

V FOR VENDETTA FİLMİNİN ALIMLAMA ANALİZİ İLE SİNEMADA**TELEVİZYON****Aybike SERTTAŞ**

Arel Üniversitesi,

İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü

İstanbul

ÖZET

Alımlama çalışmaları, izleyicinin/okuyucunun medya ürünlerini açıklamada aktif olduklarını ve aynı üründen farklı bireylerin farklı anlamlar çıkarabileceğini varsayar. Çalışma, bu çıkış noktasından hareketle benzer demografik özelliklere sahip bir kitlenin, kendilerine izletilen bir sinema filminde, bir ikon olarak yer alan televizyonu nasıl alımladıklarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla ilk bölümde alımlama yönteminin teorik çerçevesi çizilmiş, ikinci bölümde çalışmada bahsi geçen kuramlar detaylandırılmış, üçüncü bölümde *V for Vendetta* adlı sinema filmi hakkında genel değerlendirme yapılmış, dördüncü bölümde de araştırmaya katılan öğrencilerin filme yönelik alımlamaları başlıklar altında sınıflandırılarak yorumlanmıştır. Sonuç olarak, klasik Hollywood anlatısı ile oluşturulmasına rağmen, hedef grubun seçilen medya ürününü eleştirel biçimde değerlendirebildikleri, filmin temasını güncel kitle iletişim sistemi ile karşılaştırdıkları ve karşıt okuma gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Alımlama Araştırması, Sinemada Televizyon, Hegemonya, Gündem Belirleme, Suskunluk Sarmalı.

RECEPTION ANALYSIS OF V FOR VENDETTA AND TELEVISION IN CINEMA**ABSTRACT**

Reception studies assume that the audience/ readers take an active part in explicating media products, and a product can have different meanings to different individuals. From this point forth, this study aims to investigate how the audience that have similar demographic characteristics receive TV as an icon when they watch a cine film. For that purpose, in the first part of the study, the reception method is provided theoretically; in the second part, the institutions mentioned in the study are elaborated; in the third part, the film *V For Vendetta* is evaluated while in the fourth one, the students' reception of the film is interpreted through a classification under different headings. Consequently, it is determined that despite its having the classical Hollywood narrative style; the target audience are able to evaluate the media product in question taking a critical approach, compare the theme of the movie with the current mass media system and perform oppositional reading.

Key Words: Reception Research, Television in Cinema, Hegemony, Agenda Setting, Spiral of Silence.

Giriş

Çalışmanın amacı öğrencilerin yalnızca izledikleri sinema filmini nasıl alımladıkları değil, aynı zamanda filmin içinde önemli bir role sahip olan televizyonu bir medyum olarak nasıl konumlandıklarını çözümlenektir. Bu bağlamda incelenen metinler, birbiriyle bağlantılı üç ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Televizyonun bir hegemonya aygıtı olarak alımlanması, televizyonun suskunluk sarmalı aktörü olarak alımlanması ve televizyonun gündem belirleme rolünün alımlanması.

Bu çalışma Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde, 2013-2014 akademik yılı Bahar yarıyılında, İletişim Kuramları dersini alan öğrencilere *V for Vendetta* filmini izleterek yapılmıştır. Öğrenci profili ile ilgili bilgi vermek gerekirse, öğrenciler orta sınıf ve üst-orta sınıfa mensup toplumsal kategorilere dahil edilebilir. Öğrencilerin yaş aralığı 18-24'tür. Bu öğrencilerden 12'si kız, 14'ü erkektir. *V for Vendetta*'yı izleyen katılımcı sayısı 26'dır.

Dersi alan öğrencilere film Mayıs ayında –dönem sonu olarak kabul edilebilir- izletilmiş ardından öğrencilerden filme dair düşüncelerini yazmaları istenmiştir. Öğrenciler, İletişim Kuramları dersinde ana-akım ve eleştirel yaklaşımları detaylı bir şekilde ve farklı medya ürünlerine dair örnekleri inceleyerek katılımcı bir dönem geçirmişlerdir. Bu noktadan yola çıkarak *V for Vendetta* filmine dair yorumlarını anlatmalarını istenen metinler yazmaları dönem boyu yapılan çalışmalarla bağlantılıdır fakat öğrencilerden izledikleri filmi derste işlenen konularla ilişkilendirmeleri istenmemiş, metne yansıtacakları düşünceler yönlendirilmemiştir.

Çalışmada öğrencilere hazırlayacakları metnin uzunluğu konusunda da bir sınırlama getirilmemiştir. Çalışmanın amacı öğrencilerin yalnızca izledikleri sinema filmini nasıl alımladıkları değil, aynı zamanda filmin içinde önemli bir role sahip olan televizyonu bir medyum olarak nasıl konumlandıklarını çözümlenektir. Bu bağlamda incelenen metinler, birbiriyle bağlantılı üç ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Televizyonun bir hegemonya aygıtı olarak alımlanması, televizyonun suskunluk sarmalı aktörü olarak alımlanması ve televizyonun gündem kurma rolünün alımlanması.

V For Vendetta filminde televizyon bir kitle iletişim aracı olarak filmde görünen herhangi bir nesne değil bir ikon olarak pek çok anlam taşıyan ayrı bir karakterdir. Siyasi erk ile kamuoyu arasındaki iletişimin büyük kısmı televizyon aracılığıyla gerçekleştirilmekte, televizyon kitlelerin hem uyuşturulmasında hem de aydınlatılmasında kilit denebilecek bir rol üstlenmektedir. Filmde bu işlev televizyon kanalının özenle planlanmış yayın akışı ile yerine

getirilmekte ve izleyici yayın akışının perde arkası ile ilgili bilgi edinebilmektedir. Williams'ın (1974) akış teorisinde ifade ettiği gibi bir televizyon kanalının ilk programından son yayınladığı programa kadar bilinçli bir planlama söz konusudur ve yayınlanan her program bir mesajdır. Bu mesajlar birleşerek o televizyon kanalının anlatısını oluşturan tek bir ana mesaj haline gelirler. Bir diğer şekliyle, Mutlu'nun (1998, s.134-136), deyişyle televizyon büyük bir anlatı olsa da, bu büyük anlatı içinde küçük küçük anlatılardan oluşur. Tüm tekil televizyon anlatıları, başı, ortası ve sonu olan hikâyelerdir. Televizyonun sürekliliği içinde esas olarak seyrettiğimiz televizyondur, akış ise televizyonun üst anlatısıdır. Filmde televizyonun üst anlatısı tamamen iktidar lehine düzenlenmiş ve yayın akışı tamamen kontrol altında tutularak medya ve iktidar arasında profesyonel bir mesafe kalmamıştır.

