

Being There: Sığ Bir Yerde Derinlik Aramak

Bilgen Aydın Sevim*

ÖZ

Yönetmenliğini Hal Ashby'nin yaptığı ve Jerzy Kosiński'nin aynı adlı romanından uyarlanan *Being There* (1979), modern toplumun yaşam tarzını şekillendiren televizyon kültürünün sarsıcı bir eleştirisidir. Bu çalışmada *Being There*, amaçlı örneklem olarak seçilmiş ve doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın amacı, televizyonun yarattığı yeni insan tipinin psikolojisini Noam Chomsky'nin entelektüellerin toplumun doktriner doğrularını onaylamakla görevli olduğu yönündeki kuramsal bakış açısı çerçevesinde analiz etmektir. Chomsky, halkın sağlıklı tepkisinin entelektüel karşıtlığı olması gerektiği görüşündedir. Chomsky'nin bu argümanı, muhakeme etmeyi engelleyen ve nesnellikten uzaklaştıran doğrulama önyargısıyla da uyumludur. Medya denetimi stratejilerinin yarattığı önyargı, cehaletin gerekçelerinden birine dönüşür. Filmin başkarakteri Chance (Peter Sellers), medya aracılığıyla yürütülen propaganda modelinin bir ürünüdür. Tüm hayatını bir malikânenin duvarları arasında bahçıvanlık yaparak ve televizyon izleyerek geçirmiştir. Chance karakteri, televizyonun bireyin hayat algısı üzerinde yarattığı tahribatin uç bir örneğidir. Aslında şaşkın, apatik (kayıtsız) ve cahil biri olan Chance, kendi bahçesinden dış dünyaya adım attığında bilinci medya marifetiyle sakatlanmış kitleler tarafından bir entelektüel olarak görülür. Toplumun yüksek mevkilerindeki eğitimli kişilerin bile Chance'in söylediği sıradan sözlerde bir derinlik araması, doğrulama önyargısının kurbanı olan kitlelerin bakış açısını yansıtır. Çıkmaza girmiş ülke siyaseti için bir şans olarak değerlendirilen Chance, kendi hayatının kontrolünü yitirmiş; yalnızca izlemekle yetinen yeni insan tipinin bir örneğidir.

Anahtar Kelimeler: televizyon, yeni insan tipi, entelektüel, propaganda, doğrulama önyargısı

* Dr. Öğr. Üye., Sakarya Üniversitesi Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
bsevim@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3799-1173

Being There: Seeking Depth in a Shallow Place

ABSTRACT

Being There (1979), directed by Hal Ashby and adapted from Jerzy Kosiński's novel of the same name, is a shocking critique of television culture that has shaped the lifestyle of modern society. In this study, *Being There* was chosen as a purposeful sampling and examined by document analysis method. The aim of the study is to analyze the psychology of the new type of person created by television within the framework of Noam Chomsky's theoretical perspective that intellectuals are responsible for confirming the doctrinal truths of society. This argument of Chomsky is also compatible with the confirmation bias, which hinders reasoning and detracts from objectivity. The protagonist of the movie, Chance (Peter Sellers), is a product of the propaganda model carried out through the media. He has spent his entire life in gardening and watching television within the walls of a mansion. The character of Chance is an extreme example of the destruction that television creates on the individual's perception of life. Considered as a chance against the country's politics in a dead end, Chance is an example of the new type of person who has lost control of his own life and being content to just watch it.

Keywords: television, the new type of person, intellectual, propaganda, confirmation bias

Extended Abstract

After the Second World War, television technology has been the medium of a great cultural transformation all over the world, especially in the United States. Thinking about television culture is an appropriate start to understanding the new media of the twenty-first century and evaluating media literacy from a broader perspective. *Being There* (1979), directed by Hal Ashby and adapted from Jerzy Kosiński's novel of the same name, provides a convenient basis for discussing the implications of perceiving the world through new communication technologies. The foundations of the human type created by social media were laid in the second half of the twentieth century with television broadcasting. In the twenty-first century, the scope and duration of being a spectator continues exponentially. Noam Chomsky suggests that a psychological war against the screen addiction can only be possible with education.

In this qualitative research carried out in the field of communication psychology, the concepts of media control, propaganda and intellectuality were tried to be deepened based on the theoretical framework presented by Chomsky. *Being There*, which was chosen within the scope of purposeful sampling for the analysis of the new human type, was examined by document analysis method. The aim of the study is to analyze the psychology of the new type of person created by television within the framework of Chomsky's theoretical perspective that intellectuals are responsible for confirming the doctrinal truths of society. Chomsky has the opinion that the healthy response of the public should be anti-intellectualism. This argument of Chomsky is also compatible with the confirmation bias, which hinders reasoning and detracts from objectivity. Prejudice created by media control strategies turns into one of the reasons for ignorance.

The protagonist of the movie, Chance (Peter Sellers), is a product of the propaganda model carried out through the media. Chance is an individual created by television, a medium that nourishes fear (myxophobia) of being among strangers. He has spent his entire life in gardening and watching television within the walls of a mansion. Television has given him the ability to get only what he wants to see or hear. He tries to perceive the reality of the outside world with a mind manipulated by the fragmented and dispersed narrative flow of television. Due to its visuality and constant flow, he sways from issue to subject issue in a schizophrenic manner. Even though Chance goes out of the garden, he continues to look at every situation which he encounters from within the garden.

In fact, being a confused, apathetic, and ignorant person, Chance is seen as an intellectual by the masses, whose consciousness has been mutilated by the media, when he steps into the outside world from his own garden. The fact that even highly educated people in the high status of society seek depth in Chance's mundane words

reflects the viewpoint of the masses who are victims of the confirmation bias. Considered as a chance against the country's politics in a dead end, Chance is an example of the new type of person who has lost control of his own life and being content to just watch it. It is very striking to see the illusion of intellectuality created by a man who has never been involved in the society, spent his time watching television, and whose knowledge of life is limited to the plants in his garden, that he can influence the political destiny of a great country like the USA, and even become a presidential candidate despite being illiterate. *Being There* poses a dilemma as to whether Chance is a shallow illiterate man or a profound sage who has revealed the secrets of life. After all, the audience sees the truth about Chance from their own garden.

Giriş

Televizyon teknolojisi, İkinci Dünya Savaşı sonrasında başta ABD olmak üzere tüm dünyada büyük bir kültürel dönüşümün aracı (*medium*) olmuştur. Televizyon; yalnızca sinema ve radyo gibi görsel ve işitsel araçlarla değil, kitap, dergi ve gazete gibi basılı araçlarla da sonunda kesin bir zaferle çıktığı sert bir rekabete girmiştir. Yirmi birinci yüzyılda büyük bir gelişme gösteren internet ve sosyal medya, özellikle genç kuşaklar açısından televizyonu demode bir iletişim aracı hâline getirmiştir. Öte yandan sayıları her geçen gün artan dijital içerik sağlayıcılar, konvansiyonel televizyon yayıncılığına alternatif bir model geliştirerek “televizyon izleme” alışkanlığının dijital çağa uyumlanarak devam etmesini sağlamıştır.

Televizyon kültürüne yönelik eleştiri, yayıncılığın ilk dönemlerine kadar uzanır. 1948’de bir New York Times televizyon eleştirmeni, “Amerikan aile yaşamının bir devrimin eşliğinde olduğunu” dile getirmiştir (Boody, 2019, s. 312). Richard Butsch (2019, s. 358), 1940’lı yılların sonunda, televizyonun henüz pahalı bir teknoloji olduğu dönemde, New Yorker’daki bir makalenin televizyondan uzak kalamayan varlıklı bir aileyi hicvettiğini dile getirir. Büyük çoğunluğun televizyon sahibi olduğu 1960’larda ise Saturday Evening Post’ta televizyonun zayıflığı kitlelere mal edilir: “Ah, kitle insanı! Ah, lümpen budala! Neden TV izliyorsun?” (Butsch, 2019, s. 358). Marshall McLuhan’ın gözlemlerine göre, Amerikan gençliği 1950’lerden itibaren televizyon tarafından şekillendirilmiş ve yazılı metinleri anlama konusunda güçlük çeker hâle gelmiştir (aktaran Şentürk, 2007, s. 152). Joost A. M. Meerloo (1954) ise her yeni araç (*medium*) gibi televizyonun da psikolojik bir uyum gerektirdiğini bilimsel bir araştırmayla ortaya koymuş; çocukların yalnızca televizyon izlemek için yataklarından kalktığını ve televizyon dışında her şeye karşı kayıtsızlık gösterdiklerini saptamıştır.

Amerikalı astronomların 20 Temmuz 1969’da Ay’a ayak basmalarının dünya çapında 528 milyon kişi tarafından izlenmesi, televizyonun menzilini ve gücünü gösteren en önemli gelişmelerden biri olmuştur (Edgerton, 2019, s. 351). Bu yayın, tek başına televizyonun yirminci yüzyılın ikinci yarısına damga vuran bir kitle iletişim aracı olduğunu ortaya koymuştur. Giovanni Sartori (2006, s. 25); televizyonu, “anlama ve görme arasındaki ilişkiyi alt üst eden yepyeni bir gerçeklik” olarak değerlendirir. Sartori’nin (2006, s. 26) en önemli vurgularından biri, televizyonu “yeni bir insan tipi –*anthropos*– yaratan bir güç” olarak nitelendirmesidir. Yalçın Akdoğan (1995, s. 13), kendi köşesine çekilmiş, birbirine benzeyen ve iletişim imkânları ortadan kalkan bu “yeni insan prototipi”ne vurgu yapar. Jerzy Kosiński’nin Amerikan vatandaşlarının yılda bin 200 saat televizyon izlediği; ancak beş kitap okuduğu saptamasını hatırlatır. Zamanının çoğunu televizyon karşısında geçiren bireylerin paradoksal biçimde yüzeysellikte yetindiği ve bilgisiz kaldığı eleştirilerine yer verir (Akdoğan, 1995, s. 49-50). Görme duyusunun egemen olduğu televizyonun aktardığı parçalı ve bağlamından koparılmış içerik, bir

tür malumatfuruşluk yaratmakta ve kitleleri hayatın temel gerçekleri hakkındaki bilgilerden yoksun bırakmaktadır.

