

**SİNEMA FİLMİ İLE İLGİLİ METAFORLAR:
ÖĞRETİM ÜYELERİNİN SİNEMA FİLMİ ALGILARI**

Yrd. Doç. Dr. Murat SOYDAN*

Sinema Filmi İle İlgili Metaforlar: Öğretim Üyelerinin Sinema Filmi Algıları

Özet

Bu araştırmanın amacı, Erciyes Üniversitesi öğretim üyelerinin gündelik hayatlarında kullandıkları metaforlar yardımı ile sinema filmi kavramını nasıl algıladıklarını tespit etmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan durum saptamaya yönelik betimleme çalışması kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcı grubunu, Erciyes Üniversitesinde görev yapan 60 öğretim üyesi oluşturmaktadır. Araştırma verileri 3'ü kapalı, 2'si açık uçlu 5 sorudan oluşan anket formu ile toplanmıştır. Ankette katılımcılardan “Sizden sinema filmini herhangi bir şeye benzetmenizi isteseydim neye benzetirdiniz?” ve “Neden?” sorularını cevaplamaları istenmiştir. Veriler içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre; öğretim üyeleri sinema filmine dair 56 adet geçerli metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar ortak özellikleri bakımından 5 farklı kavramsal kategori altında toplanmıştır. Bu kavramsal kategoriler; ruhsal boşalım olarak aracı sinema filmi; hayatın yansıması olarak sinema filmi; kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi; eğlendirme aracı olarak sinema filmi; hayal âlemi olarak sinema filminden oluşmaktadır. Bu kavramsal kategorilerin cinsiyetlere ve bilim alanlarına göre birbirinden farklı olarak üretildikleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Metafor, Sinema filmi, Kadın, Erkek.

Metaphors Related by Cinema Movie: Perception of the Cinema Movie by Acedemicians

Abstract

The aim of this study is to explore the perception of cinema films of the Erciyes University's Academicians' through the use of metaphors. In the study, one of the qualitative research methods' descriptive study was used. Participant group of the research consists of 60 Erciyes University's Academician. Data were collected by 2 open and 3 close ended survey methods. In the survey participants were asked to answer these 2 open ended questions: “If I asked you to assimilate cinema movies something, which one would you choose?” “And why?”. Data was analyzed by using content analysis method. According to results, participants created 56 current metaphors towards cinema films. These metaphors classified into 5 different categories according to their characteristics. These conceptual categories are; “cinema movies as a tool of psychical discharge”, “cinema movie as reflection of life”, “cinema movies as a tool of cultural development” “cinema movies as an

* Yrd. Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü, Sinema Anabilim Dalı, musoydan@yahoo.com

entertainment tool” and “cinema movies as a dreamland”. At the end of the research we also saw that all these categories produced differently according to gender and scientific area.

Key words: Metaphor, Cinema movie, Man, Woman.

1.Giriş

Metaforlar veri toplama yöntemi olarak, bilimin alanına George Lakoff ve Mark Johnson’un 1980 yılında yayınladıkları *Metaphors We Live By*/Metaforlar: Hayat, Anlam ve Dil adlı eser sayesinde girmiştir. Bu eser ile birlikte bilimin alanına giren metafor: Grekçe metapherein’den gelmiş ve öte anlamında meta ve taşımak, yüklenmek anlamındaki pherein kelimesinin birleşmesiyle oluşmuştur (Arslan, 2008: 259).