Postman'a göre (2004, s.19), dünyadaki yaşamımıza ister söz ister basılı yayınlar ister televizyon kamerası merceğinden bakalım, medya metaforlarımız dünyayı bizim adımıza sınıflandırır, çerçeve çizer, genişletir, küçültür ve dünyaya ilişkin savlar ortaya atar. Gerçek dünyadaki olaylar hakkındaki malzemeler, kitlelerin ortak gündüşlerini üreten ve sürekli yayılan açıkça kurmaca malzemelerle mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Gerçeklik parçaları, televizyonu dolduran fantezi dünyasında erimekte, gerçek ile düş arasındaki çizgiler bulanıklaşmaktadır (Esslin, 2001, s.74). En çağdaş kitle iletişimi aracı olan televizyon, tarihi olayları işlerken tarihi yemekte, tüketmekte, yeniden kurgulamakta ve çarpıtmaktadır. Tarih, televizyonun karşısında kendini savunamaz duruma düşmüştür. İzleyicinin kendi dünyasını televizyon programları – örneğin bir dizi- aracılığıyla izlemesi, yaşadığı dünyayı meşrulaştırması olmaktadır (Oskay, 2000, s.333-334). *V for Vendetta*, bütün bu şekillendirme, yönlendirme ve tahakküm kurma teorilerinin somutlaşmış halini içeren sahnelerle, izleyici – siyasi erk – medya üçgenini anlatmakta, televizyon adlı medyuma eğlendirme, haber ve enformasyon aktarımı gibi işlevlerinin ötesinde bir anlam yüklemektedir.

Alımlama Yöntemi

Alımlama terimi, medya mesajı ile izleyici arasındaki etkileşime karşılık gelir. Kuram izleyiciye odaklanarak onu anlam üreticisi olarak kabul eder. Kuramın temel noktası, bir medya metninin tek bir anlamı olmadığına kabul edilmesidir. Buna göre tek bir anlamdan çok, bir medya metni izleyicinin etkileşime girmesiyle yorumlanır (Yoo ve Buzinde, 2012, s.223). Araştırmanın yöntemi olarak belirlenen alımlama çalışmalarında üç gelenek bir

aradadır: Edebiyat çalışmaları bağlamında metin okuma ve kavrama, Kültürel Çalışmalar geleneği ile bir metnin farklı kod açımlarının mümkün olduğunu önerme ve göstergebilim yöntemi ile mesajların içerisindeki ideolojiyi okumak (Erol, 2009, s.175).

Medya metinlerinin alıcılar tarafından nasıl “okunduğu”nu inceleyen ve izleyiciyi aktif olarak kabul eden alımlama yöntemi, Stuart Hall’un kodlama–kod açımına modelinden uyarlanarak geliştirilmiştir. Hall, medya metinlerinin çok-anlamı olduğunu ifade eder ve bu bağlamda alımlama sürecinde bir metin üç farklı şekilde okunur: hakim okuma, müzakereci okuma ve muhalif okuma. Hakim okuma, egemen ideolojinin desteklediği, metnin göndericinin önerdiği biçimde yorumlanmasıdır. Kodlama ve kod açımına birbirine denktir. Müzakereci okumada, kodlanan mesaj ile izleyicinin yorumu arasında uzlaşma vardır, alımlama sürecinde bazı kodlar kabul bazı kodlar reddedilir. Karşıt okumada ise izleyici programda sunulan tüm mesajları reddeder (Hall, 1999, s.59-61).

Hall ve arkadaşları, insanların tümünün aynı metni aynı şekilde göremeyeceklerini savunur. İzleyici, medya kanalı seçimini yaparken bile kendine uygun içerikler seçip tüketmektedir (Şeker ve Tiryaki, 2013, s. 197). Egemen ya da dominant okuma, izleyicinin ve göndericinin aynı kültürel yargılar, kurallar dizisi ve varsayımlara sahip olduğunu öngörür. Bu durumda alıcı ile gönderici arasında yanlış anlama ve eksik iletişim kurma problemi oldukça az yaşanır. Müzakereci okumada, alıcı, göndericinin mesajını baskın kültürel ve sosyal bakış açısına göre açım. İletiler büyük oranda anlaşılma fakat baskın-hegemonik okumadan farklı alımlanmaktadır. Karşıt okumada ise izleyici mesajın açımını karşı tarafın istediği gibi yapma yetisine sahiptir fakat toplumsal inançları gereği mesajlarda göndericinin arzu etmediği başka anlamlar da görür (Hall, 1993, s.101-103).

Erdoğan’ın (2012, s.166), eleştirel bir dille, özetle; etki tartışmasında sorumluluğun izleyiciye bırakılması ve medya profesyonellerinin aklanması şeklinde açıkladığı alımlama analizi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının varsayımlarını kullanır. İzleyici, medyanın inşa ettiğine direnir ve aktif olarak kendi anlamını kendi inşa eder. Anlamlar çoğuldur ve izleyici kendisine sunulan kodları çözer. İletişim araştırmaları, medyatik fenomenleri üretim süreci, medyatik içeriğin kendisi ve alımlanması olarak üç ana başlıkta inceler. Alımlama etnografisi kültür ürünlerinin anlamlarının bireylerin toplumsal aidiyetlerine bağlı olarak inşa edildiğini, izlerkitlenin izledikleri hakkında söylemler üretip metinler hakkında konuştuklarını varsayar ki incelemenin ana malzemesini bu söylemler oluşturur (Cheviron, 2013, s.86).

Kuramsal Çerçeve

Çalışma için seçilen izlerkitle, alımlamalarını yazılı olarak ifade ederken aynı zamanda çalışmanın kuramsal çerçevesini de şekillendirmiştir. Bunun sonucunda ortaya çıkan kuramlardan biri suskunluk sarmalı modelidir. Model, insanların çevreyi gözleyerek azınlıkta olan fikirleri tespit ettikleri varsayımından yola çıkar. Sosyal izolasyon korkusu ile bireyler çoğunluk tarafından benimsenmeyen tutumları, inançları ve fikirleri ifade etmekten kaçınırlar (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s.177). Kurama göre, iletişim araçlarının hemen hemen hepsi az ya da çok tekelci bir şekilde aynı kanıları dile getirme eğiliminde olup insanları toplumdaki kanı iklimine ilişkin çoğu kez yanlış bir görüntüyle baş başa bırakmaktadırlar (Ertike, 2012, s.120). Tartışmalı durumlar meydana geldiğinde medyanın desteğini alan görüş, toplumda egemen görüş haline gelir. Birey sessiz kaldığı zaman bireyin yakın çevresi de sessiz kalacaktır ki böylece radikal fikirlere sahip kişiler aykırılacak, egemen görüş pekiştirilecektir (Yaylagül, 2010, s.80-82).

Çalışmada incelenen bir diğer kuram, gündem belirleme kuramıdır. Kitle iletişim araçları, haber ve bilgilerin önem sıralamasını belirleyerek toplumun neyi ne kadar bilmesi gerektiğine karar verir. Böylece araçların gündemine alarak ağırlık verdiği konuların kamu tarafından önemli olarak algılandığı; araçlarda yer almayan konuların ise önemsiz olarak nitelendirildiği görülmektedir (Ertike, 2012, s.115). Gündem belirleme kuramı çerçevesindeki pek çok araştırma, medyanın iddia edildiği gibi toplumdaki gerçekleri olduğu gibi yansıtan bir ayna olmadığını savunur (Tekinalp ve Uzun, 2013, s.128). Medya gündemindeki sorun sıralamasıyla kamu gündemindeki sorun sıralamasının örtüşüp örtüşmediği yaklaşımın temel sorunsalıdır.