Noam Chomsky'nin ABD medyasının performansı üzerine yaptığı eleştirilerde “entelektüellik” odağında ortaya koyduğu argüman, kitlelerin “propaganda modeli” ile nasıl yönlendirildiğini tartışmaya açar. Entelektüeller, Chomsky'nin (2012, s. 124) ifadesiyle “toplumun doktriner doğrularını desteklemekle görevli seküler rahiplere benz[er]”. Bu nedenle Chomsky, halkın sağlıklı tepkisinin “entelektüel karşıtlığı” olması gerektiğini savunur. Medyanın denetim stratejileri o kadar güçlüdür ki bir tür “doğrulama önyargısı” (Rosenhan, 1973) yaratır. Stanford Üniversitesi profesörlerinden David Rosenhan tarafından gerçekleştirilen deneyin bulgularının ortaya koyduğu gibi, doğrulama önyargısının etkisi ile nesnel bir değerlendirme yapmak olanaksızlaşır; bireyler ortaya çıkan sonuçları beklentilerini teyit etmek için kullanırlar (Trott, 2019, s. 207-209). Akıllıların ve delilerin tespit edilmesini güçleştiren bu önyargı, cehalet ile entelektüelliğin ayırt edilmesini de engeller. Bu açıdan Hal Ashby'nin yönetmenliğini yaptığı ve Kosiński'nin¹ aynı isimli romanından² uyarlanan *Being There*³ (1979) filmi, televizyon kültürünün yarattığı yeni insan tipinin tartışılması için uygun bir örnektir. Televizyon, kitleleri bağlamından koparılmış dağınık ve yüzeysel bilgilerle donatılarak tıpkı filmin başkarakteri Chance (Peter Sellers) gibi cahil bireyler hâline getirmektedir. Levend Kılıç (1994, s. 62), televizyonun geliştirdiği söylem biçimiyle geleceğe meydan okuduğunu ve bunun için geçilen yolların da dikkatlice izlenmesi gerektiğini ifade eder. *Bir Yerde*⁴ romanına referans veren Kılıç (1994), Chance'in dünyasının ekranın egemenliğinde yaşanan ve bilinen her şeyin televizyondan öğrenildiği bir yer olduğunu vurgular. Televizyonun kurduğu dünya, bireyi haplaştırılmış bilgilerle kuşatmakta ve onu karanlığa sevk etmektedir (Kılıç, 1994, s. 56).

Being There filminde, bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun yirminci yüzyılda en rekabetçi ve en güçlü olduğu ABD'de yarattığı cehaletin etkisi o kadar büyüktür ki okuma yazması dahi olmayan Chance karakteri toplum tarafından bir entelektüel olarak algılanır. Bir geçmişi olmayan ve her şeye kayıtsız kalan Chance, önyargıların sonucunda kendisine yüklenen derin anlamlarla Chauncey Gardiner'a dönüşür (Beyaz, 2014)⁵. Her karakter kendi algısına ve görmek istediklerine göre bir Chance yaratır (Beyaz, 2014). Film, bu özelliği ile “insanı sarsıp uyuduğu uykudan uyandırma çabası”dır (Beyaz, 2014). Bu nedenle “zamansız bir yapıt” (Meydan, 2019, 25 Ağustos)

¹ Jerzy Kosiński'nin romanından uyarlanan eser, Veysel Lidar (2020) tarafından medyalararasılık bağlamında analiz edilmiştir. Yazarın *Edebiyat ve Sinema İlişkisi: Medyalararasılık Bağlamında “Bir Yerde” ve “Merhaba Dünya”ya Bakış* başlıklı çalışmasına başvurulabilir.

² *Being There* romanının İngilizce ilk baskısı Aralık 1970'te yayımlanmıştır.

³ Film, Türkiye'de 1984 yılında *Merhaba Dünya* adıyla gösterime girmiş; DVD sürümünde ise *Bir Yerde* adı kullanılmıştır (Beyaz, 2014).

⁴ *Being There* romanının Türkçe çevirisinin ilk baskısı *Bir Yerde* adıyla 1972 yılında yayımlanmıştır.

⁵ Cenk Beyaz (2014), bu çalışma için de ufuk açıcı olan *Doğru Zamanda, Doğru Yerde Olmak* başlıklı yazısında Martin Heidegger'in bakış açısından yararlanarak detaylı bir Chance analizi yapar.

olarak görülür. Kendisini himaye eden zengin ev sahibi ölene kadar dış dünya ile hiç karşı karşıya gelmemiş Chance, yeni insan tipinin uç bir örneğidir. Bu yeni insan tipi, kitle iletişim araçlarının gelişimi dikkate alındığında medya okuryazarlığının ne kadar önemli bir konu olduğunu gösterir. Bu çalışmanın amacı, televizyon kültürünün yarattığı yeni insan tipini, Chomsky'nin entelektüellerin toplumun doktriner doğrularını teyit etmekle görevli olduğu yönündeki kuramsal bakış açısı çerçevesinde değerlendirmektir. Doküman analizi yöntemiyle yürütülen bu çalışmada cevabı aranan sorular şunlardır:

- (1) Televizyonun kitle iletişiminde nasıl bir rolü vardır?
- (2) Televizyon kültürünün özellikleri nelerdir?
- (3) Televizyonda nasıl bir entelektüellik imgesi üretilmektedir?
- (4) Televizyonun yarattığı yeni insan tipinin psikolojik özellikleri nelerdir?

Televizyon kültürü ve Chomsky'nin entelektüelin toplum içinde oynadığı role dair görüşleri, bu çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturmaktadır.

Televizyon kültürü: *Homo videns* (gören insan)

İlk televizyon görüntüsü, John Logie Baird adlı bir mucit tarafından 1924 yılında üretilir (Biography, 2016, 1 Nisan). Bu icat, izlerkitlenin ortaya çıkması açısından bir dönemeçtir. Zygmunt Bauman ve Leonidas Donskis (2020, s. 13), kendini televizyon ekranı aracılığıyla gösteren yeni bir beşeri anlatının parçası olduğumuza vurgu yapar. Bu yeni anlatının parçası olan birey, José Ortega y Gasset'in (2010, s. 77) tanımladığı "kitle insanı"nın bir uzantısı olarak değerlendirilebilir. Kitle insanı, "ipini koparmış sandal gibi sürüklen[mektedir]" (Ortega y Gasset, 2010, s. 77). Bu insanın psikolojik özellikleri arasında hâkimiyet ve zafer duygusuna sahip olma, başkalarını dikkate almama ve kendi görüşlerini dayatma hâli bulunur (Ortega y Gasset, 2010, s. 129-130).

Sartori (2006, s. 11-12), "içinde yaşadığımız dünyanın, henüz okuma-yazma öğrenmeden televizyon karşısına oturtulan ve bu aygıt tarafından eğitilen ekran-çocuğunun zayıf omuzlarına yüklediği gerçeği gün gibi ortadadır" şeklindeki ifadesiyle *homo sapiensten* (bilen insan) *homo vidense* (gören insan) uzanan sürece odaklanır. Diğer iletişim araçlarından farklı olarak televizyonun bir yandan bilgilendirme sorumluluğunu yerine getirdiğini, bir yandan da bilme ve anlama yetisine zarar verdiğini iddia eder (Sartori, 2006, s. 12). Uzaklık ne olursa olsun izleyici kitlesinin karşısına görülecek olanı çıkartan televizyon, görsel açıdan betimlenenlerin öne çıktığı bir aygıttır (Sartori, 2006, s. 20). Sartori (2006, s. 26), televizyon aracılığıyla *homo sapiensin* doğasının egemenlik altına alındığını, televizyonun yalnızca bir iletişim aracı olmadığını ve farklı bir *paideia* (eğitim) kavramının geçerli olduğunu vurgular. Okuma yazma

becerisi kazanmadan televizyonun karşısında saatlerce vakit geçiren ve ilk eğitimini televizyondan alan çocuklar yeni bir insan tipine karşılık gelir (Sartori, 2006, s. 26).

Massimo Baldini (2000), televizyonu eleştiren en önemli kuramcılardan birinin McLuhan'ın öğrencisi Derrick de Kerckhove olduğunu ifade eder. Yazarın *Brainfarmes* adlı çalışmasında yer verdiği "televizyonun kafadan çok gövdeye yönelik olduğu" (aktaran Baldini, 2000, s. 93) savına vurgu yapar. Televizyon; sahip olduğu gizli büyüleyicilik ve uyutma gücü ile izlerkitleyi bir görüntüden diğerine sürüklemekte, düşünmeyi arka plana itmektedir (Baldini, 2000, s. 93). Bu nedenle "dünyaya değil, tüketiciye açılan bir pencere[dir]" (Baldini, 2000, s. 94). Neil Postman (2004), televizyonun yarattığı bu kültürü Huxleyci bir yaklaşımla açıklar. Postman'a göre, George Orwell ile Aldous Huxley'in öngördüğü dünya farklıdır: Orwell'in korkusu kitapları yasaklayacak olanlar iken, Huxley'inki kitap okumak isteyen birileri kalmayacağı için kitapları yasaklamaya gerek olmayacağıdır. Bu anlamda, kitlelerin enformasyonsuz kalmasından korkan Orwell ile kitleleri pasifliğe sürükleyecek bir enformasyon bombardımanından korkan Huxley'in bakış açısı arasındaki temel fark ortaya çıkmaktadır (Postman, 2004, s. 7-8).