Metafor; bir sözcüğün gerçek anlamından sıyrılarak başka bir sözcüğün yerine kullanılmasıdır (Nesterova, 2011: 24). Bu da bütünüyle insanoğluna özgü olan bir şeydir. Yani herhangi bir şeye anlam vererek onu ifade etmek bütünüyle kişiye bağlıdır. İfade etmek, dile getirmek; insanın çevresindeki nesnelere, olayları, insanları vb. şeyleri nasıl algıladığı ve bunlarla neye göndermede bulunduğuyla çok yakından ilgilidir. Çünkü metaforik anlamda herhangi bir şeyin var olmasından ziyade onun ne anlama geldiği, nasıl algılandığı ve bunun nasıl ifade edildiği önemlidir. Özetle herkes aynı şeye baksa da (varlık), yaşı, cinsiyeti, eğitimi, politik ideolojisi, mesleği vb. nedenlerle (algı sebepleri) farklı şekillerde anlamlamakta ve ifade etmektedirler. Bu yüzden insanlar aynı şeyi (araştırmada sinema filmi kavramı) ifade ederken farklı metaforlar kullanırlar.

Metaforlar var olan şeyi ifade ederken, iki şey arasında karşılaştırma yaparak, iki şey arasında benzerliklere dikkat çekerek veya bir şeyi başka bir şeyin yerine koyarak yaparlar (Şaban, 2004: 2). Bu bağlamda metaforlar, bireylere, zihinsel süreçler yoluyla dış dünyayı anlatmakta, görselleştirmekte ve anlamlandırmakta yardımcı olurlar ve bunun için haritalama ve modelleme mekanizması sunarlar, örneğin; beyin için metafor olabilecek bilgisayar metaforunu ele alalım, “Beyin bir bilgisayardır” metaforu aracılığıyla beyin ve işleyişi ile ilgili olan karışık kavramlar daha kolay anlaşılabilir: beynin de hafızası ve zekâsı olduğu; çeşitli bilgileri değişik süreçler aracılığıyla işleyip yeni bilgiler üretmesi gibi (Arslan ve Bayrakçı, 2006: 103).

Ancak günlük hayatta dış dünyayı anlatmakta, görselleştirmekte ve anlamlandırmakta kullandığımız metaforlar, gelişigüzel değil tecrübelerimizle oluşmuşlardır (Lakoff ve Johnson, 2005: 67). Bu da metaforun tecrübeyle olan ilişkisini de gösterir. Çünkü kavram sistemimizin büyük bir kısmı tecrübeye dayanarak oluşur ve böylece gündelik faaliyetimize, bildiğimiz ve inandığımız şeylere anlam verebilir hale geliriz (Lakoff ve Johnson, 2005: 172). Bir kavramı başka bir kavrama göre anlamlandırmak, bunu tecrübe vasıtasıyla yapmak ve gündelik hayatımıza anlam verebilmek metafor sayesinde gerçekleştiğinden, gündelik hayatımızdaki kavramları daha vurgulayıcı olarak ifade etmemiz mümkün olmuştur. Metafor tüm bu özellikleri sağlaması sayesinde hemen hemen her bilim dalında kullanılabilir hale gelmiştir. Böylelikle bilimden siyasete, edebiyattan ekonomiye, karmaşık

düşünceler, anlamlar, açıklamalar ve ilişkilendirilmeler, metaforlar sayesinde somutlaşarak, yaşantımıza girmişlerdir (Lakoff ve Johnson, 2005: 177-178, 186 & Yıldırım ve Şimşek, 2008: 207). Fakat herhangi bir kavramı başka bir kavramla ifade ederken, metafor seçimimizin bizatihi, bazı özellikleri baskı altına alır, görmezlikten gelir, bazı özellikleri ise daha fazla vurgular, gözlemler ve böylelikle eylemleri ve çıkarımları doğrularak, bize hedef belirlemede yardım eder (Lakoff ve Johnson, 2005: 172-173, 185).

Bu bağlamda metaforların işlevlerinden bahsedecek olursak (Nesterova, 2011: 46-49);

Adlandırma: Bu adlandırma yeniden anlamlandırmadır. Çünkü metaforlar dili genişleten yaratıcı bir niteliğe sahiptirler.

Soyut kavramlar oluşturma: Maddi gerçeklikleri içeren metaforlar kullanılarak metafizik hakikatler daha anlaşılır hale getirilebilir.