Medya çalışmalarında, gündem belirlemenin iki aşaması vardır: Birinci aşamada, gündem belirleme medyanın, diğerlerine neyin önemli olduğunu anlatmasıdır. İkinci ve daha açık olan aşamada ise medya kamuoyuna neyin hakkında nasıl düşüneceğini söyler. Genellemek gerekirse, medya tarafından öne çıkarılan bir öykü, kamuya daha önemli görünür (Hunte v.d., 2013, s.26). Özünde, biri neyin önemli olduğuna ve onun hakkında ne düşünüleceğine karar verir ve diğerlerini de bununla ilgili bir şeyler yapmaya yönlendirir. Bütün bu aşamaların hepsine -bilgi toplama, şekillendirme ve dağıtım- medya da dahildir (Besiou v.d., 2013, s.710).

Siyasal iletişim çalışmaları, gündem belirlemenin elit tabakadan çok halk odaklı olduğunu ifade ederler. Kamuoyu gündeminin teorik altyapısı Walter Lippmann'ın 1965'teki

çalışmalarına dayanır. Lippmann haber medyasının gerçeklik için filtre görevi gördüğünü söylerken, McComb ve Shaw (1972) medyanın gündem belirleme yetisi üzerinde çalışarak konuyu derinleştirmişlerdir (Eissler v.d., 2014, s.77). Kitle iletişim araçlarının (KİA), izlerkitle için dünyayı inşa etme yeteneğine sahip olduğunu ifade eden gündem belirleme kuramına göre, KİA halka ne düşüneceğini söylemekte başarılı olmasa da izleyicilere ne hakkında düşüneceklerini ve neyin önemli olduğunu anlatır (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s.161).

Medyanın gücü, bazı sorunları ve konuları görmezden gelip marjinalize edebilmesi ve bazı konuları da istediği yoğunlukta kamuoyunun gündeminde tutabilmesinde yatar (Yaylagül, 2010, s.80). Gündemde kalma / gündemde olmama konusunun özü mülkiyet ilişkileri ile bağlantılı olup egemen düşünceler medyanın gündemini işgal ederler. Kuram, eşik bekçiliği kavramı ile de bağdaştırılabilir. Şöyle ki, gündem belirlemede haber ve enformasyon, medyuma verilmeden önce çeşitli eşik bekçilerinden geçer. Kapı tutucuların seçme, şekillendirme, ortaya koyma, zamanlama, kısıtlama, vermeme ve tekrarlayıp tekrarlamama ile ilgili kararları enformasyon denetiminin önemli parçasını oluşturur (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s.163).

Eşik bekçiliği kuramı, çalışma içerisinde yer alan bir diğer kuramdır. Kitle iletişim araçlarına her gün değişik kanallardan yüzlerce bilgi ve belge ulaşmaktadır. Hangi olay ve olguların kamuoyuna ulaştırılacağı yanı sıra bunların nasıl kurgulanacağına eşik bekçisi adı verilen yetkililer karar vermektedir. Bu bağlamda iletişim sürecinde kaynak konumunda bulunan eşik bekçilerinin mesajı, hedef kitlenin algılayabileceği şekilde kurgulamaları gerekmektedir. Eşik bekçileri, reel gerçekleri; kişilikleri, dünya görüşleri, tercihleri, önseizileri, ahlak ilkeleri, düşünce çerçeveleri gibi etkilerin yanı sıra iletişim kanalının yayın politikası çerçevesinde uygun görülen şekilde hedef kitleye ulaştırmaktadırlar (Gökçe, 1998).

Alımlama araştırmasının örnekleme olan *V For Vendetta* filminde dramatisasyon da çeşitli şekillerde yer almaktadır. Televizyon dramatik bir araçtır çünkü aktardığı şeylerin büyük kısmı oyuncuların daha önceden hazırlanarak sunduğu kurgusal malzemelerden oluşan ve oyunun konusunu, konuşmaları, karakterleri, kostümleri kısaca dramatik ifade araçlarının hepsini kullanan geleneksel drama biçimindedir (Esslin, 1991). Erol Mutlu'ya (1999) göre, televizyon iki anlamda dramatikleştirmeye başvurmaktadır: İlki, televizyonun bir olayı sahneye koyması, görüntülemesi; ikinci olarak da, görüntülediği olayın önemini, dramatik ve trajik niteliğini abartmasıdır.

Filmi izleyen öğrencilerin yazdığı metinler incelendiğinde, metinlerin bir kısmında televizyonun bir dezenformasyon aracına dönüşmesi ve yayınların iktidarın yaptıklarının meşrulaştırılması için kullanılmasının vurgulandığı görülmüştür. Bu alımlamalar otoriter medya kuramına gönderme yapmaktadır. Basının özel girişimcilerin elinde olduğu, buna karşın siyasi iktidara bağımlı kılındığı monarşik sistemlerde otoriter medya kuramı uzun süre geçerli olmuştur. Kuramda basın, siyasi erke bağımlı, onun çıkarlarına hizmet eden ve siyasi erkin sürekliliğinin sağlanmasına yönelik faaliyet gösteren bir araç olarak tanımlanmıştır. Otoriter kuramın günümüzdeki yansımaları, medyanın siyasi otoriteyi destekler bir işleve sahip olması, otoriteyi küçük düşürücü yayınlar yapmaması, egemen ahlaki ve siyasi değerlere saldırmaması, sansürün olağan görülmesi şeklinde özetlenebilir (Işık, 2002, s.13-14).

Katılımcıların yaptıkları okumalar sonucunda ortaya çıkan bir diğer kavram hegemonyadır. Gramsci'nin burjuva değer ve normlarına bağımlı sınıflar üzerindeki ideolojik hâkimiyet olarak özetlediği hegemonya, devletin kendisi aracılığıyla yönetici sınıfın kendi egemenliğini yalnızca haklı gösterip koruması değil aynı zamanda yönetimi altında tuttuklarının etkin rızasını da kazanabildiği pratik ve teorik etkinliklerinin karmaşık bütünlüğüdür (Carnoy, 2001, s.253). Gramsci kültür, toplumsal ve siyasal iktidarın gereksinimlerine göre yeni insan tipinin yaratılmasının ve kitlelerin rızalarının sağlanmasının öneminden bahseder. Hegemonya kavramı bu noktada dikkat çekici hale gelir. Devlet, sadece baskı ile istediği etkiyi yaratamaz hükmettiği kitlelerin etkin rızasını oluşturmalıdır (Gramsci, 1971, s.254). Rıza oluşturmada en büyük rol medyaya düşer. Gramsci'nin hegemonya kavramı medyaya uygulandığında medyanın, ürünlerini tüketenlere egemen sınıfın değerlerini aktaran bir araç olduğu görülür. Medya, egemen yapıya karşı olan her türlü olaya karşıdır. Toplumsal düzeni tehdit eden her şey –protestolar, gösteri yürüyüşleri, solcular, çevreciler, farklı cinsel kimlikler- tehdit unsurudur. Medya egemen değerleri aktararak hegemonyayı yeniden üretir (Yaylagül, 2010, s.114).

