitle iletişim araçları çok önemli bir yer kaplamaktadır. Kitle iletişim aracı sayesinde Baudrillard’ın “*en küçük ortak kültür*” olarak adlandırdığı işlemsel bilgiler izleyicilere aktarılmaktadır. Bu bilgiler ile sisteme bağlanan tüketiciler sürekli bir haber ve imaj bombardımanı altında kalmaktadır. Discovery Channel’da biçimsel analiz için görüntülerin alındığı Nisan 2008’de toplam 37 programdan 12 tanesi motosiklet ve araba programlarını kapsamaktadır. Aynı türdeki programların Mart 2008’de ki sayısı toplam 57 programda 16 tanedir. Kanaldaki tüm programlar içerisinde en fazla sayıda programa sahip olan motosiklet ve araba programları tamamen Batı’daki tüketim düzenine hitap etmektedir. *Hurdadan harikaya, yenileme, motosiklet montajcıları, american chopper* gibi adlara sahip olan bu programlar Batı’da çok büyük bir yer kaplayan hobi pazarının bir parçası olmaktadır. Bir boş zaman etkinliği olarak bu programların sunulması ise dikkat çekicidir. Çünkü Baudrillard’a göre tüketim toplumunda zamanın kendisi bir tüketim nesnesi haline gelmiştir. İnsanlar öncelikle boş zaman elde edebilmek için çalışmakta ve ardından bu boş zamanı doldurabilmek için

⁹⁸ y. a. g. e. , 11 s.

⁹⁹ Bauman, Z. , 2006, a. g. e. , 92 s.

tüketime yönelmektedir. Bu programlar izleyiciye tüketim toplumu içerisinde yaratıcı olmanın yolunu sunmaktadır. Tüketim toplumu içinde ise yaratıcı olmanın yolu sisteme eklemlenmekten geçmektedir. Yani bu programlarda önerilen yedek parçaların, boyanın, teknik parçaların alınarak yaratıcı olunacağına altı çizilmektedir. Burada devreye günümüzdeki en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan reklam olgusu girmektedir. Reklam tarihsel gelişim süreci içerisinde -tanıtım ilanlarından modern reklama uzanan yol- ilk başta ticari bir malın satışını yapmaya yönelik ortaya çıkmıştır. Ancak zaman içinde reklamın kendisi ticari bir meta haline gelmiştir. *“reklamın kitle iletişim işlevi daha çok reklamın özerkleşmiş, yani gerçek nesnelere, gerçek bir dünyaya, bir göndergele değil, bir göstergeden diğerine, bir nesneden diğerine, bir tüketiciden diğerine gönderme yapan araç mantığından kaynaklanır”*¹⁰⁰. Bu programlarda sadece araçların modifiye edilmesine yönelik yedek parça vb. reklamlar değil programların reklam aralarında, başında ya da sonunda ünlü otomobil firmalarının reklamları da yayımlanmaktadır. Reklam burada total bir hayat tarzının *“life style”* sunumu sistemin kendi varlığının bir anlamda meşruiyetini sağlayan unsur haline gelmiştir. Burada gözden kaçırılmaması gereken bir diğer nokta ise bu programların Batı’daki ve Dünyanın diğer kalan kısmındaki anlamlarının farklı olmasıdır. Programların Batı’daki anlamı bu şekilde özetlenebilirken Dünyanın geri kalanı için bu programların kesin bir anlamını söylemek güçtür. Ancak pek çok toplum için bu durum içinde yer alınması istenilen bir toplumsal düzenin ifadesi olabilir.

II.2.2. Teknik Dil ve İletişim Kopukluğu Problemi

18. yüzyıl bilim ve tekniğin çağıdır. Descartes, Pascal, Newton gibi düşünürlerle hayat bulan çağın ana kavramı *“akıl”*dır. Daha önceki dönemlerde örneğin Antik Yunanda bilim seçkin bir yüksek kültürle bir arada tutulmaktaydı. Bu dönemdeki bilimler matematik, astronomi gibi sınırlı bir bilgi alanını içine almaktayken dönemin düşünürleri ise zamanın tüm bilgisine sahip bilginlerdi. Yine benzer olarak Ortaçağ insanının üzerinde çalıştığı bilimler teoloji ve felsefe ile sınırlıydı. Oysa 18. yüzyılda *“Akıl devrimi”* ile birlikte dünyayı anlamlandırmada, doğanın güçlerini kontrol altına

¹⁰⁰ Baudrillard, J. , 2004, **a. g. e.** , 157-158 s.

almakta insan aklı ön plana çıkmıştır. Bu dönemin insanları için akıl tüm yaşamı insan itkisi ile şekillendirmenin aracıdır. Bu dönemdeki bilimsel ve teknik yenilikler 19. yüzyıldaki Endüstri devriminin de doğuşu için zemin hazırlamıştır. Endüstri devrimi beraberinde iş bölümü kavramını ve farklı iş alanlarındaki uzmanlık bilgilerini gündeme getirirken toplum bu dönemle birlikte daha heterojen bir yapıya sahip olmuştur. Uzun bir dönem Akıl devriminin, 18. yüzyıldaki aydınlanma düşünürleri olan Rousseau, Voltaire, Kant vb. görüşlerinde olduğu gibi insanoğlunun özgürleşmesine ve gelişmesine yol açacağı düşünülmüştür. Ancak 19. yüzyılda endüstri devriminin de etkisiyle hayat bulan kapitalizm ve sanayileşmenin benimsenmesi ile birlikte insanlar yönetici ve yayılmacı bir disiplinin, bir ekonomik düzenin içine hapsolmuşlardır. Yani kısaca Aydınlanma düşüncesi insanı içinde yaşadığı dünyada özgür kılmak bir yana onu daha bir tutsak kılmıştır. Ekonomik bolluk hayalleri yerini yoksulluğa; ahlaki ilerleme düşüncesi ise yerini şiddet ve hoşgörüsüzlüğe bırakmıştır.

Aydınlanma fikrinin bu gelişmeci düşüncesine ilk eleştirel sesler Frankfurt Okulu bünyesinden çıkmıştır. Horkheimer ve Adorno “*Aydınlanma Diyalektiği*” adlı eserde aydınlanma düşüncesinin derin bir analizini dile getirirler. Onlara göre sanayileşmiş ve bürokratikleşmiş modern dünya ussallaştırma süreci ile biçimlenir. 20. Yüzyılın dünyası, akıl yeteneği ve belirlenen amaca dönük en etkili yöntem hesabıyla küçülen insanoğlunun eylemlerinin sonucudur. Dünyanın hızla matematikleşmesi, efsaneci ve dini dünya görüşlerini yok olmaya sürüklerken kurumsal hayatın, artan biçimde bilim ve teknolojiyle, yani araçsal akılçılıkla biçimlendirilmesi söz konusudur. Toplumsallığın modern biçimleri (araçsal akılçılığın kurumsallaştırılmış şekilleri), sırasıyla, araçsal içeriklere, betimlemelere ve dünya hakkında düşünme yöntemlerine neden olur. Onlar, bilimsel, hesapçı ve işlevsel akıl kurgusunu üretirken araçsal akıl seçkin ve mutlak acımasız bir sarmal meydana getirir.¹⁰¹ Frankfurt okulunun geç dönem temsilcilerinden olan Jürgen Habermas, 18. Yüzyılın aydınlanma fikrinin eleştirisine katılmakla birlikte

¹⁰¹ James Gordon Finlayson, **Habermas**, çev. Talat Kılıç, 1. Basım, Dost Kitabevi Yay. , Ankara, 2007, 29-30 s.

Aydınlanmanın Diyalektiğindeki görüşlere pek katılmaz. Horkheimer ve Adorno'nun görüşlerini aşırı karamsar ve kötümser bulan Habermas; Weber, Durkheim, Parsons (Amerikan İşlevselciliği) ve daha birçok düşünürün görüşlerini tartışarak *iletişimsel eylem kuramını* ortaya koyar.

Habermas, iletişimsel eylem kuramında ilk olarak Weber'in ortaya koyduğu kültürel değer alanlarının farklılaşmasına* büyük önem verir. Weber rasyonelleşme kuramında modern devleti büyüden arındırılmış bir toplum ve kültürel değer alanlarının (bilim ve teknik, hukuk ve ahlak, sanat ve eleştiri gibi) farklılaşması ile karakterize etmektedir. Weber için rasyonelleşme süreci bir yandan geleneksel toplumdaki kopuşu ve düzenli bir toplum yapısını ifade ederken diğer yandan ise onun deyimleriyle “*demir kafes*” anlamına gelmektedir. Yani, bu unsurlar modern devletteki toplumsal baskı ve tahakküm araçları olarak tanımlanmaktadır. Marx'ta ise bu süreç yani bilim ve teknik pozitif bir anlama sahiptir. Habermas, Weber'in amaç rasyonel eylem modeli yerine *iletişimsel eylem modelini* önermektedir. Ona göre amaç rasyonel eylemler aktörün, amaçlara göre yeterince netleştirilmiş bir hedefe ulaşmaya yönlendiğinden, verili durumda kendisine uygun görünen araçları seçtiğinden ve eylemin önceden kestirilebilir diğer sonuçlarını yan koşullar olarak hesaba kattığından yola çıkar. Amaç rasyonel eylemler başarı odaklı eylemlerdir. Buna karşılık iletişimsel eylemde aktör, eylem planlarını benmerkezci ego hesapları üzerinden değil anlaşma edimleri üzerinden koordine eder. Ayrıca iletişimsel eylemde taraflar birincil olarak kendi başarılarına yönelmemişlerdir. Eylem planlarını ortak durum tanımı temelinde birlikte karşılaştırabilmeleri halinde, kendi bireysel hedeflerini izlerler¹⁰² Habermas'ın kuramında anlam önemli bir yere sahiptir. Çünkü Weber'in kuramındaki tek özne merkezli yararçı tutuma karşı;

*Kültürel rasyonelleşmenin temellerini Weber, modern bilim ve teknikte, özerk sanatta ve ilkelerin kılavuzluğundaki, dinsel kökleri olan etikte görmektedir. Bu konu ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. İletişimsel Eylem Kuramı I. Cilt: Eylem Rasyonelliği ve Toplumsal Rasyonelleşme, II Max Weber'in Rasyonelleşme Kuramı 186 ve devamındaki sayfalar

¹⁰² Jürgen Habermas, **İletişimsel Eylem Kuramı I. Cilt: Eylem Rasyonelliği ve Toplumsal Rasyonelleşme**, çev. Mustafa Tüzel, 1. Basım, Kabalıcı Yayınevi, İstanbul, 2001, 305 s.

Habermas en az iki öznenin bulunduğu rasyonel yani anlaşma ve yorumlamaya dayalı uzlaşmacı tutumu esas alır. Ona göre: “ *anlamlar, konuşanın dış dünyayla ilişkisi tarafından değil, ancak konuştuğu kişilerle ilişkisi aracılığıyla belirlenir; anlam, esas olarak, kelimeler ve şeyler arasında iki kutuplu bir nesnelerearası ilişki değil, öznelerearası bir ilişkidir*”¹⁰³ Habermas, Weber’deki kültürel değer alanlarının farklılaşması ve uzmanlaşma arasında bağ kurar. Ona göre modern toplumlarda farklı uzmanlık alanlarının oluşu toplum içerisinde anlaşmazlıklara yol açmaktadır. Modern toplumlardaki eyleyenlerin bu anlaşmazlıklarının çözümü söylem ve iletişimedir. İletişimsel eylem süreci düşünsemeli bir süreç olup asıl olan anlaşmaya yönelmiş en az iki eyleyen özne ve bunların karşı karşıya geldikleri bir yaşama evrenidir. Yaşam evreni salt arka plandaki kültür değildir “*bir o kadar da bireysel becerilerden, bir durumla nasıl başa çıkılacağına ilişkin sezgisel bilgiden ve toplumsal olarak alışılmış pratiklerden, bir durumda neye güvenebileceğine ilişkin aynı ölçüde sezgisel bilgiden de oluşur*”¹⁰⁴

Bu kuramsal bilgiler ışığında tezin içerik düzlemine dönülecek olursa şu sonuç ortaya çıkmaktadır. Discovery Channel’da en fazla rating alan programların başında mühendislik programları gelmektedir. Bu programlarda farklı mühendislik alanlarındaki teknik yenilikler izleyiciye sunulmaktadır. Mühendislik bilimleri bilindiği üzere modern toplumlardaki en fazla teknik bilginin olduğu alanların başında gelmektedir. Bu kategorideki programlardan biçimsel analizde ele alınan *Mega Builders* adlı yapımda teknik ayrıntı verilmeden daha çok yapılan çalışmanın büyüklüğünü vurgulayan panoramik görüntülerin verildiği saptanmıştır. Ancak sıradan televizyon izleyicisi için bu programlardaki çalışmalarını tam olarak anlayabilmek mümkün değildir. Bunun nedeni modern toplumlarda herkesin ayrı bir uzmanlık alanına sahip olması ve bundan dolayı diğer alanlar hakkındaki bilgilerinin kısıtlı olmasıdır. Bu programlarda kullanılan teknik dil yahut gerçekleştirilen projenin tamamen teknik bir düzlemde olması iletişim kopukluğu yaratmaktadır.