Yönlendirme: Metafor, paradigma ve tecrübelerimizi şekillendirmekte, zihni ve duyuşsal tecrübelerimize belli bir çerçeve kazandırmaktadır. Daha sonra bu kavramlar kullanılarak başka kavramlar anlaşılmaya çalışılmaktadır.

Yeni bilginin üretimi: Metafor, bilinen gerçekler yardımıyla bilinmeyenleri anlamamızı sağlar.

Psikolojik tesir: Metafor, normal ifadedeki manaya psikolojik bir özellik katar ve muhatabın düşünce ve hayal gücünü zenginleştirir.

Paradigmaların çeşitlendirilmesi: Metaforlar, tecrübelerimize farklı bir perspektiften bakmamıza ve böylelikle yeni kavramların oluşmasına katkı sağlar.

İletişimsel ve eğitsel işlev: Ortak olmayan bilgi, kültür ve değerleri aydınlatacak metaforlar bulunduğu anda iletişim kolaylıkla kurulabilir.

Yukarıdaki paragrafta tanımlanan yapıları, özellikleri dile getirilen, işlevleri özetlenen metaforlar yoluyla veri toplama ise, uzunca bir zamandır herhangi bir şeyin ifade edilmesi, kavramsallaştırılmasına dair, özellikle eğitim bilimleri çalışmalarında kullanılmaktadır. Bu bağlamda yapılan akademik çalışmaların özetini şu şekilde sunmak mümkündür: “Ortaöğretim öğrencilerinin coğrafya kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar” adlı çalışmada ortaöğretim öğrencilerinin coğrafya kavramına ilişkin 44 geçerli metafor ürettiği ortaya çıkmıştır. Coğrafya kavramını, ortaöğretim öğrencilerinin % 34'ünün mekânın ifadesi, % 19'unun bilginin ifadesi, % 17'sinin yaşamın ifadesi, % 9'unun sonsuzluğun ifadesi, %8'inin kıymetin ifadesi, % 5'inin değişimin ve gelişimin ifadesi, % 5'inin kılavuzun ifadesi ve % 3'ünün zorunluluğun ifadesi olarak algıladıkları görülmüştür (Aydın, 2010).

“İlköğretim okulu müdür ve öğretmenlerinin velilere ilişkin algılarının analizi” adlı çalışmada da katılımcılar tarafından üretilen metaforlar; koruyucu, finans kaynağı, patron, kusur arayan, çıkarıcı, hayalperest, gelişmeye açık, bilinçsiz ve ilgisiz veli olmak üzere 9 temaya ayrılmıştır. Yapılan analiz sonrasında, müdür ve öğretmenlerin (1) velilerinin bir bölümünü çocuklarının eğitim öğretimine ilişkin olarak; bilinçsiz, ilgisiz, çocukları için neyin iyi olduğunu bilmeyen, okulla yeterince işbirliği yapmayan ve içgüdüsel olarak çocuklarını koruma davranışı gösteren kişiler olarak algıladıkları, (2)