Chomsky'e göre (Chomsky'den aktaran Erdoğan ve Alemdar, 2010) medya ve devlet propaganda makinesi, rızayı imal eder ve kamuoyunu manipüle eder. Gramsci liberal-kapitalist devlette halkın rızasının önde geldiğini, hegemonyanın üretim ve ekonomik alanların yanı sıra siyaset ve üstyapılar düzeyinde de örgütlenip elde edildiğini söyler. Hegemonya üstyapı kurumları -aile, eğitim sistemi, kilise, kitle iletişim araçları, kültürel

örgütler- yoluyla ve devletin baskıcı yanı ile çalışır. Aktif bir şekilde kazanılmak ve korunmak zorundadır (Erdoğan ve Alemdar, s.268-269).

Film öyküsünün içinde olduğu iletişim sistemi otoriter kuramlar uyuşmaktadır. Otoriter kuram kapsamı içinde kalan iletişim sistemlerinin ortak özelliği gazetelerin ve tüm içerik üretenlerin gerçekten bağımsız olamamaları ve son değerlendirmede – gerektiğinde zora dayanılarak- hükümet otoritesine bağlı kılınmalarıdır (Kaya, 1985). Bu yaklaşımda savunulan temel ilkelere göre, kitle iletişim araçları yerleşik siyasal erke her zaman bağlı olmalı, egemen ya da yaygın ahlaksal ve siyasal değerlere karşı çıkmamalıdır. Bu ilkelerin geçerliliğini sağlamak için öndenetim ve sansür uygulaması meşru ve haklıdır. Otoriteye karşı kabul edilemez saldırılar, resmi politikalarından hoşgörülemez sapmalar ve ahlak kurallarına uymama cezai sorumluluk gerektiren birer suçtur.

Otoriter düşüncenin gelişmesinde çağın önemli düşünürlerinin büyük katkısının olduğu söylenebilir. Eflatun'un, şiirlerin dahi denetlenip yönetim için uygunluğuna karar verildikten sonra yayınlanmasına izin verilmesini öngören katı denetim modeli bunlardan biridir. Machiavelli ise yazılarında topluma bilgi verilmesini önerir. Ancak, bu bilgi güdümlü bir bilgidir ve Machiavelli iletişim mekanizmasını kontrol altında tutan bir model önermektedir (Vural, 1994). Araştırmaya katılan öğrencilerin alımlamaları, yukarıda bahsi geçen kuramlar eşliğinde analiz edilmiştir. Film, pek çok eleştiriye konu olan Hollywood sineması ürünü olsa da sistem eleştirisi yapabilen bir yapımla ayrı bir noktadadır.

V for Vendetta Filmi Hakkında

*“Gerçeğin gücüyle ben,
sağlığında kainatı fethettim.”*

V For Vendetta

Sistem eleştirisini, aksiyon ve gerilim ile dengeleyerek ortalama izleyicinin keyif alabileceği bir yapıma dönüşen *V for Vendetta* yönetmenliğini James McTeigue'nin yaptığı, senaryosu Larry ve Andy Wachowski'ye ait bir filmidir. David Lloyd'un aynı adla yayınladığı çizgi romanından uyarlanmış, 2006 yılında gösterime girmiştir. Film, “*Hatırla, 5 Kasım'ı hatırla*” cümlesiyle başlar. İngiltere'de geçen filmde terör olayları, virüs saldırıları ve diğer felaketlerden kurtulmak adına halk, kendilerine huzur ve barış vadeden savunma bakanını

iktidara getirmiş, Sattler adındaki bu bakan kontrolü eline almış ve tüm farklı düşüncelere savaş açmıştır. Bu baskının, İngiltere'nin bütünlüğü için olduğunu iddia ederek son derece sıkı bir sansür uygulayan ve insanların en temel hak ve özgürlüklerini bile kısıtlayan Başkan Sattler'e bir kişi muhalefet etme cesaretini gösterir, o da filmdeki anti-kahraman V'dir.

Filmde dramatik anlatı pek çok gösterge ile güçlendirilmiştir. Bunlardan ilki V'nin taktığı Guy Fawkes maskesidir.¹ V, film boyunca maskesini çıkarmaz ve izleyici V'nin yüzünü asla görmez. Guy Fawkes maskesi bir gösterendir ve 'asla ölmeyecek olan düşünceler'i göstermektedir.

5 Kasım tarihi filmde sık sık sözü geçen bir diğer gösterendir. 400 yıl önce, Parlamento Binası'nı havaya uçurmak isteyen Guy Fawkes'un özgür düşünce için can verdiği gün bu şekilde sembole dönüşmüştür. 5 Kasım filmde, insanların baskıdan kurtulup özgürlüğe kavuşacakları günü simgelemektedir.

V for Vendetta'da televizyon sadece klasik eğlendirme, bilgi verme, kültür aktarımı ve benzer işlevleriyle bildiğimiz bir araç değildir. Filmin pek çok sahnesinde gördüğümüz televizyon ekranları birer gösteren olarak Başkan Sattler'in halk üzerinde kurduğu büyük baskıyı gösterir. Parlamento binası, özgür düşüncenin önündeki en büyük engeldir ve havaya uçması insanların üzerindeki baskıların da yok olması anlamına gelir. Bir gösteren olarak parlamento binası, halkın üzerindeki büyük baskı ve tehdidin somutlaşmış halidir. Filmde, V, her kurbanının cesedi üzerine kırmızı bir gül bırakmaktadır. Bu güller, Larkhill Hapishanesi'ni ve V'nin orada yaşadığı büyük acıları simgeler.

Bunların yanında kamera açıları, kamera hareketleri, kurgu ve geçişler, aydınlatma yöntemleri, renklerin kullanımı, ses efektleri ve müzik de filmde gördüklerimizi ve duyduklarımızı yorumlamada bize yardım eden göstergelerdir. Örneğin, dramatik açı, sahnenin duygusal etkisini artırır. Alçak kamera açısı, karakterleri ve objeleri daha uzun ve güçlü gösterir. Yüksek kamera açısı ise seyirciye üstünlük, karakterlere zayıflık hissi verir (Vineyard, 2000). Filmde, Başkan Sattler filmin sonu hariç, daima bir tele-ekrandan adamlarına hitap etmektedir. Egemen konumda olan Başkan'ın etkisini arttırmak, onu daha da otoriter göstermek için Başkan alt açıyla; genellikle azarladığı ve emirler yağdırdığı adamları daha da zavallı ve küçük algılandıkları diye üst açı kullanılmıştır. Ayrıca, Başkan daima baş

¹ Guy Fawkes, parlamento binasını havaya uçurmak isteyen bir anarşisttir. Özgür düşüncenin sembolü olmuştur. V'nin film boyunca yüzünden çıkarmadığı maskesi David Lloyd tarafından tasarlanmıştır. Sürekli gülümseyen maske altında sürekli acı çeken devrimci bir karakter vardır.