¹⁰³ Fınlaysan, J. G. , a. g. e. , 69 s.

¹⁰⁴ Jürgen Habermas, **İletişimsel Eylem Kuramı II. Cilt: İşlevselci Akılın Eleştirisi Üzerine**, çev. Mustafa Tüzel, 1. Basım, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2001, 663 s.

Bu iletişim kopukluğu sadece kanaldaki mühendislik programlarında değil, diğer bazı program türlerinde de; makineler ve diğer taşıtlarla ilgili programlar, motosiklet ve araba programlarında da göze çarpmaktadır. Tüm bu farklı program türlerindeki bilgileri ya o alandaki uzmanlar ya da çok ilgili kişiler anlayabilmektedir. Ortalama izleyici için verilen teknik bilgilerin anlamı sınırlı kalmaktadır. Habermas'ın iletişimsel eylem kuramı modern toplumlardaki iletişim kopukluklarını önleme amaçlı ortaya konmuş olup kuramın önemli bir kısmı da dilsel iletişim düzeyinde geçerlilik iddiaları üzerinden evet ya da hayır deme özgürlüğü ile şekillenir.

“İletişimsel eylem itirazların gerekçeler ortaya koyularak uzlaştırılmaları olanağına gönderme yapar. İletişimsel eylem, geçerlilik iddialarına yönelmeyi gerektirdiği için, daha baştan, etkileşim taraflarının birbirleri üzerinde etkide bulunma ile birbirleriyle anlaşma arasında az ya da çok net bir ayırım yapmaları olanağına göndermede bulunur”¹⁰⁵

İletişimsel eylem tarafların karşılıklı etkileşimini esas alırken bir kitle iletişim aracı olan televizyon bunu sağlayamamaktadır. Burada söz konusu olan bir mühendislik programı ise izleyicinin bu programda verilen bilgiyi evet ya da hayır gibi bir geçerlilik iddiası üzerinden değerlendirmesi mümkün değildir. Bunda hem aracın teknik doğasından kaynaklanan nedenler hem de izleyicinin arka planında bu alana ait bir teknik bilginin olmaması etkindir. Bu durumda bu tür teknik bilgilerin verildiği programlarda izleyicinin katılımı pasif bir konumda kalmaktadır. Ancak Habermas, iletişim teknolojilerini yeni bir kamusal oluşumun oluşmasında araç olarak görmektedir. Bu anlamda iletişim teknolojilerine bakış açısı olumsuz değil olumludur.

“yazılı basın ancak modern toplumlarda kültürel ve siyasal bir önem kazanır. İletişimsel eylemin sınırlarından kurtarılmasını beraberinde getirir; bu etki 20. yüzyılda geliştirilen elektronik kitle iletişim araçlarıyla bir kez daha katlanmıştır... İletişim teknolojileri kamusal oluşumun oluşmasını olanaklaştırır, yani yoğunlaşmış iletişim ağlarının da kültürel geleneğe eklenmesi ve son kerte sorumluluk sahibi aktörlerin eylemlerine bağımlı kalmalarını sağlarlar”¹⁰⁶

Aydınlanma fikri ile doğan rasyonelleşme ve uzmanlaşma sürecinin modern toplumlarda iletişim kopukluğuna neden olduğunu söyleyen ve bu durumu ortadan kaldırıp yeni bir kamusal düzen arayışı içinde olan Habermas gibi Kevin Robins'de günümüzde yeni teknolojilerin etrafında hayat bulan teknokratik, ilerlemeci, akılcı

¹⁰⁵ Habermas, J. , y. a. g. e. , 502 s.

¹⁰⁶ Habermas, J. , y. a. g. e. , 619 s.

idealizmi eleştirir. Robins, imajlarla ilgili olarak neyin görüntülediği kadar neyin görüntülenmediğinin de önemli olduğunu altını çizer. Bu açıdan Discovery Channel’da mühendislik program türü içinde biçimsel analizde ele alınan *Mega Builders* programında genel çekim oranlarının en yüksek oranda çıkması da anlamlıdır. Robins’e göre Batılı kimliğini biçimlendiren ve tanımlayan iki genel gündem vardır.

“birincisi bilimsel ve teknik rasyonalite: modern Batı kültürü kısaca rasyonel, kendini rasyonelleştiren ve rasyonel bilinci olan mükemmeliyetçi bir kültürdür. İkincisi ise diğer kültürlerle çok yoğun olarak karşı karşıya gelmek yani imparatorluk döneminde ve sonrasında Batılı olmayan toplumlarla karşılaşmaktır”¹⁰⁷

Bu açıdan Discovery Channel’da yayınlanan teknik içerikli programlara bakıldığında iki sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu programlar Batı ve dünyanın geri kalanı için (biz-öteki ayrımı) farklı iki anlama gelmektedir. Batıda bu teknik gelişmeler normal ve günlük yaşamın bir parçası iken dünyanın geri kalanı için bu yeni teknolojilerin modern dünya’nın büyüleyici yüzü olduğu söylenebilir.

II.2.3. Televizyon Aracının Yapısından Kaynaklanan Problemler

Discovery Channel’daki programlar bilgi edinme amacıyla izlenmesi nedeniyle diğer ulusal ya da uluslararası televizyon kanallarındaki yapımlardan ayrılmaktadır. Ancak ideoloji başlığı altında değinildiği gibi bu kanaldaki programlar sadece biçimsel olarak bu özelliğe sahip iken içerik düzleminde ise bu görülmemektedir. Kanaldaki programların biçimsel analizinde ortaya çıkan bir nokta bu yapımların yüksek çekim sayısı ve hızlı kurgulanmış görüntülerden oluşmuş olmasıdır. Bu kadar yoğun bir imaj bombardımanının olduğu programlarda bilgi edinme gibi işlev söz konusu olamamaktadır. Bu görüntüler bir gösterilene (yan anlam) işaret etmemektedir. Tüm sistem gösterenler üzerinden işlerken anlam ortadan kalkmaktadır. Bugün tüketim toplumu da yan anlamın olmadığı bir gösterenler sistemidir. Bağlamından koparılan imajlar kendilerinden başka hiçbir şeye gönderme yapmazken başka bir algılama şeklide söz konusu değildir. Baudrillard bunu şu şekilde ortaya koymaktadır:

¹⁰⁷ Johann P. Arnason, “**Culture and Imaginary Significations**” Thesis Eleven, 22, 1989, 34 s. Aktaran: Robins, K. , a. g. e. , 103 s.

“gösterilende odaklanmış iletiden -geçişli ileti- gösterende odaklanmış iletiye geçilir. Söz gelimi Tv örneğinde imgeyle gösterilen olaylardan imge olarak imgenin tüketimine geçilir... imge aynı zamanda olayları (tarihsel, toplumsal, kültürel) özgüllükleri içinde göstermeye ve anlamaya olanak tanımaması, ama bu olayları ayırım gözetmeden hem bir ideolojik yapı hem de teknik bir yapı olan koda göre yorumlanmış olarak sunmasında da farklıdır: yani Tv örneğinde bir yandan kitle kültürünün ideolojik kodu, öbür yandan, iletilerin çeşitli ve hareketli içeriğini etkisiz kılan ve onun yerine kendi anlam buyruklarını geçiren bir söylem türünü dayatan kesme (découpage), aracın kendinin eklemleme biçimidir”¹⁰⁸

Durmak bilmez, kendinden başka bir göndergesi olmayan bu imge sunumuna sahip televizyon Neil Postman’a göre “*dezenformasyon*” denilebilecek bir enformasyon türü yaratarak bilgilenmenin anlamında değişiklik yapmaktadır. Postman’a göre dezenformasyon yanlış enformasyon demek değildir. “*dezenformasyon, yanıltıcı (yersiz, ilgisiz, parçalı ya da yüzeysel) enformasyon, yani insanda bir şey hakkında bilgi sahibi olma illüzyonu yaratan, oysa aslında insanı bilgilenmekten uzaklaştıran enformasyon demektir*”¹⁰⁹ Bu açıdan bakıldığında Discovery Channel’da ele alınan programlardan örneğin *American Chopper*, asıl olarak bir hobi programı olmasına rağmen izleyiciler motor yapımı konusunda yeterince bilgi alamamaktadır; *Mean Machines* ya da *Mega Builders*’da makineler yahut mühendislik projelerine ilişkin ayrıntılı bilgi verilmemektedir; *Brainiac* gibi konusu bilimsel bilgi ve deneyler olan bir program dahi salt eğlence halinde sunulmaktadır.

Grame Burton, “*Görünenden Fazlası*” adlı kitabında “*medya öyküler anlatır. Bu öyküler sadece kurmaca değildir, gerçek olaylara dayanan materyalle de ilgilidir*” demektedir. Kaplan’a, göre ise: “*öykü-anlatma olayı sadece televizyondaki dizi ve seriyaller gibi kurmacaya dayalı (fictional) program türleri için değil; aynı zamanda haberler, haber programları, eğlence, spor ve bilim programları vs. gibi sözde gerçek olaya dayalı (factual) program türleri içinde geçerlidir*”¹¹⁰. Discovery Channel’da yayınlanan programlar kendilerinin factual yayıncılık yaptıklarını söylemelerine rağmen biçimsel analizde ortaya çıktığı gibi programların sunumu kurmacadır. Bu olgusal olanla kurmaca olanın birlikte ele alındığı yeni bir sunum şekli olarak kabul edilebilir. Kanaldaki programlar belgesel sinemadaki olgusal

¹⁰⁸ Baudrillard, J. , 2004, **a. g. e.** , 156-157 s.

¹⁰⁹ Postman, N. , **a. g. e.** , 122 s.

¹¹⁰ Yusuf Kaplan, **Televizyon**, çev. Gökçen Kaplan, Ağaç Yay. , İstanbul, 1992, 75 s.

yönle, televizyon filmi, durum komedileri ve seriyallerin kurmaca yönlerinin karışımından oluşmaktadır. Örneğin Discovery Channel’da en fazla reyting alan programların başında gelen *American Chopper* programı gerçek yaşamda da aile üyeleri olan üç kişinin (baba ve oğul Teutel’lerin) motosiklet yapım sürecini sit com olarak sunmaktadır; *Brainiac* programı bilimsel deneyleri her biri üç dört dakikalık skeçler şeklinde sunarken; *A Haunting* programının anlatım şekli ise mini bir televizyon filmi şeklindedir. Bu programlar sadece biçimsel düzlemde değil içerik düzleminde de bu yapıya sahiptir.

Discovery Channel’daki programların içerik düzleminde televizyon aracının doğasından kaynaklanan son unsur bu programların içerisindeki kapitalist değerlerdir. Discovery Channel ve sahip olduğu diğer kanallar (Animal Planet, Science Channel, Military Channel, Discovery Health, Planet Green, World Channel) ile uluslararası dev bir medya şirketidir. “*tecimsel televizyonun temel değerleri kazanç, verimlilik ve pragmatizm’dir. Bu değerler karar alma, planlama süreçlerinden uygulama ve yayın aşamasına kadar tecimsel televizyon mekanizmasının içinde işlediği ideolojik ve kavramsal çerçeveyi çizerler*”¹¹¹ Kanalın kuruluşunda ve büyümesinin temelinde yatan bu kapitalist değerler aynı zamanda program içeriklerinde de öne çıkmaktadır. Eril bir dünya görüşü, başarı miti, bireysellik, mücadele gibi unsurlar kanaldaki programlarda sürekli altı çizilen değerlerdir. Örneğin *American Chopper*, *Mean Machines* ve *Mega Builders* gibi programların kahramanları ve hedef kitlesi neredeyse tamamen erkeklerdir. *Brainiac* ve *Everest: Beyond The Limit* gibi programlarda ise kadın kahramanlar kullanıldığı halde bunlar ya ekibin diğer üyelerinden güçsüz olarak (*Everest* programında tek kadın kahraman Betsy Heulskamp dağa zorlukla tırmanırken programda genelde espri amaçlı kullanılmaktadır) tanımlanmaktadır. Ya da cinselliği ön plana çıkmış seksi kişiler (*Brainiac*’da elindeki çelik toplarla her hafta başka nesnelere kıran ve bu sırada göğüsleri yakın planda gösterilen Prof. Miang Lee gibi) olarak gösterilmektedir.