velileri eğitim öğretim etkinliklerinin paydaşları olarak görmedikleri, velilerden kendilerini uzman kabul ederek, sadece söylediklerini yapan, çalışmalarına müdahale etmeyen kişiler olmalarını bekledikleri sonucu ortaya çıkmıştır (Ünal, Yıldırım ve Çelik, 2010). “*Öğretmen adaylarına göre ortaöğretim öğretmenlerini temsil eden metaforlar*” adlı çalışmada da 166 öğrenci araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Elde edilen bulgulara göre, öğretmen adaylarının ortaöğretim öğretmenlerini orta derecede temsil ettiğini düşündükleri ilk beş metafor; "lider, rehber, araştırmacı, pusula ve teknik direktör" olduğu, ortaöğretim öğretmenlerini büyük ölçüde temsil ettiği ve tam temsil ettiği belirtilen metaforun ise bulunmadığı, öğretmen adaylarının kendilerini en çok temsil edeceğini düşündükleri metaforlardan önde gelenin ise, "rehber" olduğu görülmüştür (Oğuz, 2009). Son olarak “*Lisansüstü öğrencilerin nitel araştırma metodolojisine ilişkin algıları*” adlı çalışmada ise; 21 yüksek lisans öğrencisinin nitel araştırma metodolojisine ve bu metodolojinin öğretimine ilişkin algılarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre: (1) Öğrenciler dersin projeler yoluyla işlenmesi hakkında "olumlu görüş" bildirmişlerdir. (2) Öğrenciler "nitel araştırmacı" hakkında 18 adet farklı metafor üretmiştir ("dedektif", vb). (3) Öğrenciler nitel araştırmaya ilişkin bir dersin öğretmen yetiştirme programlarında yer almasının "önemli" olduğunu düşünmektedir. (4) Nitel araştırma metodolojisinin öğretimini amaçlayan bir ders, ilki "teori" ikincisi de "uygulama" ağırlıklı olacak şekilde en az iki dönemden oluşmalıdır sonuçları ortaya çıkmıştır (Saban, 2007).

Metaforlar yoluyla veri toplama ve bu verilerden bilimsel sonuçlara varma yolu, eğitim bilimlerinde çalışan araştırmacılar tarafından çok fazla kullanılmıştır. Buna karşılık, diyaloglarda, görüntülerde, yönetmen, görüntü yönetmeni ve senaristler tarafından bol bol metafor kullanılmasına rağmen, sinema araştırmacıları tarafından, sinema filminin bir kavram olarak izleyicide ne manaya geldiği, onu neye benzettiği, hangi metaforla ifade ettiği ve bu benzetmenin sebeplerinin ne olduğuna dair herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Alan bu açıdan sinema araştırmacılar için oldukça verimlidir.

Bununla birlikte kitle iletişim araçları içeriklerinin nasıl alımlandığıyla ilgili Kültürel Çalışmalar geleneği içinde araştırmalar yapılmıştır. Çünkü genelde tüm kitle iletişim araçları özelde ise sinema filmleri insanlar üzerinde, haber ve bilgi sağlama; toplumsallaştırma; motivasyon; tartışma ve diyalog; eğitim; kültürel gelişme; eğlendirme; bütünleştirme gibi etkilere sahiptir (Özkan, 2004: 60-61). Hemen hemen herkes bunlardan bir tanesine maruz kalır. Çünkü bu sayılan başlıklar, aynı zamanda, insanların sinema filmi takip etmelerinin de sebepleridir. Bununla birlikte kitle iletişim araçları içeriklerinin izleyici tarafından alımlanması çalışmaları, eleştirel yaklaşımlar içinde yer alan kültürel çalışmalara dayanmaktadır. Kaynaklarını farklı disiplinlerden alan ve bundan dolayı disiplinler arası olan kültürel çalışmalar, kültürün her yönüyle araştırılmasını öngören bir yapısı vardır. Yalnızca yüksek sanat ürünlerinden oluşan seçkin kültürel ürünleri değil aynı zamanda gündelik hayatı da kapsayan kültüre, anlamlama ve anlam üretme pratiği olarak yaklaşır. Sinema filmlerin, kültüre dair anlamın üretildiği(kodlandığı) ve çözümlendiği (kodaçımlandığı) mecralardan biri olması, onun kültürel çalışmalar içinde yer almasını sağlamıştır. Bu çerçevede de sinema filmi içeriklerinin nasıl kodlandığı ve bu kodların izleyici tarafından nasıl açımlandığı sorusuna cevap, kültürel