çekimle gösterilmiş, örneğin, çalışma masasında bile bel çekimle görüntülenmemiştir. Yakın çekim yapılarak yalnızca mesaj ön plana çıkarılmış, dikkati dağıtacak hiçbir öge çerçeveye konmamıştır. Benzer bir teknik Londra'nın Sesi Prothero'nun halka yaptığı konuşmalarda da kullanılmış, yakın çekimlerle izleyenlerin Prothero'ya odaklanmaları sağlanmıştır.

V, 5 Kasım tarihinde Adalet Heykeli'ni havaya uçurur, ertesi gün devlet denetimindeki BTN kanalını basar ve halka gerçekleri hatırlatan bir kaset yayınlar. 5 Kasım'ın anlamını vurgulayan bu kasetle V, İngiltere'de ilk defa bir kitle iletişim aracında farklı bir görüşün ifade edilmesini sağlamıştır. Filmde korkuyla susturulmuş halka gerçekleri hatırlatan V, onların akıllarından geçirip de dile getiremediklerini söyleyerek toplumsal bir hareketin temellerini atar. Filmde sık sık farklı düşünceler ne kadar sansür edilse de, insanlar ne kadar ölümlerle tehdit edilseler de hiçbir yöneticinin beyinlere hakim olamayacağı vurgulanır. Film, bu yönüyle George Orwell'in "1984"ünü anımsatmaktadır. İki eserin farklılığı, V For Vendetta'nın koşulların halk lehine değişebileceğini gösteren finalidir.

V For Vendetta Filminde Televizyonun Otoriter Kuramın Hegemonya Aracı Olarak Alınlanması

Filmdeki tehdit ve korku unsurunun kaynağı Devlet Başkanı Sattler'dir. Başkan Sattler, insanların doğuştan sahip olmaları gereken en temel hak ve özgürlüklerini bile kısıtlayarak bir korku imparatorluğu yaratmıştır. Otoritesini güçlendirmek için tüm kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Özellikle televizyonun toplum üzerindeki büyük etkisini anladığından pozitif yönlü denetim uygulamaktadır ve şehrin pek çok yerini büyük televizyon ekranlarıyla donatmıştır. Aşağıda sırayla ifadeleri aktarılan K1², K2, E1, K3 ve E2 propaganda stratejilerini hatırlamış, iktidarın gücünü koruma arzusunun şiddeti ile medya baskısının orantılı olduğunu fark etmişlerdir ve vurguladıkları gibi baskının en yoğun olduğu araç televizyondur:

K1

BTN kanalı, iktidarın propaganda aracıdır. Sunucu, ülkede ne olursa olsun, olayların olumlu yanlarını anlatır. İktidar her şeyin üstesinden gelir, kamuoyuna "siz sakin olun" mesajı verir. İktidar kendi devamlılığını korumak için medyayı kullanır. Haberlerde

² Cinsiyeti kadın olan öğrenciler K harfi ile; erkekler E harfi ile 1'den başlayarak kodlanmıştır. Çalışmada her öğrencinin bir tespitine yer verilmiş, aynı konuda farklı öğrencilerin benzer tespitleri aktarılmamıştır. Bu sayede makalenin sayfa sınırlaması gözetilmeye ve tekrarlama yapmamaya çalışılmıştır.

İktidar halkın bilmesi gereken önemli konuları önemsiz gibi aktarır ve halkın her şeyi öğrenmesini, bilmesini istemez. Halk V'nin konuşmasından etkilenmesine rağmen baskıcı ortamdan dolayı tepki vermez. İktidar için kuvvetini korumak her şeyin önündedir ve bunun için medyayı yoğun bir sansür uygulayarak kullanmaktan kaçınmamaktadırlar.

K2

V'nin terörist olarak anılması ile bir propaganda stratejisi uygulanmıştır. Televizyon haberlerinde gerçek görüntüler kullanılıyor gibi gösterilmiş, V ustaca hazırlanan metinlerle terörist ilan edilmiştir. Amaç iktidarda kalabilmektir.

E1

İnsanlar gündemden haberdar olmak için medyaya bağlı olduğundan yapılan haberlere kolayca inanıyorlar. Hükümet başkanı, barış ve düzen vaatleriyle toplumu kontrol altında tutmakta, karşılığında itaat ve tepkisizlik beklemektedir.

K3

Filmde haber ve enformasyon aracı olarak öncelikli medyumun televizyon olması önemli bir noktadır. Televizyon masumiyetini yitirmiştir. Hükümet iktidarda kalabilmek için dört şey kullanır: Baskı, şiddet, din ve medya.

E2

Filmde, TV programları pek çok amaçla kullanılıyor, tek işlevleri eğlendirmek ya da bilgilendirmek değil. Bu yapımlar insanları yönlendirmek ve uyutmak amaçlı hazırlanıyor. Hükümetin isteği hiçbir şekilde oy kaybetmemek, bunun için de medyanın, özellikle de televizyonun çok önemli ve değerli olduğunu biliyorlar. Artık savaşlar meydana değil televizyon ekranında çünkü.

Filmdeki tehdit ve korku unsurunun kaynağı devlet başkanı Sattler'dir. Başkan Sattler, insanların en temel hak ve özgürlüklerini bile kısıtlayarak bir korku imparatorluğu yaratmıştır. Otoritesini güçlendirmek için tüm kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Özellikle televizyonun toplum üzerindeki büyük etkisini anladığından pozitif yönlü denetim uygulamaktadır ve şehrin pek çok yerini büyük televizyon ekranlarıyla donatmıştır.

Diğer katılımcılar da *V For Vendetta*'da otoriter kurama örnek olarak gösterilebilecek bölümlerden bahsetmiştir.

E4

Öykünün başında, ana karakter V, adalet heykelini klasik müzik ve havai fişekler eşliğinde havaya uçurmaktadır. V'nin çok ses getiren ve haber değeri taşıyan bu eylemini medyanın halka yansıtması mümkün değildir. Fakat, hükümet başkanı Sattler, bu olayı hükümetin lehine çevirmek için olayın medyaya başka şekilde yansıtılmasını ister. Başkan'ın direktifiyle BTN Kanalı'nın yayın akışı değiştirilir ve V'nin eylemi "Acil Yıkım Operasyonu" başlığıyla olanları merak eden halka aktarılır. Haberde, "adalet heykelinin uzun süredir yıkılmasının planlandığı ve heykele gösterişli bir şekilde veda edildiği" ifade edilir.

E5

Londra'nın sesi Prothero öldürüldüğünde de ölüm haberi, Başkan'ın olaylara hakim olamadığı izlenimi yaratmamak için "ofisinde çalışırken öldü" başlığıyla verilir. Her programın metni yayınlanmadan önce Başkan'a onaylatılır ve onaylı metinlerin çekimi yapılır. Kurulu düzeni sarsıcı etkinlikler nasıl engelleniyorsa Başkan'ın onayından geçmeyen metinleri yayımlayanlar ortadan kaldırılır.