Herbert Schiller (2005, s. 47-48), Amerikan iletişiminin manipülasyona adanmış olduğunu ve televizyonun zihinsel etkinlikleri sekteye uğratarak bireysel pasifliği teşvik ettiğini vurgular: "Televizyonun karakteristiklerinden biri onu açmanız, ekrana ne gelirse seyretmeniz ve dipsiz bir pasifizm kuyusunun ışsız karanlıklarına doğru kaymaya başlamanızdır" (Schiller, 2005, s. 48). Martin Esslin (1991, s. 9) de henüz televizyonun olmadığı bir çağda yazılan Huxley'in *Cesur Yeni Dünya*'sına referans vererek televizyonun yarattığı yeni dünyada insanları sakinleştirici haplarla uyuşturmaya artık gerek kalmadığını dile getirir. Televizyon her şeyden önce dramatik bir araçtır. Esslin'in (1991, s. 14) aktardığı istatistikler bunun bir göstergesidir: *The Media Book*; Amerikan erkeklerinin 1976-1977 yıllarında izlediği programların yüzde elli dokuzunun dramatik içerikler olduğunu, 1979 yılına gelindiğinde erkeklerin haftada yirmi bir saatten fazla, kadınlarınsa yirmi beş saatten fazla televizyon seyrettiklerini ortaya koymuştur. Erkekler, dramatik yapımlara haftada on iki saatin üzerinde zaman ayırırken, kadınlar on altı saatten fazla drama seyreliyorlardı. Bu rakam, bir yetişkinin haftada beş ile altı arasında tiyatro oyunu izlemesine karşılık gelmektedir. Esslin'e göre (1991, s. 23) televizyonda drama aracılığıyla kurulan iletişim, yazılı kültür ürünleri ile kurulan iletişimden farklıdır. Televizyonda "duyguları bombardıman eden bilgi kümeleri" devreye girer.

Kevin Robins (2013, s. 199-200), televizyon çağındaki donakalmış tanıklığı tanımlayan Don DeLillo'ya atıf yaparak kitle iletişiminin etkisini tartışır: "[T]elevizyon ne arzuları tatmin eder ne de katarsis sağlar. Yalnızca uyuşturur". Robins (2013, s. 125), bu uyuşturucu etki için Ernest Larsen'in sunduğu seçeneğe de dikkat çeker: "Saatlerce televizyon izlemenin uyuşturucu etkisi, sıradan rasyonelliğe kesinlikle ters bir durumdur. Televizyon izleyicilerinden pek çoğu için uyuşuk olmak bilgi sahibi olmaktan daha tercih edilen bir durum olamaz mı?". Nitekim Erol Mutlu (1999, s. 58), McLuhan'ın

“Narsisos narkozu” olarak tanımladığı bir kendinden geçme durumuna dikkat çeker. İnsanların yeni teknolojilerin gerek psikolojik gerekse toplumsal etkilerini ayırt edemediklerine vurgu yapar.

Postman’ın (2004, s. 26) bakış açısıyla ciddi enformasyon sağlayan programlar, televizyonun en saçma ve en tehlikeli hâline işaret eder. Entelektüeller ile eleştirmenler bu ironik duruma aracı olur. Bunun için kamuoyunu ilgilendiren politika, haber, eğitim, din ve bilim gibi pek çok konu televizyonun ilgi alanı dâhilindedir (Postman, 2004, s. 91). Televizyon dolayısıyla şekillenen bu kavrayış, özellikle çocuklar açısından ayrı bir önem taşır. Postman (2006, s. 27), televizyon tarafından derinlemesine biçimde koşullandırılan çocukların okulda kitapların dünyasıyla karşılaşmasını “psikolojik savaş” olarak nitelendirir. Okumayı öğrenmekte zorlanan, düşüncelerini mantıklı biçimde dile getiremeyen ya da derslere katlanmakta güçlük çeken çocukları, bu “savaşın gazileri” olarak kabul eder. Artık düşünce ile hız arasında bir bağlantı sorunu yaşanmakta; bu hızın içinde düşünmek mümkün olmamaktadır (Bourdieu, 1997, s. 33). Burada Gilles Deleuze ve Félix Guattari’nin (2000) *Anti-Oedipus*’ta söylediği yazmanın hiçbir zaman kapitalizmin işi olmadığı ve kapitalizmin derinlemesine cahil olduğu savını hatırlamak anlamlıdır. Bu iddiaya *Kapitalist Gerçekçilik*’te özel bir yer veren Mark Fisher (2010), televizyonun yarattığı yeni insan tipini yirmi birinci yüzyılın teknolojisini de dikkate alarak düşünmemizi sağlar. Fisher’a göre (2010, s. 34), artık öğretmenlerin duyduğu yakınmanın başında okumanın ve yazmanın sıkıcı olması gelir. Öğrencilerden bazıları Friedrich Wilhelm Nietzsche’yi hazmetmenin güçlüğünü kavramak bir yana onu “hamburger ister gibi” istemektedir. Artık imge yoğun veriler okumayı gereksiz kılmakta ve sloganları anlamak yeterli olmaktadır. Fisher (2010, s. 35), burada bir disleksi (öğrenme güçlüğü) değil de post-leksi (okuma gereksinimi hissetmeme) durumunun geçerli olduğunu ileri sürer.

Bauman’ın (2020) *Eğitim Üzerine* adlı çalışmasında Ricardo Mazzeo’nun dile getirdiği sözler, televizyonun eleştirellikten yoksun doğasını anlamamızı sağlayacak niteliktedir. Televizyon; magazin ve dedikodu içeriği ile kitleleri bir tür “duygusal striptiz”e yönlendirmektedir (Bauman, 2020, s. 37). Bauman (2020, s. 7-8), “çağdaş eğitim krizi”nden söz ettiği bu çalışmasında “miksofobi” ve “miksofilili” gibi birbirine zıt iki kavrama vurgu yapar: Miksofobi, yabancıların arasında olma korkusuna karşılık gelirken; miksofilili uyarıcı bir çevrede bulunmanın hazzını ifade eder. Televizyon kültürü, miksofobiye karşılık gelecek şekilde yabancıardan uzaklaşmaya ortam oluşturur. Bu konuda Thomas Hylland Eriksen’in *Tyranny of the Moment: Fast and Slow Time in the Information Age* adlı çalışmasına atıfta bulunan Bauman’ın vurgusu kilit önemdedir (2020, s. 39): “Bilgi toplumunda sahip ol[un]ması elzem becerilerden biri, insanın kendisini, sunulan bilgiler arasında duymak istemediği yüzde 99,99’luk kısma karşı koruma yetisidir”.

Noam Chomsky: Medya, propaganda ve entelektüeller

Chomsky (1995), *Medya Denetimi: Immediast Bildirgesi* adlı çalışmasında ilan panolarından reklamlara, televizyondan robotlara kadar çevremizi kuşatan pek çok psikolojik mutajenin (mutasyon yaratan etken) varlığından söz eder. Kitleleri patetik müşterilere ve soru sormayan taraftarlara dönüştüren incelikli bir saldırı olduğunu ileri sürer. Medya, halkı hipnotize etmek amacıyla ayartma işlevini yerini getirmektedir (Chomsky, 1995, s. 7-8). Chomsky (1995), medyanın da içinde bulunduğu saldırılar karşısında ne yapılabileceğine dair *immediast*⁶ araştırmaların bulgularına yer verir. Davranış değişikliği, bilinçaltı algı manipülasyonu ve zihin denetimi konusunda bulunduğu kaynaklardan biri psikolojik savaşın nasıl yürütülmesi gerektiğini anlatan bir el kitabıdır. Merkezi İstihbarat Teşkilatının (*CIA – Central Intelligence Agency*) yazdığı ve ABD destekli Nikaragualı teröristlere dağıtılan bu broşürün talimatları şu şekildedir:

Gerilla savaşının askerî hedefi olarak algılanan insanın en kritik noktası zihnidir. Zihnine bir kez ulaşıldı mı, “siyasal hayvan”, mermilere gerek bile kalmadan yenilgiye uğratılabilir... Gerilla savaşının siyasal savaş olarak kavranması, Psikolojik Operasyonları sonuç almada en belirleyici etkene dönüştürür. O zaman hedef halkın, bütün halkın zihni olur (Chomsky, 1995, s. 11-12).

Çalışmada sözü edilen ikinci temel kaynak ise Fred Landis’in yazı, video ve belgesellerinde karşımıza çıkar. CIA’in 1973’te Şili’de çıkardığı günlük gazeteleri inceleyen Landis, ticari medyanın zihin denetimi taktiklerini keşfetmiştir. Bu keşifle CIA’in bilinçaltı algı manipülasyonu çalışmaları teşhir edilmiştir. Chomsky’nin temel sorusu, medyanın sahip olduğu güce rağmen nasıl hareketsiz hâle getirilebileceğidir. Bu *immediast* taktik, bir nötralize etme çabasıdır (Chomsky, 1995, s. 14). *Immediast* yaklaşım; aktivist medya ile bir direniş ortamı yaratılması, medya okuryazarlığının artırılması, zihin denetimi, davranış değiştirme ve imge yaratımının teşhir edilmesi, tüm kamu alanlarının hükümet, şirket ve iş dünyasının mesaj bombardımanından kurtarılması, ticari medyanın halka devredilmesi ve demokratik halk kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması üzerine kuruludur (Chomsky, 1995, s. 19).