çalışmalar içinde verilmiştir: İzleyici pasif değildir ve kodlanan içeriği, kodlayanın istediği gibi çözümlenmeyebilir. Eleştirel yaklaşımlar geleneği içinde olan kültürel çalışmalar, izleyicilerin kitle iletişim araçlarıyla ne yaptıkları sorusunun da cevabını verir. Özellikle Stuart Hall'ın *Encoding-Decoding* makalesiyle birlikte izleyici hem kaynak hem de alıcı olarak görülmeye başlanmıştır (Hall, 2005: 85). Aynı makalede yan anlam ve düz anlamdan bahseden Hall, içeriklerin düz anlamlarının kapalı kodlarla oluşturulduğunu, yan anlamların ise, çok anlamlılık barındırdığını ifade etmiştir. Bu çok anlamlılığın ise, ancak farklı okumalarla ortaya çıkabileceğini ileri sürmüştür. Ayrıca Hall, içeriklerin bütünüyle hegemonik metinler olduğunu söyler. Gramsci'den ödünç aldığı *hegemonya* kavramı, egemen ideolojiye göndermede bulunur. Hall, hegemonyayla içeriklerin arasındaki ilişkiyi, izleyicinin *tercih edilen okumayı* yapması gerektiği şeklinde açıklar (Hall, 2005: 86). Tercih edilen okumadan kasıt, içeriği kodlayanın istediği şekilde kod açılımı yapılmasıdır. Çünkü Hall, içeriklerin egemen ideoloji tarafından inşa edildiğini, onu yeniden ürettiğini söylerken, içerik üreticilerin, hegemonyanın organik aydınları olduğunu ve organik aydınların, hegemonyanın yeniden üretilmesinde etkin rol oynadığını ileri sürer (aktaran Smith, 2005: 213). Bunlarla birlikte Hall, izleyicinin içerik karşısında pasif olduğu fikrine katılmaz. İçeriklerin farklı farklı okumalara tabi tutulabileceğini söyler. Bu okuma yolları ise; egemen okuma, karşıt okuma ve tartışmalı okumadır (Hall, 2005: 94-97). Egemen okuma, hegemonik; karşıt okuma, içeriği kodlayanın istediğinin tam tersi; tartışmalı okuma, hegemonik okumanın bazı kısımlarının kabul etmekle birlikte, içeriği daha müzakereli olarak okumadır. Bu bağlamda kültürel çalışmalar, içeriklerin izleyici tarafından kod açılması yapılırken, yeniden üretim gerçekleştirdiklerini söyler. Bu yeniden üretim de izleyicinin demografik farklılıklarıyla ilgilidir. Bu farklılıklar kültürel çalışmalar içerisinde yer alan alımlama çalışmalarını ön plana çıkarmıştır. Alımlama çalışmalarına göre; içerikler çok anlamlıdır ve farklı yorumlara her zaman açıktır (Yaylagül, 2008: 119).

Genelde tüm kitle iletişim araçlarının özelde ise sinemanın içerikleri ile ilgili kültürel çalışmaların içerisinde yer alan çalışmalara baktığımızda ise bu çalışmaları şu şekilde özetlemek mümkündür: David Morley'in *Nationwide Audience* (1980), adlı çalışması; izleyicilerin sınıfsal farklılıklarının içerikleri algılamada nasıl etkili olduğunu saptamak için yapılmıştır. Sonuç olarak *Nationwide* adlı magazin programının sınıfsal çelişkilerin üzerini örttüğü ortaya çıkmıştır. David Morley'in *Family Television* (1986) adlı bir başka çalışmasında ise, içeriklerin çevreden soyutlanmış bir şekilde alımlanmadığını, izleyicinin içinde bulunduğu kültürel ortamın, ailenin, içerikleri alımlamada etkili olduğu sonucu çıkmıştır. Ian Ang'in *Watching Dallas* (1985) adlı çalışmasında ise Ang, *Viva* dergisinde izleyicilerin Dallas'ı neden sevdiklerini veya neden sevmediklerini soran ve cevapları mektupla iletmelerini isteyen bir ilan yayınlamıştır. Bunun sonucunda 42 mektup alır ve mektupları, kitle kültürü ideolojisi bağlamında üç ayrı okuma konumuna ayırır. İlk okuma; Dallas'ı sevmeyerek izlediklerini belirten grubun okumasıdır, bu grup kitle kültürünü afyon olarak gören, bu tür dizilerin insanları uyuşturduğunu ve güncel olaylara karşı tepkisizleştirdiğini savunan bir okuma modeline sahiptir. İkinci okuma; Dallas'ı severek izleyenler grubu ise, kitle kültürü ideolojisini kabul