¹¹¹ Mutlu, E. , 1991, a. g. e. , 122 s.

“tıpkı sinemanın yıldız (star) sistemine dayanması gibi televizyon da bir tür kült kişilik sistemine dayanmakta ve böylelikle televizyon, bireysellik ve başarı miti gibi yığınla mit üretmektedir. Bu mite göre tarih toplumsal hareketler tarafından değil, olağanüstü erkeklerle (bir kaç kadın) tarafından yapılmıştır. Her ne kadar, genelde (Amerikan) televizyon anlatısı, özelde de televizyon dizi ve seriyallerinin anlatısı, Hollywood sinema anlatısının ‘amaç yoğunluklu’ yapısının aksine, büyük ölçüde ‘menü (konu) yoğunluklu’ bir yapıya sahip olsa da bireysellik miti, haberlerden magazin, spor, eğlence programlarına kadar tüm televizyon türlerinde farklı düzeylerde ve biçimlerde kullanılmaktadır”¹¹²

Discovery Channel’daki *Mega Builders* ve *Stunt Dawgs* adlı programlar konu olarak ekip çalışmasını anlatmalarına rağmen sonuçta altı çizilen kavram bireysel başarı hikâyeleridir. Bu anlamda bu programlar “beyaz ekran kahraman(ı)” ları yaratmaktadır. *Mega Builders* programında Hong Kong limanında yapılan Stonecutters köprü inşaatı, başmühendis Andreas Schwarz’ın çocukluk düşüdür. Programın sonunda köprü inşaatı sırasında yaşanan tüm güçlükler Andreas’ın insanüstü çabası sayesinde atlatılır ve inşaat tamamlanır. *Stunt Dawgs* programında ise amatör bir dublör olan Kory Grim orta halli bir Amerikan vatandaşı olup şehir dışındaki bir banliyöde oturmaktadır. Programın sonunda Grim, bir western filmindeki yanma sahnesi görevini başarı ile tamamlayarak profesyonel dublörlüğe ilk adımını atar.

Buraya kadar gelinen nokta özetlenecek olursa Discovery Channel’da yayınlanan programların içerik düzleminde televizyon aracının yapısından kaynaklı problemler şu şekilde sıralanabilir. İlk olarak günümüzde televizyondaki imajlar kendileri dışında bir gönderge sistemine sahip değildir. Bunun sonucu dezenformasyon da denilebilecek bir anlam yoksunluğudur. İkinci olarak olgusal ve kurmaca yapıtların özelliklerini bir arada kullanan programlar içerik düzleminde de bu programların özelliklerini taşımaktadır. Böylece örneğin ilk kez bir hobi programı *American Chopper* sit com dizisi şeklinde sunulmaktadır. Son olarak ise kanaldaki tüm programlar içinde yaşanan kapitalist sistemin değerlerinin; başarı miti, bireysellik, erkek egemenliği vb. taşıyıcısı olarak ön plana çıkmaktadır.

¹¹² David Lusted, “The Glut of Personality” Len Masterman (ed), *Television Mythologies: Stars, Shows and Signs*, Londra ve New York: Comedia ve Routledge, 1988, 73 s. Aktaran: Kaplan, Y. , a. g. e. , 90 s.

SONUÇ

Dünyada 1980'lerden bu yana yaşanan toplumsal, ekonomik ve politik gelişmeler kitle iletişim araçlarını yapısal ve yayıncılık anlamında derinden etkilemiştir. Küreselleşme ve yaşanan teknolojik gelişmelerin etkisiyle ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri sonucunda uluslararası televizyon yayıncılığı hız kazanarak kısa bir süre içerisinde farklı beğeni ve isteklere sahip izleyicilere ulaşabilmek için çeşitlenmiştir. Bundan dolayı kitle iletişim araçları yatay ve dikey tekelleşmeler içerisinde ticari bir işletme haline dönüşürken kapitalist ideolojinin de taşıyıcısı olmaktadır.

Küresel alanda yaşanan bu gelişmelerin nedeni Batı dünyasında toplumsal alanda 1960'lardan itibaren yaşanan değişikliklerdir. Ekonomik açıdan bakıldığında Amerika ve Batı dünyasında ekonomik sistem uzun zamandır üretim, gereksinim ya da arz gibi klasik iktisat terimleri ile açıklanamaz hale gelmiştir. 1930'lardaki ekonomik yapıyı açıklamakta bu kavramlar yeterli iken ikinci dünya savaşı sonrası gerçekleşen ekonomik atılımlar ile yeni bir döneme girilmiştir. 1960'larla beraber ise hız kazanan neo liberal açılımlar ile ekonomi kavramı daha önce kültür ve toplum'dan ayrı bir kavram olarak ele alınırken bu tarih'ten sonra tümü aynı potada bir araya gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında kültürel alan artık pazarlanan bir meta olup ekonomik bir getiriye sahiptir. Jean Baudrillard, Batı'nın içinde bulunduğu bu toplumsal düzeni *Tüketim Toplumu* kavramı ile tanımlamaktadır.

Kapitalist sistemin içinde işleyen tüketim toplumunda gerçekliğin yerini hipergerçek alırken, yeniden üretim şeklinin hakim olduğu *simülasyon düzeni* tüm toplumsal yaşama hakim olmuştur. Bu yapıda asıl olan artık toplumsal ötesi, politik ötesi ve ekonomi ötesi bir yaşamdır.

Kitle iletişim araçları bu toplumsal yapıda en önemli toplumsallaşma aracıdır. Kişiler medyayı takip ederek toplumsalın bir parçası olmaya çalışmaktadır. Burada Baudrillard'ın *En Küçük Ortak Kültür* olarak adlandırdığı işlemsel bilgiler devreye girmekte ve medya toplumsalı üretmektedir. Televizyon burada öne çıkan araçtır. Kişiler televizyonda kendilerine sunulan moda, beğeni ve tarz gibi tüketim toplumunun devamını sağlayıcı bilgilere ulaşmaktadır.

Araştırmada, uluslararası alanda yayın yapan televizyon kanallarından biri olan *Discovery Channel*'ın yayın ideolojisi saptanmaya çalışılmıştır. Medya şirketlerinin ticari bir kurum haline geldiği günümüzde içinde yaşanan toplumsal, ekonomik ve politik durumun medya içeriklerini nasıl etkilediği ortaya konmak istenmektedir.

Araştırmanın başlangıcında *Nitel İçerik Analizi* yöntemi belirlenerek yapılan örnek çalışmada kanaldaki programlar doğa, makine ve toplum gibi üç kategoriye ayrılarak incelenmiştir. İletişim bilimlerinde sıklıkla kullanılan, araştırma nesnesinin incelenmeden sınıflandırıldığı bu analiz yönteminde eleştirel perspektiften bakılacak olursa Marksist bir okuma sonucunda şu sonuçlara ulaşılması muhtemeldir; Özellikle Batı kökenli uluslararası televizyon kanallarının merkez-çevre, Batılı (Biz)-Batılı olamayan (Öteki) ikililiği içerisinde üçüncü dünya ülkelerini modernleştirme işlevi vardır. Bunun yanında yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda teknokratik bir toplum yapısı oluşmakta ve burada öne çıkan beyaz erkek egemenliği baskın bir etkiye sahip olmaktadır. Ayrıca içinde yaşanan kapitalist sistem meta fetişizmi sayesinde kişilerde tüketim arzusunun artırılmasını amaçlamaktadır.

Araştırmada *Discovery Channel*'daki programların *Nitel İçerik Analizi* yerine *Karşılaştırmalı Biçimsel Anlatım Teknikleri* üzerinden incelenmesi ve *Yapısal Çözümleme* sonucunda ulaşılan sonuçlar şu şekilde sıralanabilir;

Discovery Channel'da doğüstü ve polisiye programlar türüne ait *A Haunting* programı biçimsel açıdan film noir ve korku filmlerinin görsel stilini taşıyan bir televizyon filmi şeklinde hazırlanmıştır. Programda giriş-gelişme-doruk nokta-sonuç şeklinde işleyen dramatik anlatı içerisinde doğüstü olaylar yaşadıklarını iddia eden bir ailenin hikâyesi sunulmaktadır. Program biçimsel açıdan *Exorcist* filminin pek çok bölümünü tekrar aynı şekilde sunarken bugün Batı'nın içinde bulunduğu durumun bir yeniden üretim (*reproduction*) düzeni olduğu görülmektedir. Program *Discovery Channel*'daki diğer programlar gibi *nonfiction* olma iddiasına karşılık kurmaca bir anlatı yapısına sahiptir. *A Haunting* programı gerçeklikle ilişkisini bir *docu-drama* gibi olayları yaşadığını iddia eden kişilerle yapılan röportajlarla kanıtlamaya çalışırken olayın *paranormal* bir olay olması nedeniyle *docu-dramadan*

ayrılmaktadır. Ayrıca programda ele alınan konunun bir *docu-drama* gibi toplumsal, ekonomik ya da politik göndermesi bulunmamaktadır.

Motosiklet ve araba programları türüne ait *American Chopper* programı biçimsel açıdan *sitcom* (*situation comedy*) dizisi şeklinde kurulmuş bir hobi programıdır. Baba ve oğul Teutul'ların arasındaki ilişkilerle renklenmiş program gerçek hayattaki kişi ve konular içermesine rağmen dramatik bir anlatı yapısına sahiptir. Program ayrıca Batı'da tüketim toplumu içerisinde önemli bir yere sahip olan hobi pazarına hitap etmektedir. *American Chopper* programında yedek parça, alet, boya vb. ürünlerin alınarak motosiklet yapımının mümkün olduğu gösterilirken, kapitalist sistem içerisinde yaratıcı olmanın yolunun sisteme eklenmekten geçtiğinin altı çizilmektedir. Ayrıca bu programda yapılan motosikletler kişiye özel üretimlerdir. Bunun anlamı programın tüketim toplumunda hiyerarşik sınıflandırma içerisinde en üst konumdaki kişilere hitap ettiğidir.

Mühendislik programları türüne ait *Mega Builders* programı konusu olan bilimsel ve teknik bilgi nedeniyle *Discovery Channel*'daki gerçek hayata en yakın programlardan biridir. Ancak program biçimsel açıdan, yapılan projenin aşamalarına koşut bir şekilde dramatik bir kuruluş yapısına sahip olmanın yanında içerdiği karakterlerle anlatımını zenginleştirmiştir. *Mega Builders* programında teknoloji bir araç olarak kullanılırken asıl olan projeyi gerçekleştiren başmühendisin başarısının ve yapılan görkemli inşaat projesinin şiirsel anlatımıdır.

Diğer programlar türüne ait *Brainiac* programı biçimsel açıdan skeç benzeri bir yapı içerisinde eğlence ve mizah öğesinin öne çıkarıldığı bilimsel deney ve bilgileri içermektedir. Programda bilimsel bilgi araç olarak kullanılırken amaçlanan bol patlamalı ve gürültülü deneyler ile izleyiciyi ekran başında tutmaktır. *Brainiac* programı fen bilimleri gibi realiteye en yakın konuları bile dramatik anlatı içerisinde çok yüzeysel bir şekilde izleyiciye sunarken *nonfiction* olma iddiasından uzaklaşmaktadır. Bunun yanında program içerisindeki *superbrainiac* bölümünde *A Haunting* programındaki *Exorcist* filmiyle kurulan metinlerarasılık gibi *Süpermen* filmiyle ilişki kurulmuştur. Bu ise yeni bir üretimin olmadığı Batı dünyasında farklı medya içeriklerinin birbirlerinin yerine geçmesinin bir örneğini oluşturmaktadır.

Doğa-gezi programları türüne ait olan *Everest: Beyond The Limit* programı biçimsel açıdan dramatik bir anlatıya sahiptir. Programda dramatik anlatı Everest dağına tırmanma aşamalarına koşut bir şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca programda dağa tırmanan farklı karakterlerdeki amatör dağcılar ile anlatı ilgi çekici hale getirilmiştir. *Everest: Beyond The Limit* programı dağcılık gibi bir *alt kültür* alanına ait bilgileri *en küçük ortak kültürü* oluşturacak şekilde izleyiciye yüzeysel olarak sunmaktadır.

Mesleklerle ilgili programlar türüne ait olan *Stuntawgs* programı dublörlerin yaşamını anlatmaktadır. Biçimsel açıdan bir televizyon filmi gibi giriş-gelişme-doruk nokta-sonuç şeklinde dramatik anlatı yapısına sahip olan program amatör dublörlerin tehlikeli bir sahneyi canlandırarak profesyonel dublörlüğe adım atmalarını konu edinmektedir. Program *Mega Builders* programında başmühendisin başarısı gibi amatör dublörün başarısı üzerine kurulmuştur. Kapitalist sistemin sunduğu yarışmacı ve mücadele dolu yaşam şeklinin içerisinde izleyicilere umut vaat eden *Stuntawgs* programı tıpkı *Mega Builders* programı gibi beyaz ekran kahramanları yaratmaktadır.