Chomsky (2008, s. 5), *Medya Denetimi*’nde Walter Lippmann tarafından “şaşkın sürü” olarak tanımlanan çoğunluğun seyirci olma işlevine vurgu yapar. Demokrasi-lerde seyirci olma işlevinin devam etmesi beklenir. Bu anlamda “Demokrasi, seçilmiş sınıfın, toplumun sahibi olan efendilerinin hizmetinde çalışmak üzere eğitildiği bir sistem olmalıdır” (Chomsky, 2008, s. 11). Nüfusun geri kalanı ise Amerikan değerlerine uyum sağlamalı, mal mülk edinmeli, orta sınıf aileler gibi yaşamalı ve televizyon karşısında vakit geçirmelidir (Chomsky, 2008, s. 11). Bu durumda gerçeklere erişmek güç görünmektedir. Nitekim Lippmann (2020, s. 70-71), bireyleri yanlış yönlendiren bu

⁶ Kitle iletişim araçlarının, devletin ve sermayenin hegemonyasından kurtarılarak halkın denetimine geçmesini savunan ve bunun için mücadele eden aktivist gruba verilen isimdir.

faktörleri şu şekilde sıralamaktadır:

[Y]apay sansürler, sosyal temasın sınırlamaları, kamu işlerine dikkat etmek için her gün mevcut fakat nispeten yetersiz zaman, olayların çok kısa mesajlara sıkıştırılması gerektiğinden kaynaklanan bozulma, küçük bir kelime dağarcığını ifade etme zorluğu, karmaşık bir dünya ve son olarak, insanların yaşamlarının yerleşik rutinini tehdit edecek gibi görünen gerçeklerle yüzleşme korkusu gibi faktörlerdir.

Dış dünyanın mesajları; zihnimizdeki resimlerden, önyargılarımızdan ve hayallerimizden etkilenmektedir (Lippmann, 2020, s. 71). Kamuoyu içinde kristalleşen görüşler, “ulus iradesi”, “grup akli” ya da “sosyal amaç”lardan birine dönüşmektedir (Lippmann, 2020, s. 71). Lippmann’ın (2020, s. 115), kavramları önce tanımlayıp sonra gördüğümüz şekildeki argümanı, kültürün bireyler için seçtiği “stereotipleştirilmiş formlar” odağındaki algılamaya karşılık gelir. Bu formlar, bireylerin eğitim düzeyi fark etmeksizin etkisini gösterir. Nitekim Stanford Üniversitesi psikoloji profesörlerinden Rosenhan’ın (1973) Science dergisinde yayımlanan “doğrulama önyargısı” deneyinin bulguları, Lippmann’ın savı ile ilişkilendirilebilecek özelliktedir. Bu deney, Dave Trott’un (2019, s. 207-209) *Yaratıcı Körlük*’te de dikkat çektiği gibi, bireylerin olayları nesnel bir şekilde değerlendirmesinin nasıl engellendiğini gösterir. ABD’deki düşük teşhis oranlarından şikâyetçi olan Rosenhan, bir grup gönüllüyle birlikte akıl hastanesine yatmış ve içeride normal davrandığında kendisine akıl hastası teşhisi konulup konulmayacağını test etmiştir.

Rosenhan ve gönüllüler ne yaparlarsa yapsınlar hastanedeki hiçbir çalışan onların normal olduklarının farkına varamamıştır. Davranışları önyargı ile değerlendirilmiş; not aldıklarında “patolojik yazma davranışı” sergiledikleri ya da yemeğe erken geldiklerinde “oral edinim semptomları” taşıdıkları rapor edilmiştir. Deneye katılan gönüllüler ancak avukatlar aracılığıyla hastaneden çıkarılabilmiş; akıllı oldukları değil, yalnızca hastalık belirtilerinin hafiflediği kabul edilmiştir. Ünlü tıp fakültelerinden biri, çalışanların kandırılmasının mümkün olmadığını açıklayınca Rosenhan yeni bir deney başlatmıştır. Bu deneyde üç aylık süre zarfında hastanelerdeki sahte hastaların kaçının ifşa olacağı test edilmiştir. Deney kapsamında hastaneye yüz on sekiz hasta kabul edilmiş; kırk iki hastanın sahte, kırk birinin de şüpheli olduğu dile getirilmiştir. Oysaki bu süre zarfında Rosenhan tarafından hastaneye bir tek sahte hasta bile gönderilmemiştir. İlk yapılan deneyde yalnızca sorunlara yönelen hastaneler, akıl sağlığı yerinde olanları fark edememiştir. İkincisinde ise akıl sağlığı yerinde olmayanlar akıllı olarak kabul edilmiştir. Bu durum, “doğrulama önyargısı” olarak nitelendirilmekte ve önyargının etkisinden elimizdeki sonuçları ancak aradığımız şeyleri teyit etmek amaçlı kullandığımızı göstermektedir.

Önyargıların gerçeği görmeyi engellemesi, yalnızca akıllı olanın tespitinde değil, pek çok kararın alınmasında da geçerlidir. José Saramago (2018), Nobel ödüllü eseri

Körlük'te metaforik biçimde bu körlük salgını anlatır. Bu salgının yarattığı ciddi korku; “Ya, yaşamımızın geri kalan bölümünde kör kalmaya mahkûmsak, Biz mi, Herkes, Korkunç olurdu bu, herkesin kör olduğu bir dünya, Hayal bile etmek istemem bunu” (Saramago, 2018, s. 66) ifadesinde karşılık bulur. Kitle iletişim araçları dolayısıyla algılanan dünya, Saramago'nun da dikkat çektiği körlüğün boyutlarını giderek genişletmektedir. Bu anlamda propagandanın rolü önem kazanır. Edward S. Herman ve Chomsky (2012), *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası* adlı çalışmalarında “propaganda modeli” etrafında ABD medyasının performansını tartışmaktadır. Kendisini finanse eden toplumsal güçlerin menfaatlerine hizmet eden medya, aynı zamanda onların lehine propagandaya da girişir (Herman ve Chomsky, 2012, s. 15). Medya politikası; kaba müdahale ile değil, kurum politikasına ters düşmeyen personel, editör ve gazetecilerin varlığı ve haber değerine ilişkin kriterler göz önünde bulundurularak şekillendirilir (Herman ve Chomsky, 2012, s. 15). Bu süreçte editörlük ve reklamcılık arasındaki sınırlar belirsizleşmiştir (Herman ve Chomsky, 2012, s. 21). Söyleme ve yorumla dair öncülleri belirleyen propaganda modelinin temel süzgeçleri şunlardır:

(1) [H]âkim kitle medyası firmalarının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibinin serveti ve kâr yönelimi, (2) kitle medyasının temel gelir kaynağı olarak reklamcılık, (3) medyanın, hükümet, iş dünyası ve bu temel kaynakların ve gücün faillerinin finanse ettiği ve onayladığı “uzmanlar”ın sağladığı bilgilere dayanması, (4) medyayı disiplin altına alan bir araç olarak “tepkî üretimi” ve (5) ulusal bir din ve denetim mekanizması olarak “anti-komünizm” (Herman ve Chomsky, 2012, s. 72).

Chomsky (2012, s. 36), *İktidarı Anlamak*'ta “propaganda modeli” doğrultusunda medyanın konuları seçmekten ilgi alanlarını belirlemeye, meselelere bir çerçeve kazandırmaktan bilgileri süzgeçten geçirmeye, belli alanlara odaklı analizlerden vurgulama ve tonlama biçimine kadar birçok teknik kullanarak ayrıcalıklı grupların toplumsal amaçlarına hizmet ettiğini ifade eder. “Propaganda modeli”nin temel öngörüsü, seçkin çevrelerin bakış açısının medyayı kuşatacağı yönündedir. Bunun dışındaki bakış açılarında yer yoktur. Bu bağlamda gözlemlenen temel nokta, Batı'da entelektüel olarak kabul edilen sınıfın propaganda işlevini yerine getirmesi gerektiğini savunan bir yaklaşımın varlığıdır. Beklenti, “halkın düşüncesi”nin denetim altına alınmasıdır. Seçkinler arasındaki egemen görüş, “Madem halkı zora başvurarak kontrol etme gücünü yitirmeye başladık, o zaman insanların düşüncelerini kontrol etmeye başlamalıyız” (Chomsky, 2012, s. 38) şeklinde özetlenebilir. Nitekim Chomsky, ABD'yi bu görüşün zirveye ulaştığı bir ülke olarak değerlendirir.

Medyada seçkinlerin görüşünün egemen olduğu yaklaşımı ile birlikte entelektüelin kim olduğu meselesi de gündeme gelir. Chomsky (2012), “entelektüel” gibi kelimelerin kullanımının komik olduğunu dile getirir. Chomsky'nin (2012, s. 124) bakış açısıyla “entelektüel” olarak adlandırılan bu kişiler, aslında toplumun doktriner doğrularını desteklemekle görevli seküler rahiplerle benzer özellikler taşır. Chomsky'nin

(2012, s. 124), halkın “entelektüel karşıtı” olması gerektiği savı bu fikre dayalıdır; sağlıklı olan tepki de budur. Buna göre medyanın iki önemli işlevinden biri, seçkinlere doktrin aşılmasını ile ilgilidir. Seçkinlerin iktidara nasıl hizmet edeceklerini öğrenmeleri gerekmektedir. Kitle medyası ise karar alma mekanizmasına dâhil olmamaları için toplumun geri kalanından kurtulmaya çalışmaktadır. Chomsky; burada kitlelerin “eğitimsizleştirme”, “doktrin aşılama” ve “bir parçası oldukları sınıf sisteminden kurtul[maları]” ile mümkün olabilecek bir umut ışığı görür (Chomsky, 2012, s. 151).