eden, bununla dalga geçen ve bundan zevk alan grubun okumasıdır. Üçüncü okuma ise; dizinin müptelası olan, diziyi sevdikleri için kitle kültürü ideolojisinden farkında olmadan etkilenen kişilerin yaptığı okumadır. Bu kişiler ideolojinin olumsuz tepkisine karşın aldıkları keyfi kişisel zevk olarak açıklayıp alternatif bir ideolojinin olmadığını söylemişlerdir. Sonuç olarak ise Ang, aynı diziyi izleyen kişilerin verilen mesajları farklı anlamlandırdıklarını ve içeriği bu anlamlar bağlamında değerlendirdiklerini ortaya çıkarmıştır (Storey'den aktaran Şenel, 2009).

Sinemanın insan üzerindeki etkisine dair çalışmalara baktığımızda bu çalışmaları da şu şekilde özetleyebiliriz: Jackie Stacey'nin *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship* (1994) adlı çalışmasında da 1940'lı ve 50'i yıllarda Hollywood'daki kadın film yıldızları ile İngiliz kadın izleyiciler arasındaki ilişkiyi incelenmiş ve kadın izleyicilerin sinemaya gitme nedenlerinin gerçeklerden kaçış, özdeşleştirme ve tüketicilik olduğu saptanmıştır. Bir diğer çalışma olan *Contradictory Messages: A Content Analysis of Hollywood-Produced Romantic Comedy Feature Films* adlı çalışmada (Johnson and Holmes, 2009) ise, Hollywood yapımı 40 romantik komedi filmi incelenmiş, analiz sonrasında filmlerdeki romantik ilişkilerin nitelikli, kaliteli, uzun dönemli, heyecanlı, duygusal, önemli ve anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar Bandura'nın sosyal bilişsel teorisi (social cognitive theory) ile Gerbner'in ekme teorisi (cultivation theory) bağlamında yorumlanmıştır. Tüm bunlarla birlikte çalışmada sosyal bilişsel teori bağlamında bu filmleri izleyen gençlerin, filmlerde tasvir edilen ilişkileri aktif olarak gözlemleyip, model alarak, kendi hayatlarında tatbik edecekleri ileri sürülürken, ekme teorisi bağlamında ise, gençlerin filmlerde tasvir edilen ilişki tasvirlerine pasif olarak maruz kalacakları ama diğerine benzer olarak kendi ilişkilerinde model olarak kullanacakları ifade edilmiştir. Sonuç olarak her iki teori bağlamında da gençlerin karşı cinsle olan ilişki tecrübeleri, sonuçları, beklentileri, inançları, romantik filmler tarafından etkilenmesinin olası olduğu belirtilse de, filmlerde yaşanan kusursuz ilişkilerin gerçek hayattaki karşılığının böyle olmadığını ifade edilerek de filmlerde verilen mesajın gerçek hayatla çeliştiği dile getirilmiştir. Bütün bu çalışmaların ortak özellikleri; sınıfsal farklılıkların, cinsiyetlerin, ailenin, bulunulan ortamın, kültürün vb., farklılıkların ve benzerliklerin kitle iletişim içeriklerinin tüketilmesinde nasıl etkili olduğunu sorgulamış olmalarıdır.