Yetkecilğin, sanat eserlerini bile sansürlemesine güzel bir örneği başka bir katılımcı vermiştir:

E6

Filmdeki dikkat çekici bir kurum, "Uygunsuz Mallar Daire Başkanlığı"dır. V, Gölge Galerisi adı verdiği evinde bu kurumdan çaldığı pek çok sanat eseri bulundurmaktadır: Tablolar, heykeller ayrıca müzik albümleri ve müzik aletleri. Buradan, Başkan Sattler'in, halkın zihnini bulandırmaması, düşünmeye ve sorgulamaya sevk etmemesi amacıyla sanata dair her şeyi ortadan kaldırdığı sonucuna ulaşıyoruz.

Bir katılımcı da televizyonda dramatisasyona gönderme yapmıştır:

K4

V For Vendetta'nın bir sahnesinde, Londra'nın Sesi Prothero'nun terörizme karşı yaptığı ateşli konuşmayı izliyoruz. Fakat banttan yapılan yayında kendini izleyen Prothero, izlediklerinden hiç memnun kalmıyor ve programın yapımcısını arayıp kendisini olduğundan daha çirkin gösteren ışıkçının işten atılmasını istiyor. Çünkü artık televizyonda söylediklerimiz kadar nasıl görüldüğümüz de önemli. İmaj çağı kusursuz görüntüyü emrediyor.

Bu cümlelerde televizyonun dramatik bir araç olma özelliği göze çarpmaktadır. K5'in aşağıdaki cümlelerle vurguladığı olayda ise Başkan, pekiştirme teorisini uygulamaktadır. Teori, iki nokta üzerinde odaklanmıştır: Kitle iletişim araçları, kişisel ilişkilere nazaran bireyleri daha az etkilemektedir. İletiler, kitle iletişim araçlarından kanaat önderlerine ulaşmakta, oradan da daha az aktif kişilere doğru yol almaktadır (Işık, 2005). Pekiştirme teorisi ile mesaj almada daha aktif olan ve kitle iletişim araçlarını daha fazla kullanan kanaat önderlerinin, diğer bireyler üzerinde nüfuz veya rehberliğinin söz konusu olduğu belirtilerek, kanaat önderlerinin toplumdaki diğer bireyleri etkilediği ileri sürülmektedir.

K5

Filmde Prothero, her olayda halka aynı içerikte sözleri aynı tavırlarla söylüyor. Dolayısıyla bir süre söyledikleri mi önemli yoksa tavırları mı konusu sorgulanmalıdır. Sattler, Prothero'yu bir kanaat önderi olarak kullanmaktadır. Toplumu istediği yönde

etkilemeyi hedefleyen Sattler, Prothero gibi halk tarafından güvenilen ve sayılan birini, bir kanaat önderini kullanarak verdiği mesajların hedef kitle tarafından kabul edilme oranını arttırmayı amaçlamaktadır.

Katılımcıların dezenformasyon konusundaki hassasiyetleri dikkat çekicidir. E7 ve K6 bu kavramı filmle bağdaştırıp detaylı şekilde örneklendirmişlerdir:

E7

Sattler, iktidara geldikten sonra tüm iletişim araçlarının kontrolünü eline almış, her sokağa, hatta her eve dinleyiciler yerleştirmiş, belli saatlerden sonra sokağa çıkma yasağı koymuştur. Tüm iletişim akışını yöneterek muhalif sesleri bastırmış, medyaya yoğun bir sansür uygulamıştır. Zaman zaman çıkarılan isyanlar hemen engellenmiş ve tüm bu yönetim karşıtı faaliyetler dezenforme edilerek halka bambaşka şekilde yansıtılmıştır. Hiçbir gerçekten haberi olmayan halk, sadece kendisine verilen bilgi kırıntılarıyla oyalanmıştır. Sattler, adamlarına “halk, bize niye ihtiyaç duyduğunu unutmasın.” diyerek tüm gazetelerin, radyoların, televizyon kanallarının ve internetin bu yönde mesajlar verilmesi için kullanılmasını istemiştir.

K6

Filmde dezenformasyon örnekleri vardır. Mesela V'nin Jordan Tower'a yaptığı saldırı sonrasında görülmektedir. V, bu saldırıda televizyon kanalını kontrolü altına alıp kendi hazırladığı bir cd'yi yayınlamıştır. Bu cd'de halka seslenen V, onlara gerçekleri anlatmış ve ülkenin kurtuluşu için bir adım atmaya davet etmiştir. Birkaç saat sonra yayınlanan haber bülteninde spiker, masum sivillere saldıran teröristin etkisiz hale getirildiğini duyururken ekranda, cd eylemi ardından vurulduğu söylenen V'nin görüntüleri verilmektedir. Oysa, bu görüntüler V'nin maske taktığı bir sivile aittir. Haber bülteni İngiltere'nin bütünlüğüne dair mesajlarla bitirilir.

V For Vendetta Filminde Televizyonun Suskunluk Sarmalı Aktörü Olarak Alınması

Televizyon, Bourdieu'nün homologie (benzeştirme) şeklinde adlandırdığı bir işlevle, izler kitlenin kültürel açıdan tek tipleştirilmesi amacına hizmet etmektedir (Köse, 2004, s.80). Bu amaçla yazılı basın ve televizyon programları, enformasyon (ciddi ya da yüzeysel) ya da boş zaman (ciddi ya da yüzeysel) ve eğlence üzerine odaklanma işlevlerine göre sınıflanmıştır. Bu sınıflandırma halkın baskıyla tektipleştirilmesine yol açmaktadır. K7 bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

Bunu, Gordon karakterinin sözlerinden anlamak da mümkündür. Evey ile dertleşen Gordon, ona herkesten sakladığı sırlarını anlatmış; “bu maskenin altında kim olduğumu ben bile unutuyorum.” demiştir. V'nin taktığı gibi somut bir maske olmasa da insanlar

cezalandırılmamak için maskeler takmışlardır. Beğeniler, eğilimler, tercihler gizlenmek zorundadır. Zihinlerin içinde olmasa da davranışlarda bir standartlaştırmanın olduğu açıktır.

E8 ve E9 ise suskunluk sarmalına gönderme yapmışlardır:

E8

İnsanlar görüşlerini, egemen düşünce karşısında dışlanma, toplumdaki soyutlanma korkusuyla gizlemektedir. Herkesin düşüncesinin aynı olması mümkün değil fakat korku özgür düşünceye hakim olmuş. Bu sebepten insanların birbirlerinden farklılığı kalmamış. V aslında bunu değiştiriyor ve farklılıklar ortaya çıkıyor.

E9

Kitle iletişim araçları tek-tip insan yetiştirmektedir. Filmde tek kanal var ve bu kanal da taraf tutuyor. Yöneticiler halka karşı kanaat önderi kullanarak propaganda yapıyorlar. Ekranın sevilen yüzleri kullanılarak halk ikna ediliyor. Ya da ikna olmuş gibi gözüküyor. Herkes korkmuş ve açık sözlü olma gibi bir şansları yok.

V For Vendetta Filminde Televizyonun Gündem Belirleme Rolünün Alınlanması

Katılımcılar gündem belirleme kuramını söz konusu net bir şekilde gözlemleyebilmişlerdir.