Yöntem

Ashby'nin yönetmenliğini yaptığı ve Kosiński'nin romanından uyarlanan *Being There* filmi, bu çalışmanın temel dokümanıdır. Norman K. Denzin (2004, s. 237), belgesel ve kurmaca dâhil ampirik materyallerin araştırmalarda kullanılmasının önemine dikkat çeker. Denzin'e göre (2004, s. 240), film ve fotoğraflar hem duygu hem de anlam üretir. Gerçekliği tanımlayan kelime hazinesi ve bir dizi çerçeve sunar. Bu dokümanlarda dört anlatı veya anlam yapısı yer alır: (1) Görsel metin, (2) işitsel metin, (3) görsel ve işitsel metinle tutarlı bir öykü, (4) metne getirilen yorum ve anlamlar (Denzin, 2004, s. 240). Denzin'in de ifade ettiği gibi (2004), filmler birer doküman olarak herhangi bir konu hakkında çalışan araştırmacının farklı yaşam deneyimlerini gözlemlemesini sağlayacak zenginlikte bir veri içerir. Böylelikle diğer yöntemlerin izin vermediği türde eleştirel bir kültürel analiz düzeyine ulaşılmasını sağlar. Özellikle sorunlu kültürel deneyimlerin yansıtılmasına ve belgelenmesine aracı olur (Denzin, 2004, s. 241-242). *Being There*, iletişim psikolojisi alanında yürütülen bu nitel araştırmada, yeni insan tipinin analizine uygun bir doküman olduğu için seçilmiştir. Bu örneklem türünde belirli bir amaç dikkate alınır (Neuman, 2014, s. 322). W. Lawrence Neuman'ın da (2014) vurgu yaptığı gibi, bilgilendirici özellikteki örnekleri seçmek için kullanılan amaca yönelik örneklem, *Being There* filminin başkarakteri Chance'te olduğu gibi benzersiz bir örneği analiz etmemizi sağlar. Chomsky'nin ortaya koyduğu kuramsal çerçevenin belirleyici olduğu bu araştırmada; medya denetimi, propaganda ve entelektüellik kavramları derinleştirilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliğini sağlamak amacıyla filmin öyküsü ile ilgili detaylara yer verilmiş; filmde geçen diyaloglar (işitsel metin) deşifre edilerek alıntılanmış ve filmde on adet ekran görüntüsü (görsel metin) alınmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Being There filmi, modern insanın yaşam tarzını şekillendiren televizyon kültürünün sarsıcı bir eleştirisidir. Filmin bir doküman olarak kullanıldığı bu çalışmada, yeni insan tipinin psikolojisi Chomsky'nin kuramsal yaklaşımı ekseninde analiz edilmiştir. Bu

analizin odak noktası filmin başkarakteri Chance'tir. Kendisini himaye eden varlıklı ev sahibi ölene kadar dış dünya ile hemen hemen hiç temas kurmayan Chance, bilinci televizyon tarafından şekillendirilmiş yeni insan tipinin bir örneğidir. Çalışmanın bulguları; televizyon kültürü ve Chomsky'nin kavramları dikkate alınarak "bahçe"⁷ metaforu ekseninde yorumlanmış ve üç ana kategori saptanmıştır:

- (1) Chance'in bahçesi: Televizyonun yarattığı yeni insan tipi
- (2) Bahçenin dışına çıkmanın güçlüğü: Doğrulama önyargısı
- (3) Hepimiz aynı bahçedeyiz: Medya denetimi ve propaganda

Chance'in bahçesi: Televizyonun yarattığı yeni insan tipi

Being There filminin başkarakteri Chance, televizyon izleyerek büyümüş ve hayat hakkındaki tüm bilgisini televizyon aracılığıyla edinmiş biridir. Chance'in zekâ düzeyi okuma yazmayı öğrenemeyecek kadar düşüktür. *Being There*'de televizyonun bu özelliklere sahip bir insanda yarattığı büyük etki resmedilmiştir. Chance, yazılı kültürü özümsemiş bir birey değildir. Okuma yazması olmadığı için olayları gerektiği gibi yorumlayamaz. Tüm hayatını zengin bir işverenin himayesinde ve bir malikânenin bahçe duvarları arasında geçirmiştir. Chance; yemek yerken, çalışırken, dinlenirken sürekli olarak televizyon izler ve elindeki kumandayla kanallar arasında gezinir. Chance'in televizyondan edindiği bilgi; yüzeysel, parçalı ve odaksızdır. Burada Sartori'nin (2006) dikkat çektiği eğitim anlayışı devreye girer; Chance bir ekran çocuğudur. Onun gibi ilk eğitimini televizyondan alanlar yeni insan tipine karşılık gelir.



Görsel 1. Chance'in bahçesi (*Being There*, 1979)

⁷ Bu metafor; "dünya görüşü", "bakış açısı" ve/veya "referans çerçevesi" anlamlarını kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

Chance'in bakımını ve sorumluluğunu evin hizmetçisi Louise üstlenmiştir. Chance için ev sahibi Gardiner'in ölümüne kadar her şey yolundadır. Gardiner'in ölümünü Chance'e Louise haber verir. Chance, Louise'in üzüntüsünü anlayabilecek ve onunla empati kurabilecek kapasiteden yoksundur. Chance'in bu davranışı, Don DeLillo'nun (aktaran Robins, 2013, s. 199-200) romanındaki gibi donakalmış bir tanıklığın eseridir. Chance, bilinci televizyon tarafından uyuşturulmuş biridir. Ölüm haberini aldığı yaşlı adamın üstündeki örtüyü açar; onun açık duran gözlerini daha önce televizyonda izlediği şekilde kapatır. Apatik (kayıtsız) bir şekilde yatağın başucuna oturup uzaktan kumandayı eline alır. Televizyonu açar ve ekranda gördüklerini taklit etmeye başlar.



Görsel 2. Ölünün başucunda oturup televizyon izleyen Chance (Being There, 1979)

Bu davranış, televizyon kanallarındaki saçma sapan programlar arasında sörf yaparak duygusal striptize (Bauman, 2020, s. 37) maruz kalan kitlelerin temel özelliğidir. Chance, yabancılar arasında olmanın yol açtığı korkuyu (miksofobi) teşvik eden televizyon tarafından yaratılmış bir bireydir. Televizyon, ona ancak görmek ya da duymak istediklerini alma becerisi kazandırmıştır. Bu beceri, Herman ve Chomsky'nin (2012) dikkat çektiği propaganda modelinin de gücünü gösterir. Bireylere yalnızca gereksinim duydukları bilgiyi veren bu model, onları hem apatik kılmakta hem de her türlü manipülasyona açık hâle getirmektedir.

Louise, ev sahibinin ölümünden sonra malikâneyi terk etmek zorunda kalır. Tahliye ve satış işlemleri için gelen avukatlar Thomas Franklin ve Sally Hayes, gayet şık bir biçimde giyinmiş olan Chance ile karşılaşırlar. Chance, kendini "Ben gardenyacı bahçivanım" sözleriyle tanıtır. Chance, avukatların "Ne zamandan beri burada yaşıyorsunuz?" sorusuna şu cevabı verir: "Kendimi bildim bileli burada yaşıyorum". Avukatlar bunu kanıtlamasını istediklerinde, Chance "Ben varım ya!" karşılığını verir. Chance, avukatların söylediklerini anlayamayacak kadar yazılı kültürün kodlarına yabancı biridir. Avukatlara yaşadığı evin odalarını gösteren Chance, "Eskiden radyo

dinlerdim. Sonra yaşlı adam bana televizyon vermeye başladı” sözleriyle televizyonun hayatına nasıl ve ne zaman girdiğini anlatır. Chance, tamamen medyanın denetiminde olan pasif bir yaşam sürer. Televizyondan edindiği bilgi, Chance’i hayata karşı yeterince donanımlı hâle getirmemiştir. Avukat Franklin, Chance’in nasıl bir miras davası açmak istediğini öğrenmek ister. Chance, bu soruya “Bahçe çok güzel Thomas. Hiçbir dava açmayacağım” sözleriyle karşılık verir. Chance’in de tıpkı hizmetçi Louise gibi evden ayrılması istenir. İlk kez bahçenin dışına çıkmak zorunda kalan Chance, hiç tanımadığı ve alışık olmadığı bir dünya ile karşılaşır.



Görsel 3. İlk kez bahçenin dışına çıkan Chance (Being There, 1979)

Chance, sokakta karşılaştığı bir grup siyahi gence çalışmak için bir bahçe aradığını söyler. Gençler, Chance’i rakip çetenin lideri Raphael’in gönderdiğini düşünürler. Grubun lideri, sustalı bir bıçak çekip onu tehdit eder. Dış dünyanın gündelik gerçeklerinden tamamen habersiz olan Chance ise bu tehlikeli harekete televizyon kumandasını çıkararak karşılık verir.



Görsel 4. Bıçağa karşılık uzaktan kumanda çıkaran Chance (Being There, 1979)

Chance, medya aracılığıyla yürütülen propaganda ve denetimin bir ürünüdür. Chance'in kişiliği ve davranışları, yalnızca televizyon seyrederek öğrenen bir insanın sakatlanan bilincini ve çevresindeki olaylar karşısındaki kayıtsızlığını gözler önüne serer. Chance, bahçenin dışına çıksa da karşılaştığı her duruma bahçenin içinden bakmayı sürdürür. Bilinci televizyon tarafından felç edilen kitleler de tıpkı Chance gibi olayları kendi bahçelerinden yorumlar. Gerek avukatların miras davası hakkındaki düşünceleri, gerekse siyahi gençlerin Chance'i rakip çetenin üyesi olarak görmeleri, bu bahçenin dışına çıkmanın aslında ne kadar güç olduğunu göstermektedir. Bu durum, Lippmann'ın (2020, s. 60) vurguladığı gibi, insanın içinde yaşadığı karmaşık dünyayı nasıl algıladığının bir göstergesidir. İnsanlar bu dünyayı basitleştirerek kendi bahçelerindeki kurgu üzerinden algılamaktadırlar. Ne var ki bu kurgu, onları şaşkın, apatik ve cahil bireyler hâline getirir.

Bahçenin dışına çıkmanın güçlüğü: Doğrulama önyargısı

Chance, malikâneneden ayrıldığı günün akşamında elektronik cihazlar satan bir mağazanın önünde durur. Bir video kameraya bağlı büyük ekran televizyonda kendi görüntüsüyle karşılaşınca tuhaf tepkiler verir. Cebinden kumandasını çıkarıp ekrandaki görüntülere müdahale etmek ister ama başarılı olamaz.