Makineler ve diğer taşıtlarla ilgili programlar türüne ait *Mean Machines* programı çeşitli alanlarda kullanılan teknolojik açıdan en gelişmiş makine ve araçları konu edinmektedir. Programda bu makine ve araçlar yarışma olgusu içerisinde Transatlantik müsabakaları adı altında dramatik anlatı içerisinde sunulmaktadır. *Mean Machines* programında ayrıca makineleri kullanan kişilerle izleyiciler arasında kurulmaya çalışılan duygusal bağlar ile bu kişiler sadece takımları adına değil kendi adlarına da yarışmaktadır. *Discovery Channel*'daki teknolojik bilimsel realiteyi konu edinen diğer yapımlar gibi *Mean Machines* programında da bu bilgilerin art alanı izleyicilere verilmemektedir. Burada teknolojik yenilikler araç konumunda bulunurken farklı marka ve modellere sahip araçların yarıştırılması öne plana çıkmaktadır. Program bu anlatı yapısı içerisinde gerçeklikle ilişkisini koparıırken bir eğlence programı haline gelmektedir.

Discovery Channel'daki programlara genel olarak bakıldığında kanalın kendisini dünyadaki bir numaralı *nonfiction* medya şirketi olarak tanımlamasına rağmen *biçimsel anlatım teknikleri* ile gösterildiği gibi tüm programların *fiction* özellikler gösterdiği görülmektedir. Bu kurmaca yapı sayesinde kanalın kendisini *factual* yayıncılık ile diğer televizyon kanallarından farklılaştırdığı yön ortadan kalkmaktadır.

Kanaldaki programların *factual* yani olgusal olanla ilişkisi de diğer sorunlu bir başlıktır. *Discovery Channel*'daki yapımlar sadece gerçek hayattaki konu ve kişileri ekrana getirmesi ile olgusal özellik göstermektedir. Ancak yapısal olarak programlar incelendiğinde bu olguların toplumsal, ekonomik ya da politik bir referans noktası yoktur. Bu ise tamamen ideolojik bir tutumdur. Çünkü olguları ideolojik kılan şey bunların toplumsalla olan bağlarıdır. Oysa kanalın programlarında bu görülmemektedir. *Discovery Channel*'daki programlarda gerçeklik deforme edilirken var olan kalıp modeller sayesinde sürekli yeni programlar üretilmektedir. Model kavramı ile *simülasyon düzeni* arasında yakın bir bağ bulunmaktadır. Simülasyon düzeninde gerçek yerini hipergerçeğe bırakmıştır. İçinde yaşanan tüketim toplumunda sistem tamamen gösterenler sistemi haline gelirken gösterilen (*yan anlam*) ise ortadan kalkmıştır. *Discovery Channel*'daki programların bir gösterilene işaret etmediği söylenebilir. Salt görünüm halini alan bu programlar *simülasyon evreninin* en üst aşamasına işaret etmektedir. Gerçeklikle ilişkilerini en alt düzeye "*sıfır derecesi*" indiren programlar kendi kendilerini yinelemektedir. Bu açıdan bakıldığında örneğin *American Chopper* programı reyting aldığı sürece sonu gelmez bir şekilde yinelenerek devam edecektir. *Simülasyon* kavramı ise tam bu noktada devreye girmektedir.

İdeolojik açıdan bakıldığında asıl ideolojinin sistemin kendisinin olduğu görülebilir. *Discovery Channel*'daki programlar kapitalist sistemi övmek ya da eleştirmek gibi bir işleve sahip değildir. Bu programların sistemin kendisini en uzun süre hayatta tutmasına hizmet ettiği söylenebilir. Kültürel ve zihinsel alanda hiçbir toplumsal yapıya referans noktası olmayan bu programlar daha çok *tüketim ideolojisi* olarak tanımlanan bir işleve sahiptir denilebilir.

Kitle iletişim araçlarına yönelik ilk dönem çalışmalarında kaynaktan verilen mesajın asıl olduğu görülmektedir. Yani içerik biçimden önce gelmektedir. Ancak günümüzde bu alanda bir *tersine çevirme* yaşanarak biçimin içeriğin önüne geçtiği görülmektedir. Bu yüzden *Discovery Channel*'daki programlarda yönetmenlerin çekim ölçeği, alıcı devinimi, ışık ve renk, mizansen ve dramatik eğri gibi biçimsel kodlarla *görsel ideolojilerini* oluşturdukları söylenebilir. Medyadaki tanıtımlarında bilgilendirmenin amaç olarak gösterildiği, belgesel gibi tanıtılan programlar bu yapıları ile ancak belgesel *simülakrı* olarak yorumlanabilir.

Discovery Channel'da bilimsel bilgi ve teknolojik yeniliklere yönelik pek çok program bulunmaktadır. Ancak bu programlar yapısal olarak incelendiğinde burada gösterilen teknolojinin *amaç* değil *araç* olduğu görülmektedir. Televizyon, arkası kesilmeksizin imaj bombardımanının sunulduğu bir yapı içerisinde bilgilenme alanında yapısal bir değişiklik gerçekleştirerek *dezenformasyon* denilen yeni bir enformasyon türü yaratmıştır. *Dezenformasyon* insanda bilgi sahibi olma illüzyonu yaratan, oysa aslında insanı bilgilenmekten uzaklaştıran enformasyon anlamına gelmektedir. Genelde televizyondaki tüm programların özelde ise *bilgilenme probleminden* yola çıkarak yayın hayatına başlayan *Discovery Channel*'daki programların izleyiciler üzerinde böyle bir etkisi olduğu söylenebilir.

Tüketim toplumu boş zaman ve çalışma zamanının ikili ayrımı ile tanımlanmaktadır. Kişiler bu toplumsal yapıda önce çalışarak boş zaman satın alırken daha sonrada bu boş zamanın içini doldurmak için mal ve hizmet satın alarak ikinci bir kez tüketimde bulunmaktadır. *Discovery Channel* sunduğu pek çok hobi programı ile bu alanın işlemesine hizmet etmektedir. Tüketimin gerçekleştiği gündelik hayat günümüzde ideolojinin işlediği alandır. *Discovery Channel* hem kendisi hem de sunduğu programlar ile gündelik hayatın içinde bir *yaşam biçiminin* “*life style*” örneği olmaktadır. Ancak burada göz ardı edilmemesi gereken nokta bu *yaşam biçiminin* gazete, dergi, reklam ve televizyon kanalları gibi toplam bir medya endüstrisinin ürünü olduğudur. *Discovery Channel* bu medyaların öne çıkanlarından biridir. Bu bilgileri çalışmanın giriş bölümünde değinilen *Alan Araştırması* kapsamında yapılması düşünülen anket çalışmasında farklı uzmanlık dallarında çalışan kişilerle yapılan görüşmelerde doğrulanmıştır. Görüşülen doktor ve

mühendislerin, *Discovery Channel* ve benzeri televizyon kanallarını yemek yedikleri, boş zamanlarını geçirdikleri mekânlar gibi toplam bir *yaşam biçiminin* parçası olarak kabul ettikleri görülmüştür. Bir kimlik edinme aracı olarak kabul edilen kanalın bu durumunu AGB Nielsen Media Research verilerine göre en yüksek reyting oranını A/B gelir grubundaki izleyicilerden alması ve Araştırmacılar Derneğinin önderliğinde gerçekleştirilen *Sosyo Ekonomik Statü (SES)* araştırma projesi de desteklemiştir.

Discovery Channel'ın yayın ideolojisinin saptanmasına yönelik yapılan bu çalışmada değinilmesi gereken bir diğer nokta bu kanaldaki programların Batılı ülkelerde ve diğer ülkelerde farklı anlamlara sahip olabileceğidir. Kanalda kurmaca ya da eğlence yönü ağır basan *A Haunting, Stunt Dawgs, Everest: Beyond The Limit* ve *Brainiac* gibi programlar tüm izleyiciler için ekran başında keyifli vakit geçirmeye yönelik yapımlar olarak yorumlanabilir. Ancak *American Chopper, Mega Builders, Mean Machines* gibi hobi pazarına hitap eden ya da bilimsel teknolojik yenilikleri sunma iddiasındaki yapımların Batılı ve diğer ülkelerde farklı anlamlara gelebileceği söylenebilir. Batılı ülkeler için bu hobi programları ve bilimsel teknik yenilikler gündelik hayatın bir parçası iken diğer ülkelerde tüketim toplumunun Batılı anlamda var olmaması ve bilimsel teknik yeniliklerden görece uzak kalınması nedeniyle içinde yaşanılması arzu edilen bir yaşam şeklinin parçaları olarak görülebilir.

Discovery Channel'daki programların inceleme yönteminin *Karşılaştırmalı Biçimsel Anlatım Teknikleri* ve *Yapısal Çözümleme* olarak belirlenmesi sonucunda görüldüğü gibi *Nitel İçerik Analizi* yöntemine göre çok daha farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Seçilen bu yöntemler ile Batı kökenli bir televizyon kanalının ideolojik duruşu bir yandan araştırma nesnesine en az müdahale edilerek saptanmaya çalışılırken bir yandan ise kanalın içinde yer aldığı evrenin yani Batı dünyasının günümüzde içinde bulunduğu toplumsal ve kültürel durum en objektif şekilde yansıtılmıştır.

EKLER

EK 1. GRAFİKLER

A HAUNTING PROGRAMI

SEASON II 15. DARK FOREST

Bu bölümdeki toplam çekim sayısı: 414

Çözömlenen bölüm süresi: 56 dakika 13 saniye

Bu bölümde kullanılan çekim ölçeklerinin oranı:

Genel çekim: % 10,62

Diz çekim: % 2,89

Toplu çekim: % 9,90

Bel çekim: % 6,03

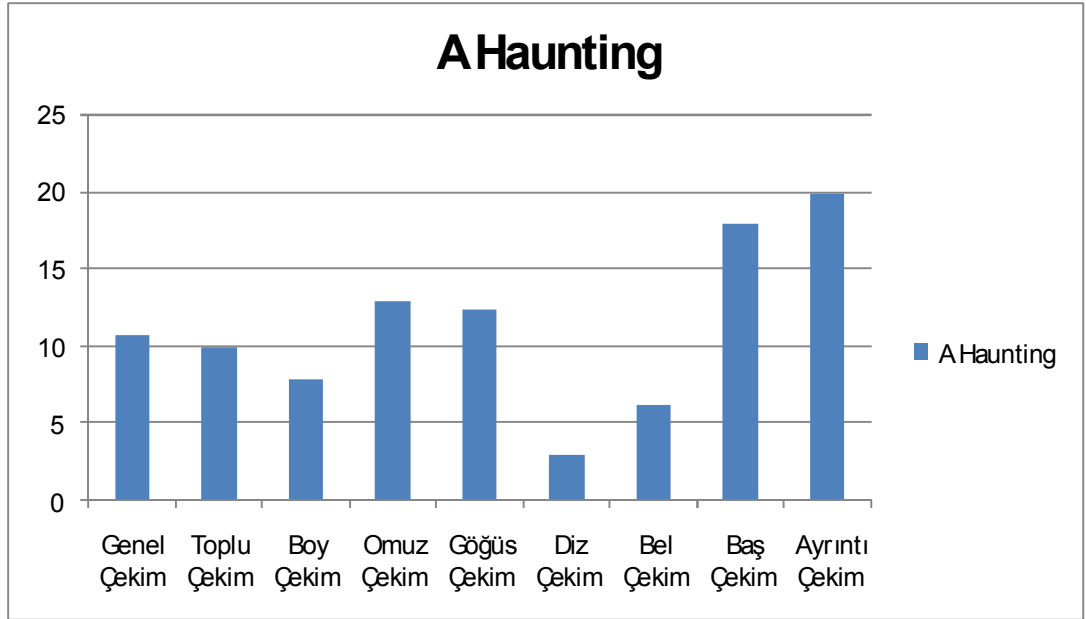
Boy çekim: % 7,72

Baş çekim: % 17,87

Omuz çekim: % 12,80

Ayrıntı çekim: % 19,80

Göğüs çekim: % 12,31



Grafik 1: A Haunting Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Farklı açı kullanımı:

Üst açı: % 20,28

Alt açı: % 11,83

Alıcı devingenliği: % 34,05

AMERICAN CHOPPER PROGRAMI

LINCOLN BIKE PART 1

Bu bölümdeki toplam çekim sayısı: 491

Çözömlenen bölüm süresi: 57 dakika 24 saniye

Bu bölümde kullanılan çekim ölçeklerinin oranı:

Genel çekim: % 5,70

Diz Çekim: % 4,68

Toplu çekim: % 10,38

Bel çekim: % 14,46

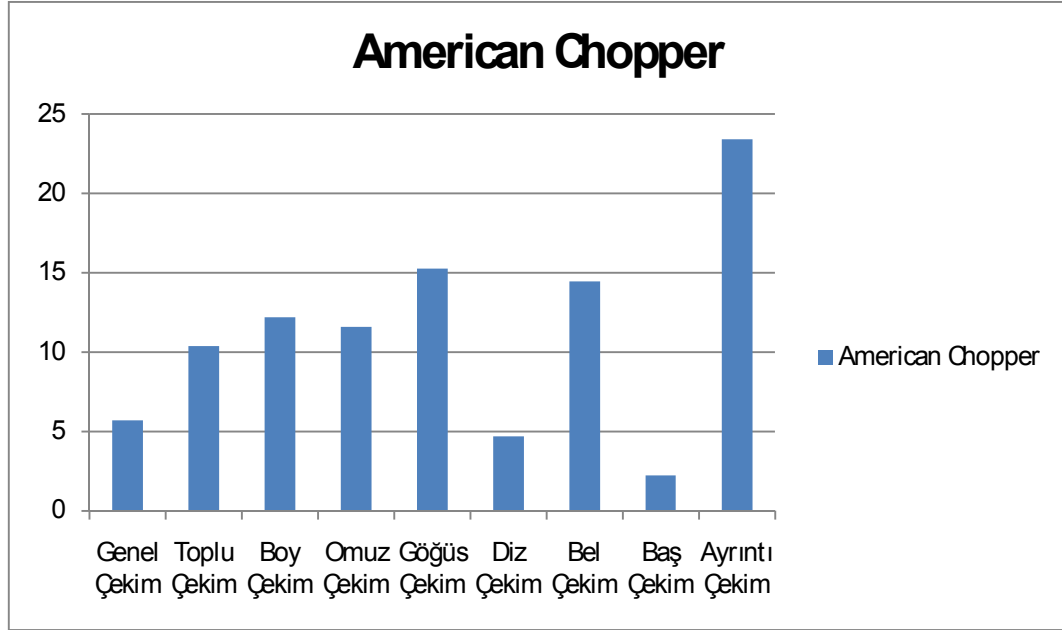
Boy çekim: % 12,21

Baş çekim: % 2,24

Omuz çekim: % 11,60

Ayrıntı çekim: % 23,42

Göğüs çekim: % 15,27



Grafik 2: American Chopper Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Farklı açı kullanımı:

Üst açı: % 12,83

Alt açı: % 4,48

Alıcı devingenliği: % 39,51

MEGA BUILDERS PROGRAMI BRIDGE

THE BIG LIFT: STONECUTTERS

Bu bölümdeki toplam çekim sayısı: 635

Çözümlenen bölüm süresi: 52 dakika 34 saniye

Bu bölümde kullanılan çekim ölçeklerinin oranı:

Genel çekim: % 25,82

Diz çekim: % 2,67

Toplu çekim: % 13,85

Bel çekim: % 7,87

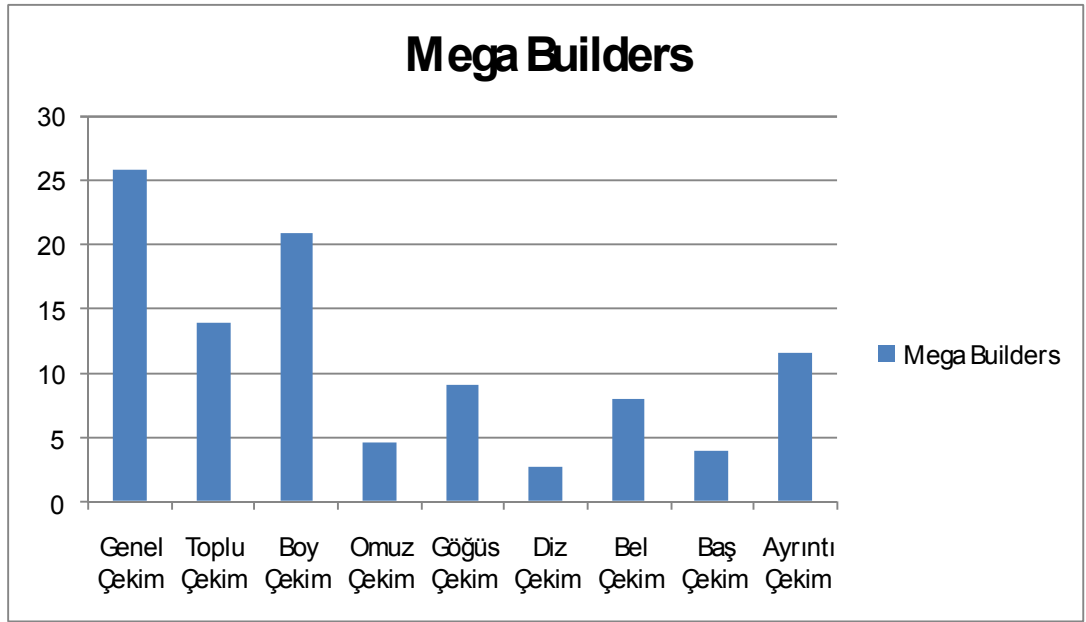
Boy çekim: % 20,78

Baş çekim: % 3,93

Omuz çekim: % 4,56

Ayrıntı çekim: % 11,49

Göğüs çekim: % 8,97



Grafik 3: Mega Builders Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Farklı açı kullanımı:

Üst açı: % 16,06

Alt açı: % 19,05

Alıcı devingenliği: % 18,89

BRAINIAC PROGRAMI

PART 8

Bu bölümdeki toplam çekim sayısı: 588

Çözömlenen bölüm süresi: 51 dakika 35 saniye

Bu bölümde kullanılan çekim ölçeklerinin oranı:

Genel çekim: % 7,14

Diz çekim: % 3,74

Toplu çekim: % 15,47

Bel çekim: % 13,60

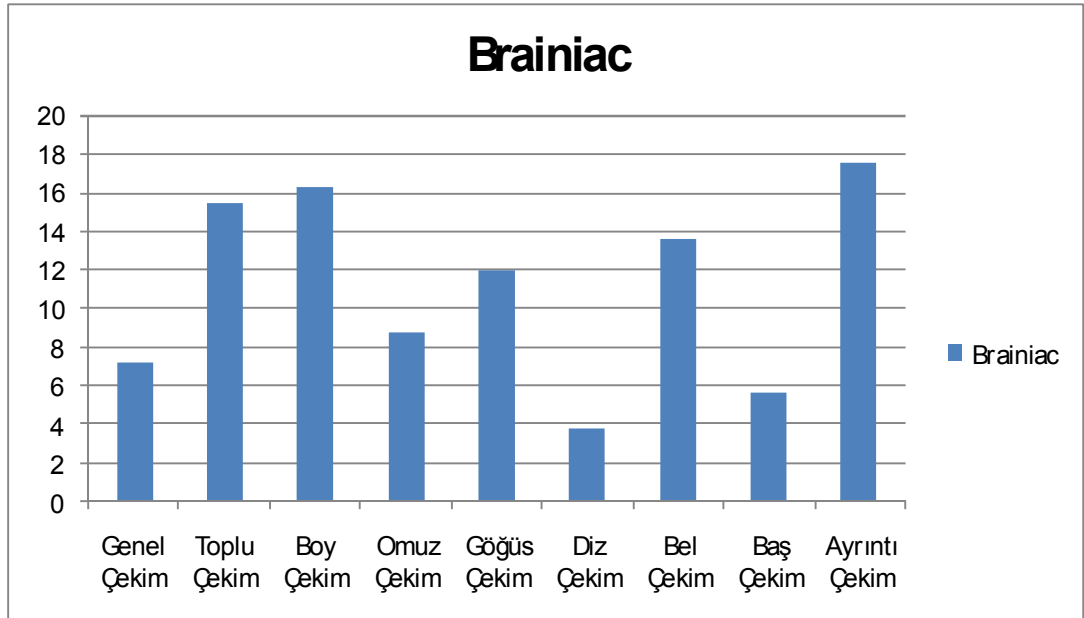
Boy çekim: % 16,32

Baş çekim: % 5,61

Omuz çekim: % 8,67

Ayrıntı çekim: % 17,51

Göğüs çekim: % 11,90



Grafik 4: Brainiac Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Farklı açı kullanımı:

Üst açı: % 10,54

Alt açı: % 6,97

Alıcı devingenliği: % 12,92

EVEREST: BEYOND THE LIMIT PROGRAMI

ON THE ROPES

Bu bölümdeki toplam çekim sayısı: 561

Çözömlenen bölüm süresi: 55 dakika 21 saniye

Bu bölümde kullanılan çekim ölçeklerinin oranı:

Genel çekim: % 20,14

Diz çekim: % 3,20

Toplu çekim: % 10,69

Bel çekim: % 9,09

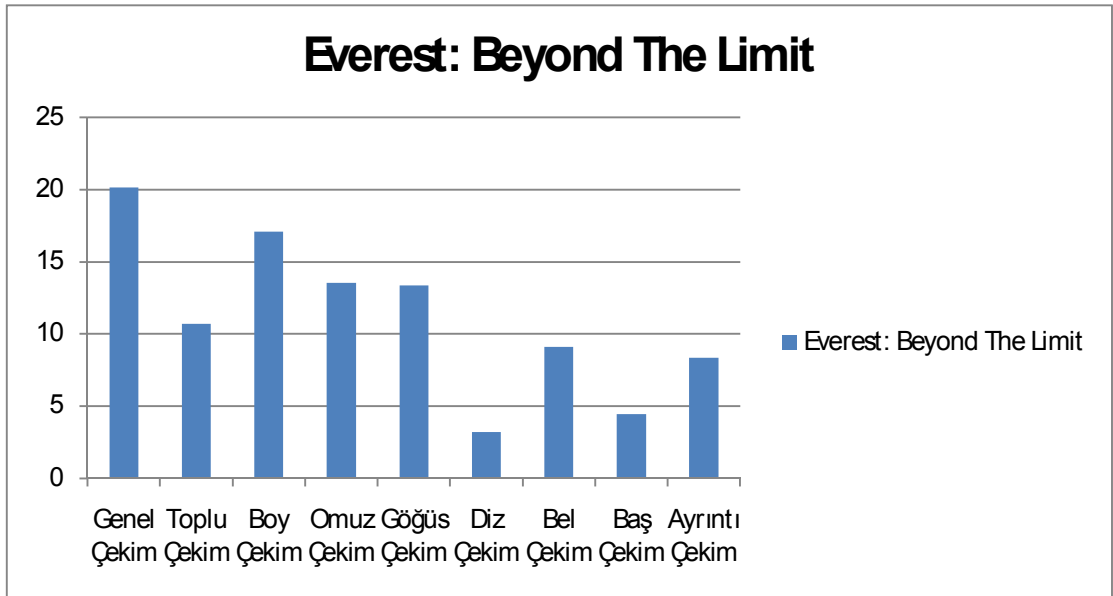
Boy çekim: % 17,11

Baş çekim: % 4,45

Omuz çekim: % 13,54

Ayrıntı çekim: % 8,37

Göğüs çekim: % 13,36



Grafik 5: Everest: Beyond The Limit Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Farklı açı kullanımı:

Üst açı: % 11,94

Alt açı: % 16,57

Alıcı devingenliği: % 11,76

STUNTDAGGS PROGRAMI

PART 12

Bu bölümdeki toplam çekim sayısı: 284

Çözümlenen bölüm süresi: 26 dakika 08 saniye

Bu bölümde kullanılan çekim ölçeklerinin oranı:

Genel çekim: % 3,16

Diz çekim: % 2,11

Toplu çekim: % 12,32

Bel çekim: % 10,56

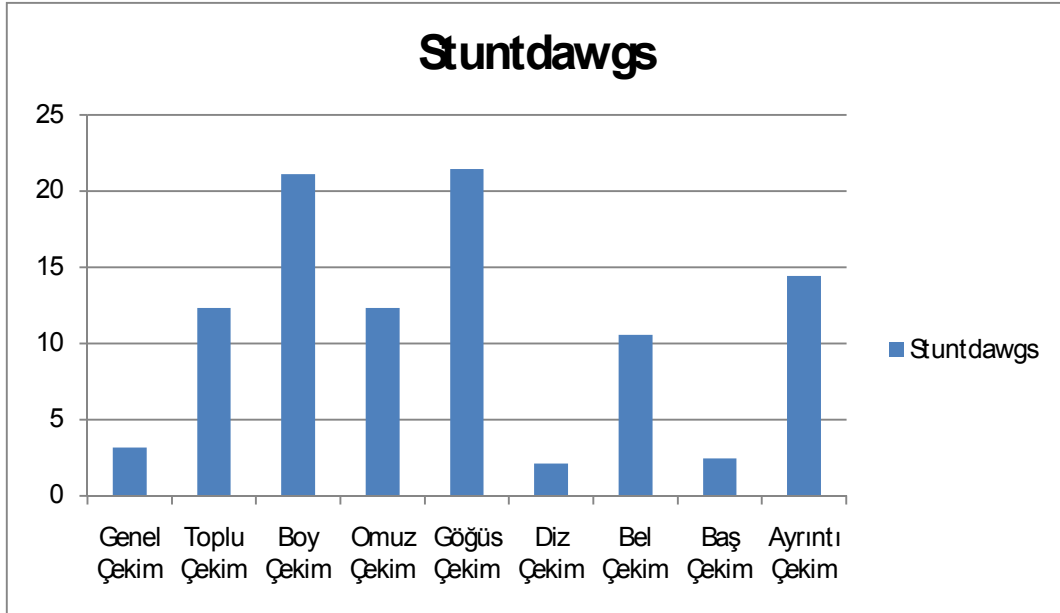
Boy çekim: % 21,12

Baş çekim: % 2,46

Omuz çekim: % 12,32

Ayrıntı çekim: % 14,43

Göğüs çekim: % 21,47



Grafik 6: Stuntdawgs Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Farklı açı kullanımı:

Üst açı: % 7,39

Alt açı: % 7,04

Alıcı devingenliği: % 19,71

MEAN MACHINES PROGRAMI THE TRANSATLANTIC CHALLENGE: FORWARDERS

Bu bölümdeki toplam çekim sayısı: 340

Çözümlenen bölüm süresi: 24 dakika 01 saniye

Bu bölümde kullanılan çekim ölçeklerinin oranı:

Genel çekim: % 15

Diz çekim: % 0,58

Toplu çekim: % 12,05

Bel çekim: % 6,17

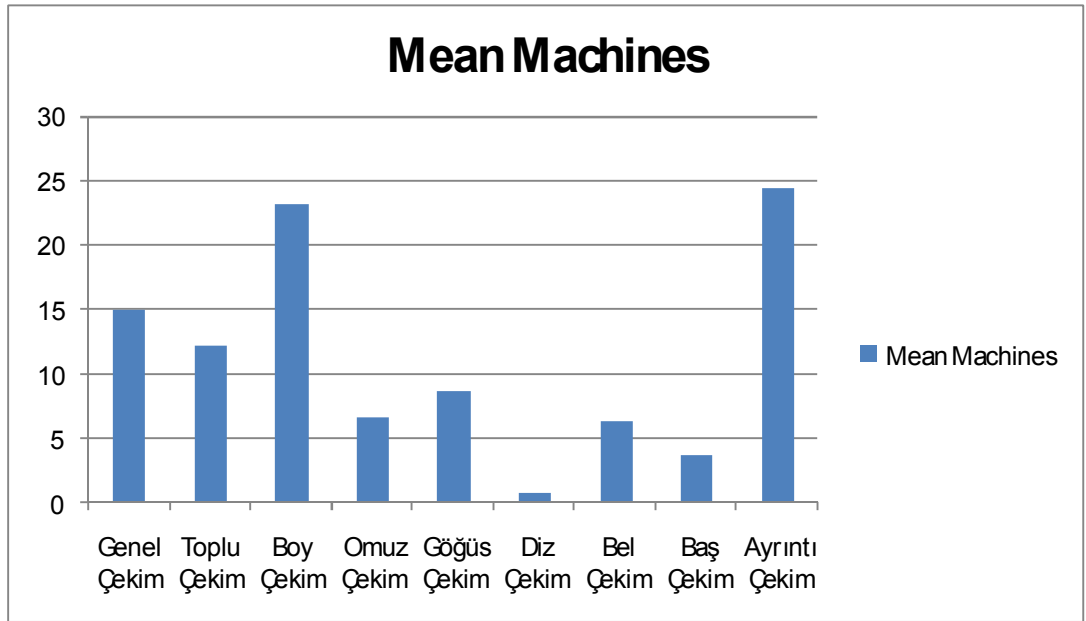
Boy çekim: % 23,23

Baş çekim: % 3,52

Omuz çekim: % 6,47

Ayrıntı çekim: % 24,41

Göğüs çekim: % 8,52



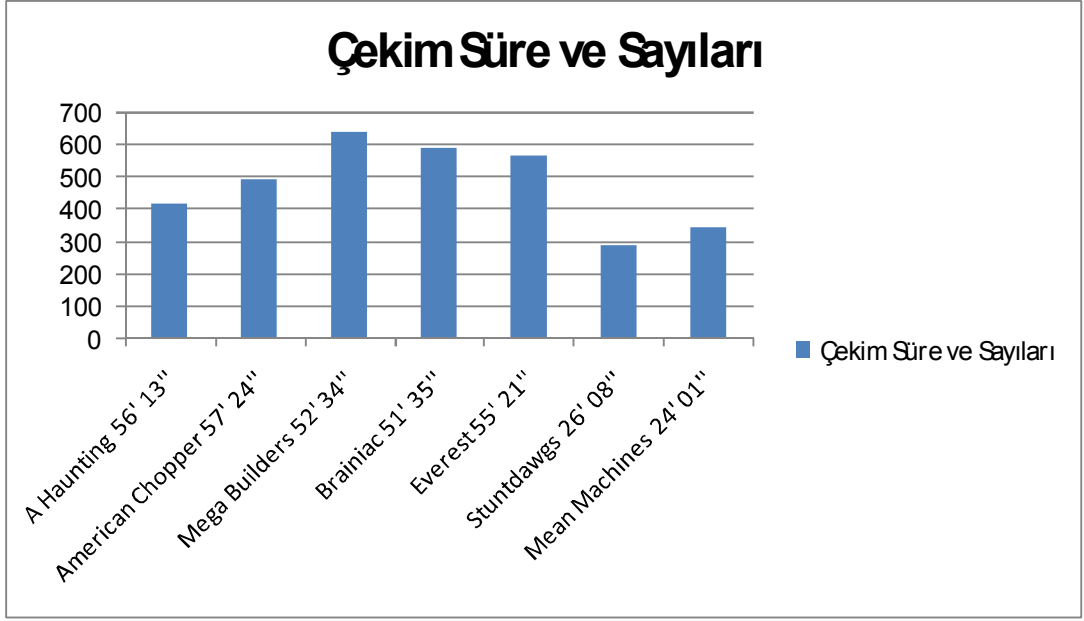
Grafik 7: Mean Machines Programının Çekim Ölçekleri Oranı

Farklı açı kullanımı:

Üst açı: % 7,94

Alt açı: % 15,88

Alıcı devingenliği: % 14,70



Grafik 8: Programların Çekim Süre ve Sayıları

A Haunting: 414

Everest: Beyond The Limit: 561

American Chopper: 491

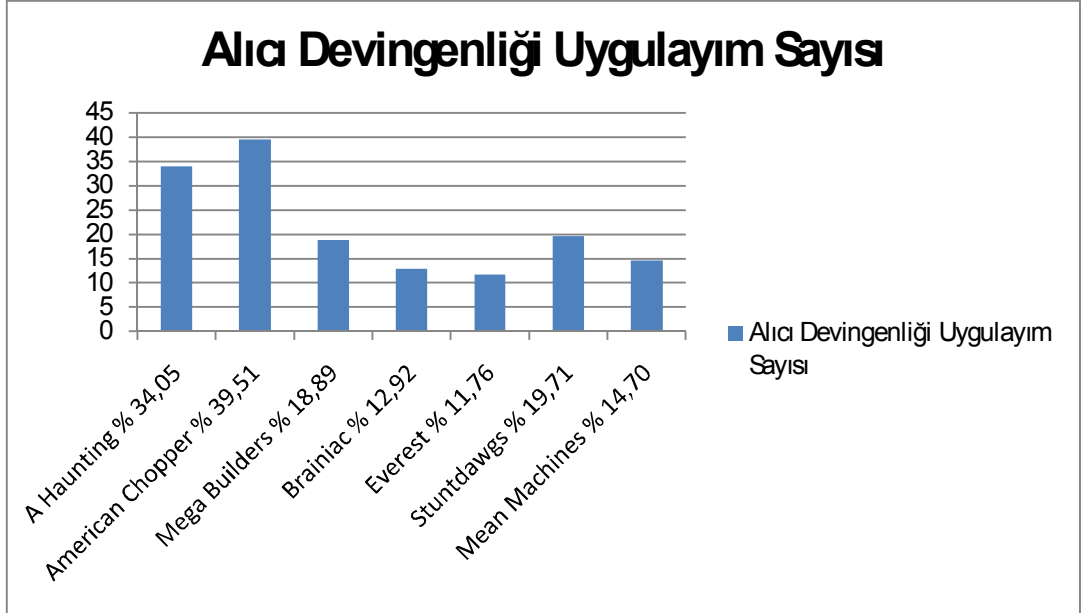
Stuntdawgs: 284

Mega Builders: 635

Mean Machines: 340

Brainiac: 588

Toplam Çekim Sayısı: 3313



Grafik 9: Programların Alıcı Devingenliği Uygulayım Sayısı

EK 2. TABLOLAR

Tablo 1: Televizyon Anlatımında Çekim Ölçekleri ve Alıcı Devinimlerinin Göstergebilimsel Anlamı*

| GÖSTEREN | TANIM | GÖSTERİLEN |
|-----------------|---------------------------------------|----------------------|
| Yakın çekim | Yalnızca Yüz | Samimiyet |
| Orta çekim | Vücudun büyük bölümü | Kişisel İlişki |
| Genel çekim | Dekor ve karakter | İçerik, uzay, uzam |
| Toplu çekim | Kişinin bütün vücudu | Sosyal İlişki |
| Aşağı çevrinme | Kamera aşağı bakar | Güç, otorite |
| Yukarı çevrinme | Kamera yukarı bakar | Küçüklük, zayıflık |
| Zoom-in | Kamera içeri yaklaşır | Araştırma, odaklanma |
| Açılma | Boş ekranda görüntü ortaya çıkar | Başlangıç |
| Kararma | Ekran kararır | Son |
| Kesme | Bir görüntüden diğer görüntüye geçmek | Anındalık, heyecan |
| Silme | Görüntü ekrandan silinir | Empoze edilmiş sonuç |

* Arthur Asa Berger, **Semiotics and Tv** adlı makalesi, Richard P. Adler, **Understanding Television**, Prager Publishers, New York, 1981, 110 s. Aktaran: Taranç, R. , a. g. e. , 216 s.

Tablo 2: Programlarda Kullanılan Teknikler

| | Işık | İllüstrasyon | 3d grafik/ Animasyon | Hız Efektleri “Time Lapse” | Filtre | Efekt | Röportaj | Dış Ses | Sunucu |
|---------------------|------------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------------------|--------|-------|----------|------------|--------|
| A Haunting | Yapay | Yok | Yok | Yok | Var | Var | Var | Var | Yok |
| American Chopper | Doğal ve Dört Nokta | Yok | Yok | Yok | Yok | Var | Var | Var | Yok |
| Mega Builders | Doğal | Var | Var | Var | Yok | Var | Var | Var | Yok |
| Brainiac | Doğal ve Dört Nokta | Var | Var | Var | Yok | Var | Yok | Var | Var |
| Everest | Doğal | Yok | Var | Var | Var | Var | Var | Var | Yok |
| Stuntdawgs | Yapay ve Dört Nokta | Yok | Var | Var | Var | Var | Var | Yok | Yok |
| Mean Machines | Doğal | Yok | Var | Var | Yok | Var | Var | Var | Yok |

Tablo 3: Programların Anlatım Şekilleri

| | Dış/İç Mekân | Özel Dekor | Özel Kıyafet Simge Obje | Karakter | Düz "Lineer" Kurgu | Paralel Kurgu | Geçiş | Bakış Açısı | Hatlar |
|---------------------|------------------|---------------|----------------------------------|----------|--------------------------|------------------|-------|----------------|---------------|
| A Haunting | Her ikisi | Var | Var | Var | Var | Yok | Kesme | Öznel | Dikey Eğik |
| American Chopper | Çoğunlukla İç | Yok | Var | Var | Var | Yok | Kesme | Nesnel | Dikey |
| Mega Builders | Dış | Yok | Yok | Var | Var | Yok | Kesme | Nesnel | Dikey |
| Brainiac | Her ikisi | Var | Var | Var | Var | Yok | Kesme | Nesnel | Dikey |
| Everest | Dış | Yok | Var | Var | Yok | Var | Kesme | Nesnel | Dikey Eğik |
| Stuntdawgs | Çoğunlukla İç | Yok | Var | Var | Var | Yok | Kesme | Nesnel | Dikey |
| Mean Machines | Dış | Yok | Var | Var | Var | Yok | Kesme | Nesnel | Dikey Eğik |