K8

İnsanlar yavaş yavaş bu durumu fark etmeye, sorgulamaya ve düşünmeye başlar. Aslında halk değişime hazırdır. BTN kanalı taraflı yayın yapmaktadır. Kendi çıkarları için halka yanlış bilgi verir. BTN gündem belirlemekte ve eşik bekçiliği yapmaktadır. Halk korktuğu ve çözümü devlette aradığı için susar.

K9

Televizyon izlemek izleyicilerin gündelik yaşama dair düşüncelerini etkilemektedir. Televizyon güçlü bir kültürel bağlantı aracıdır. V bu sebeple mesajını televizyon aracılığıyla iletmiştir. İnsanlar medyanın bir konuya verdiği öneme göre bazı olaylara daha çok ilgi gösterirken bazılarını görmezden gelirler.

E10

TV’de gördükleriniz yaşadıklarınızdan daha gerçektir. Televizyonun size sunduğu gerçekliği sorgulamak gerekir. Yaşamın ekranda görünenden daha fazla olduğunu anlayanlar kafası en aydınlık olanlar. Medyanın size sunduğu sınırlarla yetinmeyin. Çok zor olsa da...

K10

Filmde Başkan, adamlarından gündemi değiştirmelerini, olayları olmamış gibi göstermelerini istiyor. V ortaya çıktıktan sonra insanlar haberlere inanmamaya başlıyor.

K11

Medya yaşananları halka aktarırken gerçekleri yansıtmıyor. Olanı değil olması gereken anlatan bir medya görüyoruz filmde. Olumsuzlukların ise üstü kapatılıyor.

E11

Kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerinin bilincinde olan Başkan Sattler, iktidarını sarsan olaylara karşı tedbir almak ve kamuoyu desteğini yitirmemek için medyayı etkin şekilde kullanmaktadır. V For Vendetta filminde, her evde bir televizyon bulunmaktadır ve gündem oluşturma konusunda tek söz sahibi Başkan Sattler'dir. Başkan, tamamen siyasi menfaatleri üzerine kurulu bir düzen oluşturmuştur ve medya onun oluşturduğu gündemin dışına çıkamamaktadır. Medya çalışanları da Başkan'ın istekleri doğrultusunda gündem oluşturmayı öğrenmişlerdir.

Filmde, kanalın yayın politikası hükümete göre belirlendiğinden eşik bekçileri hükümete uygun olan haberleri halka ulaştırmaktadırlar. Bu teorilerin yanında, filmdeki medya sistemi Bourdieu'nun medya analizini de akla getirmektedir. Bourdieu'ya göre televizyona çıkıyor olmanın karşı kefesinde müthiş bir sansür, bir özerklik yitimi bulunmaktadır (Köse, 2004). Bu özerklik yitimi, konunun ve iletişim koşullarının dayatılmasının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmakta ve özellikle televizyondaki zaman sınırlamasıyla her türlü eylem ve eleştirel yargı gücünü tırpanlayan etkin bir sansüre dönüşmektedir.

Filmde Başkan karakterinin kullandığı bir diğer yöntem "korku çekiciliği"dir. İkna edici mesaj stratejisi olarak Batıdaki seçim kampanyalarında da sıkça kullanılan korku çekiciliği, daha çok duygusal öğelere hitap eden, ancak bazı durumlarda rasyonel yönler de içeren tutum temelli bir ikna tekniğidir (Damlapınar, 2005). E12 yazdığı metinde korku çekiciliği kavramına işaret etmiştir.

Medyada yapılan çeşitli yayımlarla, Başkan ve diğer yetkililerin verdiği demeçlerle, sürekli olarak büyük bir tehlikenin (terör, salgın hastalık, savaş, susuzluk) varlığından söz

edilmiş ve bu tehlikenin engellenmesi gerektiği vurgulanmış, kamuoyunun desteği istenmiştir. “Terörü durdurmak zorundayız.”, “Terör kapımızda, ülkemizi tehdit ediyor.” “Teröristler bizim için kötü planlar yapıyor.” gibi mesajlarla halk yönlendirilmiş ve sindirilmiştir.

Bu tekniğin kullanımıyla siyasal parti ya da aday, seçmenleri bir şeye ikna ederken korku uyandırmaya çalışmakta, eğer rakip aday seçilirse, ülkenin yıkıma gideceği, insanların çeşitli problemlerle karşılaşacağı gibi ortaya çıkabilecek zararlar sıralanmaktadır. Bir erkek ve bir kadın katılımcı ise filmdeki medya yapısını vasat dünya sendromu ile özdeşleştirmiştir. Gerbner’in vasat dünya sendromu terimi, televizyonda sürekli vurgulanan şiddet olaylarının izleyicilerde dünyayı olduğundan daha kötü/kanlı/vahşi bir yermiş gibi görme eğilimi yarattığını anlatır. Bu şekilde insanların otoriteye uyum sağlamaları kolaylaşır (Gerbner ve Gross, 1976 ; Gerbner vd., 2002). E13, K12 ve E14 bu konuyu şöyle vurgular:

E13

Televizyonda dünya olduğundan daha kötü bir yer gibi gösterilerek toplum devletin uygulamalarına destek vermeye gönüllü hale getirilir.

K12

Medyanın yarattığı dünya sahte bir dünyadır ve insanlar bu sahte dünyaya inanmaktadır.

E14

İnsanlar hükümetlerinden değil, hükümetler insanlardan korkmalı. Bireyler gerçek güçlerinin farkında olmalıdır. Filmde gözetim toplumu örneği görüyoruz. İnsanlar muhbirler ve çeşitli teknolojik araçlarla izleniyor, hatta fişleniyorlar. Medyada ise neyin haber olup neyin olmayacağına karar veren kişiler konumlandırılmış ve bu kişiler doğrudan hükümete bağlı. Üst üste yayınlanan bazı haberler o kadar korkutucu ki halk hükümete destek vermekten başka çare bulamıyor.

Sonuç

V for Vendetta, klasik bir Hollywood filmi senaryosuna sahip olmasına rağmen içerisinde eleştirel göndermeler barındırır. Eser, özdüşünsel bir yaklaşımla medya ve siyaset ilişkilerini sahnelerken, izleyicilere disütopik bir evren sunar. *V for Vendetta*, Amerikan sinema endüstrisinin kurallarına göre, ticari kaygı gözetilerek hazırlanmasına

rağmen sistem içerisinde sistemi tanımlayabilmektedir. Yayın organları üzerindeki hükümet baskıları, dezenformasyon, hegemonya, medyanın gündem belirleme işlevi gibi başlıklar alt öykülerle senaryoya yerleştirilmiştir. Film izleyen öğrenciler filmin ana hikâyesinin yanı sıra alt öyküleri de okuyabilmiş ve filmdeki tüm eleştirileri algılayabilmişlerdir.