Görsel 5. Televizyon ekranında kendini izleyen Chance (*Being There*, 1979)

Chance, ekrandaki görüntüsüyle meşgulken yolun kenarına park eden iki aracın arasına girdiğini fark etmez. Öndeki araba geri manevra yapınca iki araç arasına sıkışır. Şoför son anda Chance'i fark edip durur ve yardım etmek için araçtan iner. Chance'in bacağı incinmiştir. Aynı araçtan inen orta yaşlı iyi giyimli bir kadın, her ihtimale karşı Chance'i hastaneye götürmek konusunda ısrar eder. Chance araca biner. Zengin ve nüfuzlu biri olduğu anlaşılan kadın, Chance'in kazadan şikâyetçi olmasını önlemek için onu evine davet eder. Evinde misafir edeceği kişiyi tanımak isteyen kadın, Chance'e

adını sorar. Chance, o esnada kendisine ikram edilen içki boğazına kaçınca öksürmeye başlar. Verdiği cevap zorlukla anlaşılır. Eve Rand, onun adını “Chauncey Gardiner” olarak algılar.

Chance; Eve Rand ve Ben Rand’in malikânesine tekerlekli sandalye ile getirilir ve kalacağı odaya alınır. Doktor Robert Allenby, Chance’i muayene eder ve ağrısını dindirmek için bir iğne yapar. Chance’in Randlere dava açıp açmayacağını öğrenmek ister. Chance, Franklin’in de aynı soruyu sorduğunu söyleyince, Doktor Allenby onun bu sorunu avukatlar aracılığıyla çözmeye karar verdiğini düşünür. Chance ise “Davaya gerek yok” cevabını verir ve uzaktan kumandayı kullanarak odadaki televizyonu açar. Chance’in tüm ilgisi her zamanki gibi televizyondadır. Doktor Allenby, Chance’ten bir iki gün daha Randlerde kalmasını rica eder. Chance, içinde uzaktan kumandalı televizyon da bulunan konforlu bir odada nazik bir ilgiyle ağırlandıca bu teklifi geri çevirmez. Malikânede bir sürü bahçe olduğunu öğrenince memnuniyeti daha da artar.

Chance, röntgeni çekilmek üzere malikânenin içinde küçük bir hastane konforunda düzenlenmiş bölüme götürülür. Orada kemik iliği kanseri tedavisi gören senatör Ben Rand ile tanışır. Chance, “Böyle bir şeyi daha önce televizyonda görmemiştim” diyerek dış dünya ile ilgili tüm bilgisinin televizyon kaynaklı olduğunu bir kez daha ortaya koyar. Siyahi röntgen teknisyeni Chance’in ilgisini çeker. O gün sokakta karşılaştığı siyahi gençlerden oluşan çete ve çetenin reisi Raphael aklına gelir. Teknisyene Raphael’i tanıyıp tanımadığını sorar. Chance, dış dünyanın gerçekliğini televizyonun parçalı ve dağınık anlatı akışı tarafından manipüle edilmiş bir zihinle algılamaya çalışır.

Chance; Eve Rand, Ben Rand ve Doktor Allenby ile akşam yemeğinde bir araya gelir. Evinin avukatlar tarafından kapatıldığını dile getirir. Chance’i kendisi gibi bir iş insanı olarak gören Ben Rand, ona planının ne olduğunu sorar. O da “Bahçenizde çalışmak isterim” şeklinde cevap verir. Ben Rand, “Her iş adamı bir bahçıvan değil midir? Taşlı toprağı verimli kılmak için kendi elleriyle çalışıp durur. Alnından damlayan terle toprağı sular” sözleriyle Chance’in talebini tamamen mecazi anlamda yorumlar. Chance, “Arkamda bıraktığım bahçe öyle bir yerd. Ama artık gitti. Elimde kalan tek şey yukarıdaki odam” diyerek Ben Rand ile aynı bakış açısını paylaştığı izlenimini yaratan bir karşılık verir. Aslında Chance, her zamanki gibi ne kastediyorsa onu söylemiştir. Ben Rand ise onun bu sözlerini artık yenilgiyi kabul etmiş bir iş insanının ümitsizliği olarak yorumlar. Chance’in misafir edildiği odayı kastederek söylediği “yukarıdaki odam” sözünü ise yine mecazi anlamda ölümü kabullenmek olarak algılar. Ben Rand, dostça bir sitemle Chance’in savaşıma devam etmesi gerektiğini dile getirir.

Chance, Randlerin evine yerleşerek kendi izole edilmiş küçük bahçesinden çok daha büyük bir bahçeye transfer olur. Seçkinlere ait bu bahçede Chance’in aslında düz

anlamda söylediği sözler, derin anlamlar içeren bilgece konuşmalar olarak yorumlanır. Ben Rand, Chomsky'nin (2012) argümanlarıyla ifade etmek gerekirse kendisine doktrin aşılana siyasal seçkinlerden biri olarak iktidara hizmet etmektedir. Onunla görüşmek için malikânesine kadar gelen Başkan'ı bekletebilecek güçte biridir. Bu sebeple "kralları seçen adam" olarak nitelendirilir. Ben Rand, Chance'in başkanla tanışmasını ister. Ben Rand'ın kullandığı beden dilini gözlemleyen Chance, Başkan'la aynı şekilde el sıkışır. Başkan, geçici teşviklerle büyümenin mümkün olup olmadığı konusunda Chance'in fikrini öğrenmek ister. Chance'in cevabı yine kendi bahçesindedir: "Kökler zedelenmedikçe bir şey olmaz ve bahçede her şey yolunda gider. Bahçede büyümenin bir mevsimi vardır". Başkan, bunun son zamanlarda duyduğu en iyimser görüş olduğunu, Chance'in fikrine hayran kaldığını dile getirir. Chance'in kim olduğunu merak eden Başkan, bu görüşme sonrasında yardımcılarına onun hakkında bilgi toplamalarını emreder.

Gerek Ben Rand gerekse Başkan, Chance'i kendi bahçelerinden görmekte ve onun yalnızca basit hayat tecrübesine dayanan görüşlerine derin anlamlar yüklemektedir. Chance ise metafora gereksinim duymadan dolaysız bir biçimde konuşur. Aslında ne söylüyorsa birebir onu kasteden Chance'in açık sözlülüğü, çevresindekiler tarafından politik doğruculuğa tenezzül etmeyen bir bilgelik olarak kabul edilir. Başkan, yaptığı konuşmada Rand'ın arkadaşı olan Chance'ten Gardiner olarak söz eder ve onun ülkenin ihtiyaç duyduğu önseziyi taşıdığını dile getirir. Gardiner'in görüşmede sarf ettiği sözleri, "Sanayinin kökleri millî toprağımıza kuvvetlice bağlı oldukça ekonomimizin ufku kesinlikle güneşli olacaktır" şeklinde aktarır. Seçkinler, Chance'e entelektüel bir kanaat önderi rolü atfederler. Chomsky'nin (2012, s. 37) ifade ettiği şekilde, seçkinlerin bakış açısı medyayı kuşatır ve halkın düşüncesi denetim altına alınır. Chance'e ülke siyasetini yönlendirebilecek bir kimlik atfedilir. Bu durum, Rosenhan'ın (1973) ortaya koyduğu "doğrulama önyargısı"na karşılık gelir. Söz konusu önyargı, Lippmann'ın (2020, s. 70-71) da vurgu yaptığı gibi gerçeklere erişimi engeller. Olayları tarafsız biçimde değerlendirmenin önüne geçer.

Hepimiz aynı bahçedeyiz: Medya denetimi ve propaganda

Washington Post'un finans editörü, Chance'in entelektüel bir figür olarak algılanmasına medyayı temsilen katılır. Herman ve Chomsky'nin (2012) sözünü ettiği propaganda modelinin tüm süzgeçleri devreye girmiş olur. Telefonda görüştüğü editör, Chance'ten Başkan'ın konuşması hakkında bir değerlendirme yapmasını ister. Chance'in verdiği cevaplar kısa ve yüzeyseldir. Başkan'la tanışmanın çok hoş olduğunu dile getirir; ancak editör Chance'in tavrını yorum yapmaktan kaçınmasına bağlı; somut bilgiler almak ister. Bu konuşma sırasında gözünü televizyondan ayırmayan Chance, izlediği jimnastik hareketlerini tekrarlamaya çalışır.



Görsel 6. Televizyondaki jimnastik hareketlerini taklit eden Chance (Being There, 1979)

Dikkati televizyonda olduğu için konuşmaya odaklanamaz ve editörün sorusuna cevap vermeden telefonu kapatır. Hemen sonrasında The Garry Burns Show'un yapımcısı arar ve Chance'e programa çıkmayı teklif eder. Garry, Chance'in "ayakları yere sağlam basan" görüşlerinden etkilenmiştir. Chance, yayın öncesinde programın yapımcılarından birinin "Bu gece son kırk yılda tiyatroya gitmiş olanların toplamından daha çok sayıda insanın bizi seyredeceğinin farkında mısınız?" sorusuna "Neden?" diye karşılık verir. Aldığı cevap anlamlıdır: "Tanrım! Bilmiyorum!". İnsanlar, bir tiyatro oyunu yerine popüler bir televizyon programını izlemeyi tercih ederler. Herman ve Chomsky (2012, s. 72), kitle medyasının propaganda yoluyla aşıladığı bu davranış kodlarını eleştirir. Chomsky (1995), etrafı kuşatan pek çok psikolojik mutajenle birlikte kitlelerin soru sormaktan ve eleştirellikten uzak taraftarlara dönüştüğünü savunur. Bu iddia, kitleleri hipnotize etmek amaçlı bir saldırı olduğu fikrine dayanmaktadır. Chance, bu saldırının tipik bir kurbanıdır. Bir "stereotipleştirilmiş form" (Lippmann, 2020, s. 115) olarak algılanır. Artık televizyondadır ve herkes tarafından tanınan biri hâline gelmiştir.