Tablo 4: Programların Olay Gelişimine Göre Bölüm Dramatik Akışı

| | |
|-------------------------|--|
| A Haunting | Jenerik- Giriş- Gelişme- Doruk Nokta- Sonuç- Jenerik |
| American Chopper | Jenerik- Çalışma Günlerine Göre Dramatik Akış- Jenerik |
| Mega Builders | Ön Giriş- Jenerik- Part1- Part2- Part3- Jenerik |
| Brainiac | Ön Giriş- Jenerik- 14 Rutin ve Haftanın Deneyleri- Jenerik |
| Everest | Ön Giriş- Jenerik- Part1- Part2- Part3- Jenerik |
| Stuntdawgs | Ön Giriş- Jenerik- Giriş- Gelişme- Doruk Nokta- Sonuç- Jenerik |
| Mean Machines | Jenerik- Part1- Part2- Part3-Part4-Part5- Jenerik |

A Haunting Programı: New Dominion Pictures - ABD

American Chopper Programı: Pilgrim Films - ABD

Mega Builders Programı: Barna Alper - Kanada

Brainiac Programı: Granada International - İngiltere

Everest: Beyond The Limit Programı: Tigress Productions - İngiltere

Stuntdawgs Programı: Omni Film - Kanada

Mean Machines Programı: Discovery Canada CTV Media – Kanada

EK 3. KONU-JENERİK ÖZETLERİ VE YAPIMCI FİRMA BİLGİLERİ

1) A Haunting Programı



Konu: Programın ele alınan bölümünde

Clara ve ailesi New York'tan kırsal bir bölge olan Hinsdale taşınır. Yeni taşındıkları evde bir süre sonra garip sesler ve olaylar yaşamaya başlarlar. Benzer olaylar evin yakınındaki ormanlık alanda da aile üyelerinin başına gelmeye devam edince Clara Peder'e başvurur. Peder evde hayaletlerin olabileceğini söyler ve bir takım ritüeller düzenleyerek sorunu çözmeye çalışmasına rağmen bir sonuca ulaşamaz. Daha sonra Peder evdeki bu durumu çözebilmek için bir medyumla birlikte eve geri döner. Clara ve ailesini bu rahatsız edici durumdan kurtarmak için çabalamalarına rağmen sorun çözülemez ve Clara ailesini de yanına alarak kente geri döner.

Jenerik:

Anlatıcı: Tim Hardy

Yapımcı: Joseph Maddrey

Yazar: Allison Erkelens

Yapım: New Dominion Pictures

Yönetmen: David Haycox

New Dominion Pictures: Şirket 15 yıldan uzun bir süredir daha çok dinamik özelliğe sahip factual programlar yapmaktadır. Bünyesinde pek çok yazar, yönetmen ve yapım ekibi bulunan şirketin program içerikleri heyecan verici, korkutucu, gerçek olaylara dayalı dramatik belgeseller ve dramalardır. Şirket Discovery Channel'da yayımlanan FBI Files dizisi ile 14 tane ödül almıştır. Şirketin hazırladığı programların pek çoğunda documentary ve dramatic reenactment ifadesi kullanılmaktadır. İngilizcede reenactment yeniden sahneye koyma anlamına gelmektedir. Bu da A

Haunting gibi programlarda reel kişilerin yaşadıklarının dramatik bir anlatım içinde sunumu anlamına gelmektedir. Şirket özellikle polisiye, bulgu bilim ve paranormal konularda uzmanlaşmıştır. Yapımlarını da daha çok bu tür programlar içermektedir. Bunlara örnek olarak *Indycar Racer*, *Burled Secrets*, *Critical Rescue*, *Interpol Investigates* programları verilebilir.¹¹³

2) American Chopper Programı



Konu: American Chopper programı motosiklet yapımı ile uğraşan Teutel ailesini konu almaktadır. Programın ele alınan bölümünde aile üyeleri Ford fabrikasını gezmektedir. Amaçları yaptıkları motosikletler için ilham almak ve fabrikadaki çalışma şeklini izlemektir. Aile ünlü Amerikan kamyoneti Lincoln'den esinlenerek bir motosiklet yapmayı planlamaktadır. Teutel'lar fabrika gezisi sonrası atölyelerine dönerler ve motosiklet üstünde çalışmaya başlarlar.

Jenerik:

Anlatıcı: Mark Wingett

Kamera: Joe Christofori, Steve Purcell

Kurgu: AG Bealer, Patrick Murphy

Yapımcı: Craig Piligian

Müzik: David Vanacore

Yapım: Pilgrim Films & Television

¹¹³ <http://www.newdominion.com/index.asp?id=92>

Pilgrim Films & Television: Şirket 1997’de Craig Pilligian tarafından kurulmuştur. Kariyerine 1991’de senaryosuz *Emergency Call* ve *Real Stories of the Highway Patrol* adlı programlarla başlayan Piligian 625’den fazla bölüm hazırlamıştır. Pilgrim şirketi (PFTV) Discovery Channel için pek çok belgesel özelliğinde program yapmıştır. Şirket *CIA Files*, *CIA Magic*, *CIA Secrets* adlı yüksek oranda izlenme oranına sahip programlardan sonra 2003 yılında Discovery Channel’in büyük bir izleyici oranı yakaladığı *American Chopper* programını yapmaya başlamıştır. Yine Discovery Channel için 2004 yılında *American Hot Rod* ve *American Casino* programlarını hazırlayan şirketin diğer programları arasında *The Ultimate Fighter*, *Dirty Jobs* ve *Ghost Hunters* gibi programlar yer almaktadır. Craig Pilligian, CBS televizyonunda 55 milyon izleyiciye ulaşan ünlü *Survivor* programının da yardımcı yapımcısıdır. Program Malezya’da Borneo ormanlarında ve tropik bir adada çekilmiştir. Program yakaladığı izlenme oranıyla daha sonra *Survivor II* ve *III* adı altında yeniden çekilmiştir.¹¹⁴

3) Mega Builders Programı



Konu: Mega Builders programı mühendislik alanındaki en ilgi çekici ve meydan okuyucu projeleri konu almaktadır. Projelerin kendi alanlarında tarih yazdığı söylenebilir. Bu inşaatlarda büyük zorluklar içinde çalışan gerçek karakterler projenin bitiş günü geçse dahi azimle çalışıp olanaksız başarıyı denemektedir. Programın bu bölümünün konusu 2009 yılında

¹¹⁴ <http://www.pilgrim-films.com/company.html>

tamamlandığında Dünyanın en uzun ikinci kablolu köprüsü olacak Hong Kong Stonecutters köprüsünün yapım hikâyesidir.

Jenerik:

Anlatıcı: Guy Grison

Yapımcı: Wendy Trueman

Müzik: Lou Pomanti

Yönetmen: Sylvie de Bellefeuille

Kurgu: Eric Gold

Yapım: Barna – Alper Productions

Barna–Alper Productions: Şirket Kanada'nın önde gelen bağımsız yapım şirketlerinden biridir. 2005 yılında 25. Yılı'nı kutlayan şirket drama ve belgesel alanında pek çok ödüllü yapıma imza atmıştır. Şirket drama alanında kendi alanlarındaki en iyi senaryo yazarları ve yönetmenler ile çalışarak ilgi çekici dramalar, komedi dizileri ve eğlence içerikli televizyon dizileri hazırlamıştır. Bu programlara örnek olarak *G-spot*, *October 1970*, *Da Vinci's City Hall*, *Whiskey Echo*, *Show Me Yours* verilebilir. Şirket drama dışında belgesel olarak da pek çok kışkırtıcı, sosyal konularda aydınlatıcı ve haberdar edici program hazırlamıştır. Bu programların konusu sağlık, bilim, mühendislik ve tarih gibi konuları kapsamaktadır. Bu programlara örnek olarak *Dark Years*, *Driving Dreams*, *Mega Builders*, *The Bombers Dream*, *The Face of Victory*, *The Build a Nation* verilebilir.¹¹⁵

4) Brainiac Programı



Konu: İngiliz yapımı olan program her hafta rutinleşen 14 bölümü ve haftanın deneylerinden oluşmaktadır. Bilimsel mitlerin ve efsanelerin

¹¹⁵ <http://www.bap.ca/index.html>

gerçekliğini araştıran programda öne çıkan tema eğlence olup, daha çok mizah içerikli ve erotizm sosu eklenmiş deneyler yapılmaktadır.

Jenerik:

Sunucular: Vic Reeves, Jon Tickle, Charlotte Hudson

Anlatıcı: Peter Dickson

Müzik: Grant Buckerfield, J Neil Sidwell

Kurgu: Jake Attwell

Yapımcı ve Yönetmenler: Matthew Ainsworth, Jake Cardew, Mark Carter

Yapım: Granada International

Granada International: Şirket Avrupa'nın en önde gelen yapım şirketi ve dağıtımcılarından biridir. Granada International, İngiltere'deki en büyük ve başarılı medya şirketlerinden biri olan ITV'nin bir bölümüdür. Her yıl 1600 saatten fazla orijinal program yapan ITV farklı türlerde programlara sahiptir. Bu programlar drama, eğlence, factual ve life style gibi konuları kapsamaktadır. ITV aynı zamanda BBC, Chanel 4, Sky, Animal Planet, Discovery, National Geographic and Challenge kanallarına pek çok program yapmıştır. Şirketin eğlence içerikli programlarına *Ant&Dec's Saturday Night, Take Away, Dancing On Ice, Brainiac, Dirty Dancing* örnek verilebilir. Bunun dışında şirket drama alanında *Doctor Zhivago, Hornblower, Sharpe Jesus of Nazareth and The Jewel in the Crown*; komedi alanında *Cold Feet*; factual eğlence programı olarak *Hell's Kitchen USA, Nanny 911, Brainiac Science, Abuse and History Abuse, 60 Minute Makeover* ve *Monster Garage* gibi pek çok yapıma sahiptir.¹¹⁶

¹¹⁶ <http://www.int.granadamedia.com/sf/asp/content/index.asp>

5) Everest: Beyond The Limit Programı



Konu: Discovery Channel 2006 yılında Russell

Brice önderliğinde Everest'e tırmanan bir grup dağcının serüveni ekrana getirmiştir. Bu yapım çok ilgi görünce Brice yeni bir ekip kurarak 2007 yılında Everest'e benzer bir tırmanış daha düzenlemiştir. Brice'in ekibi birbirinden çok farklı renkli kişilerden oluşmaktadır. Everest'e tırmanan en yaşlı dağcı olmayı hedefleyen 71 yaşındaki Japon Katsusuke Yanagisawa, İkinci tırmanışını yapan Danimarkalı astım hastası Mogens Jensen, Hollywood'dan motosiklet tutkunu Tim Medwetz ve Los Angeles'lı ekibin tek kadın üyesi Betsy Huelskamp gibi. Grup üyeleri büyük bedensel ve ruhsal mücadeleler vererek zirveye tırmanmayı amaçlamaktadır.

Jenerik:

Anlatıcı: Bill Petre

Kamera: Matt Green, Barrie Fuster

Kurgu: Mike Denny

Yapımcı: Edmund Wardle

Müzik: Rob David, Dan Delor

Yapım: Tigress Productions

Tigress Productions: İngiliz kökenli yapım şirketi macera, vahşi doğa, bilim ve belgesel konularında programlar üretmektedir. Tigress Productions, Britanya'daki en büyük ve en çok bilinen factual program yapımcısıdır. Aynı zamanda İngiltere'de ve uluslararası düzeyde en büyük televizyon yayıncılarından biridir. Alanında en önemli sunucular ve Hollywood yıldızları ile de çalışan şirket 8 bölümlük *In the Wild* adlı vahşi hayat problemlerini anlattığı dizi ile ödüller almıştır. Bu seri Channel Five, BBC ve Animal Planette yayınlanmış olup Julia Roberts, Robin Williams, Meg

Ryan, Ewan McGregor, Anthony Hopkins ve Bob Hoskins ile çalışılmıştır. Ünlü kişiler her bölümde orangutan, balina, aslan, panda, çita, kaplan gibi hayvanların vahşi yaşam koşullarının tehlike altında olduğunu çizmiş ve bu hayvanları korumak için yapılanlar ekrana getirilmiştir. Yapım şirketi ayrıca *Austin Stevens' Adventures*, *Jaguar Adventure With Nigel Marven*, *Journey of Man*, *The Real King and Queen*, *Sink the Tirpitz*, *The Half Woman*, *Dogs That Changed the World*, *Born Different* gibi macera, antropoloji, tarih ve bilim konularında pek çok yapıma imza atmıştır.¹¹⁷

6) Stuntdawgs Programı



Konu: Bu program Arnold Schwarzenegger'in dublörü olan Peter Kent tarafından hazırlanmaktadır. Kent daha önce *Predator*, *Terminator 2*, *Eraser*, *True Lies*, *Last Action Hero* ve daha birçok filmde Schwarzenegger'in dublörü olarak rol almıştır. Stuntdawgs programında yüksekte atlama, alevlerin arasından çıkma, hareketli araçların üstünden atlama gibi her hafta bir başka dublörlük becerisi sergilenmektedir. Amaç, bu dizi ile bazı dublörlük hilelerinin nasıl yapıldığının ve bu mesleğe hayatını vermiş kişilerin yaşantılarının gösterilmesidir. Programın ele alınan bölümünde acemi dublör Kory Grim'in bir yanma sahnesini başararak mesleğinde profesyonel dublörlüğe adım atması izlenmektedir.