Araştırmaya katılanların hakim, müzakereli ve karşıt okuma eğilimlerinden karşıt okumaya yatkın oldukları gözlenmiştir. Bunun yanı sıra katılımcılar filmdeki öykünün sunduğu kitle iletişim ortamını, günümüz Türkiye'si'nin kitle iletişim ortamı ile karşılaştırmış ve film evrenini güncel koşullarda gördüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılar, filmdeki dezenformasyon ortamını örneklendirirken Haziran 2013 tarihli Gezi Parkı olaylarına da gönderme yaparak kurgu ile gerçek arasında bağlantı kurmuşlardır.

Sinema televizyondan çok farklı bir mecra olmakla birlikte, sinema filmlerinde televizyona adeta bir ana-karakter olarak rol verilmesi pek çok yapımda görülebilir. Televizyon, öncelikli işlevlerinin -haber ve bilgi verme, eğlendirme, eğitime, kültür aktarımı, vb.- yanında kamuoyunu yönlendirme, bilinç yönetimi, tahakküm kurma gibi etik olarak tartışılan fakat yapıldığı kabul edilen başka işlevleri de yerine getirmektedir. Elbette bu eylemler televizyonun bir özne olduğu eylemler değildir, televizyon modern zamanların silahı olarak iktidarların vazgeçilmez aracı olmuştur ki iletişim araştırmaları da televizyonu bir iletişim aracı olmanın ötesinde değerlendirmektedir.

Filmde, öğrenciler tarafından yapılan muhalif okumalarla da görüldüğü gibi televizyon etkili ve önemli bir kitle iletişim aracıdır. Araştırmaya katılanların tespitlerine göre; özetle; görüntünün gücü etkili aktarma teknikleri ile birleştirildiğinde kitleleri ikna etmek ve yönlendirmek kolaylaşmaktadır. Siyasal iletişimde televizyonun yadsınamayacak bir yeri vardır. İktidarlar dezenformasyon ve propaganda teknikleri ile hakimiyetlerini pekiştirebilir, bunun için de öncelikli olarak televizyonu kullanabilirler. Yaşadığımız dünyayı kitle iletişim araçları aracılığıyla algılamak -muhtemelen modern yaşam koşulları nedeniyle- bireylere çok daha pratik gelmekte fakat zihnimizdeki Dünya imajı medya tarafından şekillendirilmektedir. Bu imaj ise, her medya tüketicisinin aynı seviyede algılayamadığı birtakım organik bağların yansımasıdır. Bu organik bağlar, filmde sık sık vurgulanan Devlet – Sermaye ve Kamuoyu arasındaki ilişkilerden oluşmaktadır. Televizyon, izleyici farkında olmadan, onun hangi olayı ne kadar önemseyeceği, neyi ne kadar bileceği konusunda bir rehber rolündedir.

Sonuç olarak, sektörün yapısından hareketle, sinema filmlerinin çoğu gibi *V for Vendetta* da ticari kaygılar ön planda tutularak oluşturulmuş, bu sebeple ortalama beğenilere hitap ederek uçları temsil etmekten kaçınan bir eserdir. Buna rağmen izleyenin sisteme dair sorular sormasını teşvik eden bir içeriği de vardır. Yirmi altı kişiyi kapsayan alımlama araştırmasının araştırma evrenine genellenmesi mümkün olmasa da bu çalışma ile belli bir demografik grubun kod açıklamalarının incelenmesi mümkündür. Bu açıklamaların oldukça detaylı ve eleştirel bir şekilde yapıldığı, sistem aktörleri arasındaki ilişkilerin neden – sonuç formüllerinin izleyici tarafından başarılı bir şekilde oluşturulduğu ifade edilebilir.

Kaynakça

- Besiou, M., Hunter, M.L. Van Wassenhove, L.N.(2013). A web of Watchdogs: Stakeholder media networks and agenda-setting in response to corporate initiatives. *Springer Science Business Media Dordrecht*, 709-731.
- Carnoy, M. (2001). Gramsci ve Devlet. *Praksis*, (3), 252-278.
- Cheviron, T.N. (2013). Televizyon ve İçimizdeki Şiddet. İstanbul: Kırmızı.
- Damlapınar, Z. (2005). Medya ve Siyaset İlişkileri Üzerine. Ankara: Turhan.
- Eissler, R., Russell, A., Jones, B.D. (2014) New avenues for the study of agenda setting. *The Policy Studies Journal*, 42 (1), 71-88.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2010). Öteki Kuram. Ankara: Erk.
- Erdoğan İ. (2012). Pozitivist Metodoloji ve Ötesi. Ankara: Erk.
- Erol, E.G. (2009). Haber değeri ve televizyon haberciliğinin siyasal iletişim üzerindeki etkileri: Şişli – Ayazağa köyü sakinlerinin televizyon haberlerini okuma biçimleri üzerine bir alımlama çalışması. *Selçuk İletişim*, 6 (1), 172-184.
- Ertike, S.A. (2012). Temel İletişim, Ankara: Ekin.
- Esslin, M. (2001). Televizyon Çağı. İstanbul: Pınar.
- Gerbner, G. ve Gross, L. (1976). Living with television the violence profile. *Journal of Communication*, 26, (2), 363-385.
- Gerbner, G., Morgan, M., Gross, L., Signorielli, N., Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes, In: J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). *Media Effects: Advances in theory and research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Inc.
- Gramsci, A. (1971). *Prison Notebooks*. London: Lawrence and Wishart.
- Gökçe, O. (1998). İletişim Bilimine Giriş. Ankara: Turhan.
- Hall, S. (1999). Encoding / decoding, *Media Studies*, Paul Morris & Sue Thornhom (ed), *Edinburgh University Press*, 51-61.
- Hall, S. (2005). Kodlama, Kodaçılama, Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma. Ankara: Vadi.
- Hunter, M.L., Van Wassenhove, L.N., Besiou, M., Halderen, M.V. (2013). The agenda-setting power of stakeholder media. *University Of California, Berkeley* 56, (1), 24-51.
- Işık, M. (2002). *Kitle İletişim Sistemleri*. Konya: Eğitim.
- Işık, M. (2005). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim.
- Kaya, A.R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Ankara: Teori.

- Köse, H. (2004). Bourdieu Medyaya Karşı Medya: İşbirlikçi, Zorba ve Çığırkan, İstanbul: Papirüs.
- Mutlu, E. (1998). Televizyon ve Toplum. Ankara: TRT.
- Oskay, Ü. (2000). Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. İstanbul: Der.
- Postman, N. (2004). Televizyon Öldüren Eğlence. İstanbul: Ayrıntı.
- Şeker, T., Tiryaki, S. (2013). The reception analysis of the war photographer. *Global Media Journal*, 3 (6), 196-212.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Beta.
- Vineyard, J. (2000). Setting Up Your Shots. USA: Michael Wiese Productions.
- Vural, S. (1994). Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri. Ankara: Özışık.
- Williams, R. (1974). Television Technology and Cultural Form. London: Fontana.
- Yaylagül, L. (2010). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot.
- Yoo, E.E., Buzinde, C.N. (2012). Gazing upon the kingdom an audience reception analysis of a televised travelogue. *Annals of Tourism Research*, 39, (1), 221–242.