Programın yapımcısı, Chance'in Başkan'la hemfikir olduğu görüşler hakkında bir yorum yapmasını ister. Chance, artık kitlelere doktrin aşılamanın bir parçası olmuştur; olayları kendi bahçesinden yorumlamayı sürdürür: "Her şeyin büyüyüp güçlenmesi mümkün. Ve bin türlü yeni ağaç ve yeni çiçek için yeterince yer var". Bu canlı yayını o esnada avukatlar Franklin ve Hayes de izlemektedir. Chance'e hayran kalan Hayes, onun bir bahçıvan gibi konuştuğunu ama çok zeki biri olduğunu ifade eder: "Söylediklerini ilkökul seviyesinde tutması çok zekice. Böylece anlayabiliyorlar". Avukat Franklin ise "Bize o numaraları yaptığında planı neydi acaba?" sözleriyle Chance hakkındaki kafa karışıklığını dile getirir. Doğrulama önyargısıyla düşünen Hayes, bu işte hükümetin parmağı olabileceğini ileri sürer. Chance'in katıldığı canlı yayını izleyenlerden biri de hizmetçi Louise'dir. Bir siyahi olan Louise, televizyona

çıkarak ünlenen Chance'in hikâyesini ABD'de beyazlar lehine işleyen toplumsal eşitsizliğin bir yansıması olarak yorumlar: "Bu çocuğa ta küçüklüğünden beri ben baktım. Ne okumayı ne yazmayı öğrendi. Hayır efendim. Kafasında beyin yoktu. Beyin yerine muhallebi vardı. Doğarken Tanrı hiçbir şey vermemiş. Bir de şu hâline bakın. Amerika'da beyaz ol yeter".



Görsel 7. Televizyon programına konuk olan Chance (Being There, 1979)

Bu gelişmeler yaşanırken Başkan'ın adamları Chance'in geçmişini araştırmış; ancak somut bir bilgi edinememişlerdir. Yalnızca Federal Soruşturma Bürosunun (*FBI – Federal Bureau of Investigation*) bulunduğu bazı verilere ulaşmışlardır: "Giyileri New Yorklu bir terzi tarafından elde dikilmiş 1928'de. Terzi 1933'te iflas etmiş ve sonra intihar etmiş. İç çamaşırları en iyi kumaştan. Fabrika 1948'de bir yangında yok olmuş. Bu adamın hiçbir kimliği yok". Bu veriler, Sartori'nin (2006) de dikkat çektiği gibi, daha çok görsel özelliklerin betimlenmesine dayalıdır.

Ben Rand, Chance'ten Eve ile birlikte Sovyet Büyükelçisi için verilen davete katılmasını ister. Chance'in doğal olmak gibi bir meziyete sahip olduğunu söyleyerek onu takdir eder. Chance, Eve ile birlikte katıldıkları gecede hangi gazeteleri okuduğunu soran muhabire "Gazete okumam, televizyon seyredirim" cevabını verir. Bunun üzerine aynı muhabirin, "Sizce televizyon gazetelerden daha geniş kapsamlı haber mi veriyor?" şeklindeki sorusunu ise "Televizyon seyretmeyi severim" diye cevaplar. Muhabir, bu açıklama üzerine şu çarpıcı yorumu yapar: "Toplum yaşamında pek az insan gazete okumama cesaretine sahip olabiliyor. En azından bu muhabir, bunu itiraf edecek cesarete sahip olana rastlamamıştı". Eve, bu diyalogları Chance'in basınla baş etme becerisi olarak yorumlar. Aslında Chance, yalnızca vaktini televizyon karşısında geçiren ve okuma gereksinimi hissetmeyen (post-leksik) kitle insanının açık sözlü bir üyesidir.

Chance, Sovyet Büyükelçisi'nin "Birbirimizden o kadar da uzak olmadığımızı göreceksin dostum" açıklaması karşısında dile getirdiği "Birbirimizden o kadar da uzak

değiliz. Sandalyelerimiz birbirine değiyor” sözleriyle takdir toplar. Chance, her zamanki gibi basit bir gerçeği ifade etmiştir; ama sözleri iki süper güç arasındaki dehşet dengesine gönderme yapan politik bir açıklama olarak yorumlanır. Büyükelçi, Chance’in fabl ustası Ivan Krilov’u okuyup okumadığını öğrenmek ister. Rusça bir cümle söyler. Chance bu cümleyi sanki anlamış gibi gülümser. Büyükelçi ve eşi, Chance’in Rusça bildiği sonucuna varırlar. Chance’in mizah anlayışından ve entelektüel duruşundan çok etkilenirler.



Görsel 8. Rusça biliyormuş gibi gülümseyen Chance (Being There, 1979)

İlerleyen saatlerde gecenin davetlilerinden biri, Chance’e siyaset felsefesi hakkında bir kitap yazmasını teklif eder. Chance “Yazamam...” karşılığını verir. Bunun üzerine altı haneli bir avansın yanı sıra en iyi hayalet yazarları ve düzeltmenleri de onun emrine verebileceğini söyler. Chance, bu kez “Ben okuyamam” cevabını verir. Teklif sahibinin verdiği karşılık, televizyon çağının üç cümlelik bir özetidir: “Tabii ki okuyamazsınız. Bugünlerde kimsenin vakti yok ki. Şöyle bir bakınıp televizyon seyrediyoruz”. Bu yorum, aslında Deleuze ve Guattari’nin (2000) “kapitalizmin derinlemesine cahil” olduğu argümanı ile tamamlanmaktadır. Okuma yazma bilmeyen Chance’in sekiz dil konuşabildiği, tıp ve hukuk eğitimi aldığı şeklindeki dedikodular etrafta yayılmaya başlar.

Chance’in kişiliği ve geçmişi hakkındaki gizem herkesin ilgisini çekmektedir. Davetliler arasındaki medya patronları, Chance’in bir CIA ya da FBI projesi olduğuna dair spekülasyonlar yapar. Chance hakkında araştırma yapanlardan biri de Doktor Allenby’dir. Doktor Allenby, Avukat Franklin’le Chance hakkında görüşür. Ben Rand ve Eve Rand’i Chance’ten gelebilecek muhtemel tehlikelere karşı koruma motivasyonu ile hareket eder. Avukat Franklin, Chance’in ölen ev sahibi ile mali bir bağlantısı olduğundan şüphelenmektedir. Doktor Allenby, Franklin’den bu konuşmanın gizli kalmasını rica eder. Chance hakkındaki gerçeği paylaşmak üzere Ben Rand’in yanına gider; ancak Rand’in söylediği sözlerden sonra sessiz kalmayı tercih

eder: “Onda benim güvenimi uyandıran bir şey var. Kendimi iyi hissetmemi sağlıyor. O geldiğinden beri ölüm düşüncesi beni daha az rahatsız ediyor”.

Televizyondaki bir çiftin öpüşme görüntülerini izleyip taklit eden Chance, odasına gelen Eve’i teklifsizce öper. Televizyondaki öpüşme sahnesi sona erdiğinde Chance de öpüşmeyi sonlandırır. Eve, Chance’e neden durduğunu sorar. Chance, “Seyretmek hoşuma gider” cevabını verir. Chance’i mutlu etmek isteyen Eve, perdenin arkasına geçip yere uzanır. O sırada yatağın üzerinde olan Chance ise televizyon izlemektedir. Yere uzanmış kendini tatmin eden bir kadınla, izlediği jimnastik hareketlerini yatağın üzerinde taklit etmeye çalışan bir adamın tuhaf görüntüsü, zamanını televizyon izleyerek geçiren kitlenin yaşam tarzının grotesk bir mizahıdır.



Görsel 9. Cinselliğe kayıtsız kalan Chance (Being There, 1979)

Kısa süre sonra Ben Rand’in sağlık durumu kötüleşir. Rand, artık tedaviye devam etmeyi reddeder. Son nefesini verirken Eve’i Chance’e emanet eder. Ben Rand’in ölümüne üzülen Chance’in gözlerinden bir damla yaş süzülür. Duygularını ilk kez açığa vurmuştur. Doktor Allenby, Chance’e gerçek adıyla hitap ederek “Eve ile yakın arkadaş oldunuz değil mi?” diye sorar. Chance, Eve’i çok sevdiğini söyler. Bu samimi itiraftan cesaret alan Doktor Allenby, Chance’in kimliği hakkındaki gerçeği bizzat kendisine onaylatmak için sorar: “Sen gerçekten bir gardenyacı bahçivansın değil mi?”. Aldığı olumlu karşılık Doktor Allenby’nin Chance hakkındaki şüphelerine son verir.

Ülkenin önemli siyasal seçkinleri Ben Rand’in cenazesinde bir araya gelmiştir. Seçimi kimin kazanacağı hakkında spekülasyon yapmaya başlamışlardır. Chance’in kimliği ve geçmişi hakkında somut bir bilgi bulunmamasını avantaj olarak değerlendirirler. Mevcut başkanı desteklemek yerine Chance’ten yana olmak konusunda hemfikirdirler. Toplum arasına hiç karışmamış, zamanını daha çok televizyon izleyerek geçirmiş, hayat hakkındaki bilgisi bahçesindeki bitkilerle sınırlı bir

adamin yarattığı entelektüellik yanılması; onun ABD gibi büyük bir ülkenin siyasi kaderini etkileyebileceğini; hatta okuma yazma bilmemesine rağmen başkan adayı olabileceğini görmek çok çarpıcıdır.

Başkan'ın konuşması devam ederken Chance kalabalıktan ayrılır. Tıpkı Hz. İsa'nın su üstünde yürümesi gibi Chance'in de gölün üstünde yürüdüğü görülür (Krizanovich, 2006, s. 656). Chance, bir ara durup elindeki şemsiyeyi suyun içine daldırınca üstünde yürüdüğü gölün siğ bir su birikintisi olmadığı anlaşılır.



Görsel 10. Gölün üstünde yürüyen Chance (Being There, 1979)

Filmin son sahnesi, Chance'in okuma yazma bilmeyen siğ bir adam mı, yoksa yaşamın sırrına ermiş derin bir bilge mi olduğu konusunda ikileme yol açar. Sonuçta izleyici de Chance'le ilgili gerçeği kendi bahçesinden görmektedir.