Jenerik:

Kamera: Peter Williams, Jean Ballargeon, Don Webber

Müzik: Keith Henderson, Jeff Henschel

Dublör Danışmanı: Gavin Buhr

¹¹⁷ <http://www.tigressproductions.co.uk/index.asp>

Yazan ve Yöneten: Kelly McClughan

Yapımcı: Gabriela Schonbach

Yapım: Omni Film Productions Ltd

Omni Film Productions Ltd: Kanada'nın önde gelen televizyon ve film yapım şirketlerinden biridir. Yerel ve uluslararası pazar için drama, factual, lifestyle dizileri, belgeseller ve çocuk programları geliştirmektedir. Water Street Pictures ve Water Street Releasing adlı iki kardeş şirketiyle birlikte Omni film, film, televizyon prodüksiyonları ve dağıtım ağı ile büyümesini devam ettirmektedir. Şirket halen 30'un üstünde proje üstünde çalışmaktadır. Bunun içinde drama ve komedi dizileri, factual ve belgesel yapımlar yer almaktadır. Aynı zamanda yeni teknolojilere ayak uydurmak için çabalayan şirket HD *High Definition* alanında yatırımlar yapmaktadır. 29. Yılıni kutlayan şirket hazırladığı programlar ile pek çok ödül almıştır. Ödül alan dizilerinden biri CBC de 2000 yılından itibaren 5 sezon yayınlanan *Edgemont* dizisidir. Omni film, Discovery Channel, Discovery Health, Travel Channel, Animal Planet, CTV, The History Channel, ELT, Bravo ve Fine Living gibi bağımsız yayıncılar ile birlikte çalışmaktadır. Şirketin hazırladığı farklı türlerden bazı programlar şunlardır. Drama alanında *Robson Arms*, *Dragon Boys*, *Edgemont Season I-V*; factual belgesel alanında *System Crash*, *Stuntdawgs*, *Make Some Noise*; lifestyle alanında *Word Travels*, *Smart Cookies*, *Pure Design*, *Namaste*, *Shimmy*, *Healthy Home Season I-III*, *Quiet Mind*.¹¹⁸

7) Mean Machines Programı



Konu: Programda her hafta Amerika ve Avrupa'dan birer araç takımı yarışırılmaktadır. Yarıştırılan araçlar motosikletten

¹¹⁸ <http://www.omnifilm.com/>

kamyona, polis arabalarından itfaiye araçlarına ve jeeplere kadar farklı türden araçlardır. Yarışmalar her makinenin çekiş gücü, hızı, ağırlık kaldırma kapasitesi gibi teknik üstünlükleri üzerinden yapılmaktadır. Ekipler kıyasıya bir mücadele içine girmekte ve bölüm sonunda her haftanın kazananı belli olmaktadır. Ele alınan bölümde Kanada'ya ait Tigercat ve Finlandiya'ya ait Ponsse marka yük taşıyıcılar yarışdırılmaktadır.

Jenerik:

Anlatıcı: Karl Jenkinson

Yazar ve Yönetmen: Stavros Stavrides

Kurgu: James R. D. Scott

Yapımcı: David W. Brady, Alan Clements

Müzik: Adam Harvey

Yapım: Discovery Kanada CTV Media

Discovery Kanada CTV Media: CTV, Kanadanın en büyük özel yayıncısıdır. Haber, spor, bilgi ve eğlence içerikli programlar yapmaktadır. CTV globemedia, Kanada'da CTV, The Globe and Mail, radyo istasyonu, Maple Leaf Entertainment Ltd ve Dome Productions şirketlerine sahip bir medya şirkettir.¹¹⁹ Discovery Kanada, *Deadliest Catch*, *Mythbusters*, gibi Discovery Channel'in en çok izlenen programlarının yapımcısıdır.

¹¹⁹ <http://www.ctv.ca/generic/generated/static/CorpAbout/about.html>

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ADANIR, Oğuz; **Sinemada Anlam ve Anlatım**, Kitle Yayınları, Ankara, 1987

ARIK, Bilal; “Durum Komedilerindeki Mizahın İdeolojik Analizi”, **İletişim ve**

Ötesi, Ed.: Bilal Arık ve Mustafa Şeker, Tablet Yayınları, Konya, 2007

BAUDRILLARD, Jean; **Çaresiz Stratejiler**, Çev: Oğuz Adanır, Boğaziçi

Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2002

BAUDRILLARD, Jean; **Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri**, Çev:

Oğuz Adanır, Yayımlanmamış Çeviri, İzmir, 2008

BAUDRILLARD, Jean; **Sessiz Yığınların Gölgesinde - Toplumsalın Sonu**, Çev:

Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2003

BAUDRILLARD, Jean; **Simülakrlar ve Simülasyon**, Çev: Oğuz Adanır, Doğu Batı

Yayınları, Ankara, 2005

BAUDRILLARD, Jean; **Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği**, Çev:

Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2005

BAUDRILLARD, Jean; **Tüketim Toplumu**, Çev: Hazal Deliceçaylı ve Ferda

Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004

BAUDRILLARD, Jean; **Üretimin Aynası**, Çev: Oğuz Adanır, Dokuz Eylül

Yayınları, İzmir, 1998

BAUMAN, Zygmunt; **Küreselleşme**, Çev: Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları,

İstanbul, 2006

BAUMAN, Zygmunt; **Modernlik ve M pphemlik**, ev: İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2003

BAUMAN, Zygmunt; **Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları**, ev: İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2000

BOURDIEU, Pierre; **Televizyon  zerine**, ev: Turhan Ilgaz, YKY Yayınları, İstanbul, 1997

DEBORD, Guy; **Gösteri Toplumu**, ev: Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006

EAGLETON, Terry; **İdeoloji**, ev: Muttalip  zcan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2005

ELLUL, Jacques; **Sözün Düşüşü**, ev: Hüsamettin Arslan, Paradigma Yayınları, İstanbul, 1998

FINLAYSON, James Gordon; **Habermas**, ev: Talat Kılıç, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2007

FISKE, John; **İletişim alışmalarına Giriş**, ev: Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003

FISKE, John; **Popüler Kültürü Anlamak**, ev: Süleyman İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1991

GERAY, Haluk; **İletişim ve Teknoloji**,  topya Yayınları, Ankara, 2003

GEUSS, Raymond; **Eleştirel Teori**, ev: Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2002

- GIDDENS, Anthony ve Christopher Pierson; **Modernliği Anlamlandırmak**
(Anthony Giddens'la Söyleşiler), Çev: Serhat Uyurkulak ve Murat Sağlam,
Alfa Yayınları, İstanbul, 2001
- GIDDENS, Anthony; **Modernliğin Sonuçları**, Çev: Ersin Kuşdil, Ayrıntı Yayınları,
İstanbul, 2004
- GÜNEŞ, Sadık; **Medya ve Kültür: Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı**, Vadi
Yayınları, Konya, 1996
- HABERMAS, Jürgen; **İletişimsel Eylem Kuramı Cilt I ve II**, Çev: Mustafa Tüzel,
Kabalıcı Yayınevi, İstanbul, 2001
- KAPLAN, Yusuf; **Televizyon**, Çev: Gökçen Kaplan, Ağaç Yayınları, İstanbul, 1992
- LEFEBVRE, Henri; **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, Çev: Işın Gürbüz, Metis
Yayınları, İstanbul, 1998
- MARDİN, Şerif; **İdeoloji**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000
- MCLELLAN, David; **İdeoloji**, Çev: Ercüment Özkaya, Doruk Yayınları, Ankara,
1999
- MILLERSON, Gerald; **Video Camera Techniques**, Focal Press, London, 1983
- MUTLU, Erol; **Televizyonu Anlamak**, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991
- POSTMAN, Neil; **Televizyon Öldüren Eğlence**, Çev: Osman Akınhay, Ayrıntı
Yayınları, İstanbul, 2004
- ROBINS, Kevin; **İmaj**, Çev: Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999
- TARANÇ, Ragıp; **Televizyon Dizi Filmlerinin Estetik Sorunları**, Yayınlanmamış
Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991

ÜŞÜR, Serpil Sancar; **İdeolojinin Serüveni**, İmge Kitabevi, Ankara, 1997

VIRILIO, Paul; **Hız ve Politika**, Çev: Meltem Cansever, Metis Yayınları, İstanbul,
1998

WILLIAMS, Raymond; **Anahtar Sözcükler**, Çev: Savaş Kılıç, İletişim Yayınları,
İstanbul, 2006

MAKALELER

CORNER, John; “Documentary in a Post-Documentary Culture? A Note on Forms and Their Functions”

http://www.lboro.ac.uk/research/changing_media/John%20Corner%20paper.htm

DOĞAN, Zafer; “Belgesel ve Gerçekçilik Hissine Doğru Adımlar” (Gerçeğin Yaratıcı Özeti), **Belgesel Sinemacılar Birliği 1. Ulusal Konferansı Bildirileri**, Tayf Basım, İstanbul, Mart 1997

KÖSE, Hüseyin; “Virilio ve Hızlandırılmış Hakikat” (Gerçekliğin Yok Oluş Estetiğine İlişkin Bir Deneme), **Yeni Düşünceler Dergisi**, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir, Haziran 2005 Sayı: 1

KURUOĞLU, Huriye; “Grierson’dan Discovery Kanal’a Belgesel Film”, **SineMasal Dergisi**, İzmir, Bahar 1999 Sayı: Ortak Kitap 3

DERGİLER

D-Smart Dergi, Nisan 2008 Sayı: 8 ve Ekim 2008 Sayı: 14

SineMasal Dergisi, Bahar 1999 Sayı: Ortak Kitap 3

Yeni Düşünceler Dergisi, Haziran 2005 Sayı: 1

DİĞER KAYNAKLAR

AGB Nielsen Media Research Türkiye, Discovery Channel rating verileri (3.10.2007 / 15.10.2007 Total ve A/B grubu)

Araştırmacılar Derneği Sosyo-Ekonomik Statü (SES) 2006 Projesi Sonuç Raporu

Discovery Channel Turkey All Times EET Nisan 2008 Highlights “Başlıklar” Listesi

İNTERNET ADRESLERİ

<http://www.bap.ca/index.html>

<http://www.bce.ca/en/news/releases/bg/2004/03/16/71036.html>

<http://corporate.discovery.com/brands/us/>

<http://corporate.discovery.com/brands/us/animal-planet/>

<http://corporate.discovery.com/brands/us/science-channel/>

<http://corporate.discovery.com/discovery-news/discovery-communications-reports-full-year-and-four/>

<http://corporate.discovery.com/global-businesses-brands/>

<http://corporate.discovery.com/our-company/corporate-responsibility/>

<http://corporate.discovery.com/our-company/overview/>

<http://www.ctv.ca/generic/generated/static/CorpAbout/about.html>

http://en.wikipedia.org/wiki/Animal_Planet

http://en.wikipedia.org/wiki/Discovery_Travel_%26_Living

[http://en.wikipedia.org/wiki/Discovery_World_\(TV_channel\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Discovery_World_(TV_channel))

<http://www.haberler.com/discovery-channel-reklam-satislari-ana-temsilcisi-haberi/>

http://www.idate.fr/fic/news_telech/42/IDATE_News_256VA.pdf

<http://www.idate.fr/pages/index.php?idr=8&rubrique=std&idl=7>

<http://www.int.grnadamedia.com/sf/asp/content/index.asp>

http://makinafx.com/moco/?page_id=16

<http://www.newdominion.com/index.asp?id=92>

<http://www.omnifilm.com/>

<http://www.pilgrim-films.com/company.html>

http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=44395&ForArsiv=1

<http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall03/Forrester.html>

<http://www.tdk.gov.tr>

<http://www.tigressproductions.co.uk/index.asp>