Sonuç

Being There filminde eleştirilen televizyon kültürü, *homo videnste* karşılığını bulan yeni insan tipinin psikolojisini şekillendirmiştir. Başkarakter Chance'in kişiliğinde vücut bulan yeni insan tipi, medya denetimi ile oluşmakta; propaganda ve doğrulama önyargısı ile kitlelerin tarafsız ve eleştirel düşünmesinin önüne geçilmektedir. Bu çalışma, televizyonun yarattığı yeni insan tipinin psikolojisini Chomsky'nin entelektüellerin toplumun doktriner doğrularını onaylamakla görevli olduğu yönündeki argümanı çerçevesinde analiz etmektedir.

Chance; tüm hayatını bahçıvanlık yaptığı bir malikâne, dört duvar arasında, zengin ev sahibinin himayesinde geçirmiş ve dünyayı yalnızca televizyon dolayısıyla tanımıştır. Olayları kendi bahçesinden yorumlar. Chance, kendi hayatının kontrolünü yitirmiş; izlemekle yetinen yeni insan tipinin uç bir örneğidir. Bilinci televizyon tarafından felce uğratılmıştır. Görsellik ve sürekli akış nedeniyle şizofrenik bir biçimde

konudan konuya savrulmaktadır. Derinleşme ve bağımsız düşünme becerisini yitirmiştir. Şaşkın, apatik ve cahildir. Medyanın yarattığı doğrulama önyargısı, Chance'in cehaletinin bir tür entelektüellik olarak görülmesini sağlar. Chance, çıkmaza girmiş Amerikan siyasetinin kaderini yönlendirecek bir şans olarak görülür.

Medya, siyasal seçkinler ve televizyon izleyicileri, Chance'i zihinlerindeki doğruların sağlamasını yaptıkları bir figür olarak yorumlar. Bu durumun iki istisnası vardır: Ben Rand'in doktoru Allenby ve Chance'i çocukluğundan beri tanıyan hizmetçi Louise. Doktor Allenby, bir bilim insanı olarak durumdan şüphe duyar ve bulguları tarafsızca değerlendirir. Louise ise Chance'i çocukluğundan beri tanıdığı için onun okuma yazma dahi bilmeyen ve kendi başına yaşamını idame ettiremeyecek biri olduğunun farkındadır. Bu iki kişi dışında herkes aslında sığ *bir yerde* derinlik arar. Chance, zekâ düzeyi düşük ve formel eğitim almamış biridir; ama asıl çarpıcı olan etrafındaki zekâ düzeyi yüksek ve eğitilmiş kişilerin onunla ilgili gerçeği fark edememiş olmalarıdır. Bu anlamda Chomsky'nin entelektüel karşıtlığını sağlıklı bir tepki olarak değerlendirmesi anlaşılır bir durumdur.

Televizyon kültürü üzerine düşünmek, yirmi birinci yüzyılın yeni medyasını anlamak ve medya okuryazarlığını daha geniş bir perspektiften değerlendirmek için de önemli bir başlangıçtır. *Being There* örneği, dünyayı yeni iletişim teknolojileri dolayısıyla algılamanın yaratacağı sonuçları da tartışmanın zeminini oluşturur. Sosyal medyanın yarattığı insan tipinin temellerinin televizyon yayıncılığı ile atıldığı söylenebilir. Instagram'daki bir *story* paylaşımına baktıktan sonra bir TikTok videosu izlemek, ardından da YouTube'u açmak, Chance'in elinde kumandayla televizyon kanalları arasında gezinmesinden temelde farklı bir davranış değildir. Patlayan araba lastiğinin nasıl tamir edileceğini internetten bakıp öğrenmeye çalışan insan, Chance'in yalnızca yeni bir versiyonudur. Yaşadığımız yüzyılda seyirci olma hâlinin kapsamı ve süresi katlanarak devam etmektedir. Ekran bağımlılığına karşı verilecek psikolojik savaşta Chomsky'nin ancak eğitimle mümkün gördüğü bir umut ışığı hâlâ vardır.

Kaynakça

- Akdoğan, Y. (1995). *Görsel İktidar* (1. Baskı). İstanbul: İnsan.
- Ashby, H. (Yönetmen). (1979). *Being There*. [Film]. ABD: Lorimar.
- Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi* (1. Baskı) (Çev. G. Batuş). İstanbul: Avcıol.
- Bauman, Z. (2020). *Eğitim Üzerine* (1. Baskı) (Çev. A. E. Pilgir). İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. ve Donskis, L. (2020). *Ahlaki Körlük: Akışkan Modernlikte Duyarlılığın Yitimi* (1. Baskı) (Çev. A. E. Pilgir). İstanbul: Ayrıntı.
- Beyaz, C. (2014, 12 Şubat). Doğru Zamanda, Doğru Yerde Olmak. *Sinefestö*. <https://www.sinefestö.com/dogru-zamanda-dogru-yerde-olmak.html> Erişim Tarihi: 20 Eylül 2020
- Biography. (2016, 1 Nisan). John Logie Baird. <https://www.biography.com/inventor/john-logie-baird> Erişim Tarihi: 13 Temmuz 2022
- Boody, W. (2019). Televizyon Başlıyor. D. Crowley ve P. Heyer (Ed.), *İletişim Tarihi: Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya* (5. Baskı) (Çev. B. Ersöz) (s. 307-321). Ankara: Siyasal.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon Üzerine* (1. Baskı) (Çev. T. Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi.
- Butsch, R. (2019). Aptal Kutusu, Hayranları ve Bağımlıları. D. Crowley ve P. Heyer (Ed.), *İletişim Tarihi: Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya* (5. Baskı) (Çev. B. Ersöz) (s. 357-363). Ankara: Siyasal.
- Chomsky, N. (1995). *Medya Denetimi: İmediast Bildirgesi* (2. Baskı) (Çev. Ş. Süer). İstanbul: Tümzamanlar.
- Chomsky, N. (2008). *Medya Denetimi* (2. Baskı) (Çev. E. Baki). İstanbul: Everest.
- Chomsky, N. (2012). *İktidarı Anlamak* (2. Baskı) (Çev. T. Doğan). İstanbul: BGST.
- Deleuze, G. ve Guattari, F. (2000). *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia* (10. Baskı). Minneapolis: University of Minnesota.
- Denzin, N. K. (2004). Reading Film: Using Films and Videos as Empirical Social Science Material. U. Flick, E. von Kardorff ve I. Steinke (Ed.), *A Companion of Qualitative Research* (1. Baskı) (Çev. B. Jenner) (s. 237-242). Londra: Sage.
- Edgerton, G. (2019). Kargaşadan Huzura. D. Crowley ve P. Heyer (Ed.), *İletişim Tarihi: Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya* (5. Baskı) (Çev. B. Ersöz) (s. 345-356). Ankara: Siyasal.
- Esslin, M. (1991). *TV: Beyaz Camın Arkası* (1. Baskı) (Çev. M. Çiftkaya). İstanbul: Pınar.

- Fisher, M. (2010). *Kapitalist Gerçekçilik: Başka Alternatif Yok Mu?* (1. Baskı) (Çev. G. Çağalı Güven). İstanbul: Habitus.
- Herman, E. S. ve Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası* (2. Baskı) (Çev. E. Abadoğlu). İstanbul: BGST.
- Kılıç, L. (1994). Televizyon ve “Görüntü Çöplüğü”. *Cogito*, 2, 51-62.
- Krizanovich, K. (2006). Being There (1979) Bir Yerde. S. J. Schneider (Ed.), *Ölmeden Önce Görmeniz Gereken 1001 Film* (1. Baskı) (Çev. P. Şengözer Şiraz vd.) (s. 656). İstanbul: Caretta.
- Lidar, V. (2020). Edebiyat ve Sinema İlişkisi: Medyalararasılık Bağlamında “Bir Yerde” ve “Merhaba Dünya”ya Bakış. *International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, 5(10), 289-298.
- Lippmann, W. (2020). *Kamuoyu* (1. Baskı) (Çev. Ed. O. D. Yılmaz, Çev. S. Ulağlı vd.). İstanbul: Kabalıcı.
- Meerloo, J. A. M. (1954). Television and Addiction and Reactive Apathy. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 120(3), 290-291.
- Meydan, A. (2019, 25 Ağustos). Being There (1979): Masumiyet Siyaseti. *Bir Dünya Film*. <https://www.birdunyafilm.co/being-there/> Erişim Tarihi: 20 Eylül 2020
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum* (1. Baskı). Ankara: TRT.
- Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar I* (7. Baskı) (Çev. S. Özge). Ankara: Yayınodası.
- Ortega y Gasset, J. (2010). *Kitlelerin Ayaklanması* (1. Baskı) (Çev. N. G. Işık). İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Postman, N. (2004). *Televizyon: Öldüren Eğlence / Gösteri Çağında Kamusal Söylem* (4. Baskı) (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı.
- Postman, N. (2006). *Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni* (2. Baskı) (Çev. M. E. Yılmaz). İstanbul: Paradigma.
- Robins, K. (2013). *İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası* (1. Baskı) (Çev. N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı.
- Rosenhan, D. (1973). On Being Sane in Insane Places. *Science*, 179(4070), 250-258.
- Saramago, J. (2018). *Körlük* (6. Baskı) (Çev. I. Ergüden). İstanbul: Kırmızı Kedi.
- Sartori, G. (2006). *Görmenin İktidarı Homo Videns: Gören İnsan* (2. Baskı) (Çev. G. Batuş ve B. Ulukan). İstanbul: Karakutu.
- Schiller, H. (2005). *Zihin Yönlendirenler* (2. Baskı) (Çev. C. Cerit). İstanbul: Pınar.

Şentürk, R. (2017). *İletişim ve Televizyon Teorileri* (1. Baskı). İstanbul: Küre.

Trott, D. (2019). *Yaratıcı Körlük ve Tedavi Yolları* (1. Baskı) (Çev. T. Gezer). İstanbul: Maltepe Üniversitesi.