Sinemanın insan üzerindeki etkisine verilebilecek en dikkat çekici örneklerden biri de 11 Eylül saldırıları sonrasında genelde Batı ülkelerinde özelde ise ABD'de Hollywood vasıtasıyla Ortadoğuluların nasıl dehumanize edildiğine dairdir. Amerika, 11 Eylül sonrası yaptıklarını meşru kılmak ve kendi kurguladığı küresel stratejiyi hayata geçirmek için Pentagon (hard power / sert güç) ile birlikte Hollywood'u (soft power / yumuşak güç) birlikte kullanmıştır. Burada Hollywood'a biçilen rol, Pentagon'un Ortadoğu'yu işgalinin halk nazarında kabulü için gereken rızanın üretilmesidir. Askeri ve ekonomik gücü ile işgal ettiği Afganistan ve Irak işgallerini haklı göstermek için Amerikan küresel stratejisinin oyun kurucuları, Amerika sinema endüstrisini, gerek iç kamuoyunda gerekse dış kamuoyunda yaptıklarınının meşru olduğunu göstermek için kullanmışlardır. Amerikan filmleri ile

verilmek istenen ise, Ortadoğuların “özgür dünyayı” tehdit ettiği ve bu yüzden Afganistan ve Irak işgalinin gerçekleştirildiğidir. *Brothers* (2009), *The Hurt Locker* (2009), *The Kite Runner* (2006), *The Kingdom* (2006), *Babel* (2006) gibi filmler, yukarıdaki yargıyı destekleyecek argümanlara sahiptir. Bu filmler irdelendiğinde, filmlerde yer alan Ortadoğulu erkekler; intihar bombacısı, kana susamış katil, sübyancı özneler, kadınlar ise; erkeklerin baskısı altında kalmış nesnelere olarak temsil edilmektedir. Tüm bunların üzerinden satır aralarından verilmeye çalışılan temel mesaj ise; Ortadoğular ile terörizm arasında kurulan eşitlik. Bu bağlamda Hollywood tarafından üretilen 900 filmin analizini yaparak, Ortadoğuların bu filmlerde nasıl stereotipleştirildiğini çalışan Jack Shaheen, Ortadoğuların hangi stereotiplerle temsil edildiği, Amerikan sinema endüstrisinin Ortadoğularını nasıl dehumanize ettiğinden bahseder. Shaheen’in yaptığı analiz sonrasında filmlerde yer alan Ortadoğuların; Hıristiyan düşmanı, intihar bombacısı, aç gözlü milyoner, şaklaban, bedevi, haydut, dansöz, siyah çarşaf, çirkin yaratık, sihirbaz vb., olarak temsil edildiğini ortaya çıkmaktadır (Shaheen, 2003).

Kitle iletişim aracı içeriği değil de kitle iletişim aracının kendisinin metaforlar yoluyla nasıl alımlandığını ortaya koymaya çalışan bu araştırma ise, hem yöntem bilim anlamında hem de sinema alanında, bundan sonra yapılacak çalışmalara temel bir giriş ve kaynak sağlayacaktır. Bu açıdan, bu araştırma bu alanda önemli bir boşluğu doldurmaya adaydır. Çünkü sinema filmi, gerek görüntü gerekse diyaloglarda olsun, metaforun en çok kullanıldığı kitle iletişim araçlarından biridir. Görsel kitle iletişim araçlarından olan sinema filmi, izleyici ile buluşmadan önce yönetmeni, görüntü yönetmeni ve senaristi tarafından, metafor ve / veya metaforlarla süslenir, ardından sonra izleyicisiyle buluşturulur. Yönetmenin, görüntü yönetmenin ve senaristin, mesajlarla işlemiş olduğu konuyu, izleyiciye aktarabilmesinin farklı yolları bulunsa da, görsel işitsel mesajların daha etkin olarak anlaşılabilmesi için metafor kullanma yoluna gitmesi muhtemeldir. Çünkü yönetmen, görüntü yönetmeni ve senarist de normal gündelik hayatlarını yaşayan insanlar hangi sebeplerden dolayı metafor kullanıyorlarsa, aynı sebeplerden dolayı metafor kullanma yoluna gideceklerdir. Bu sebepleri tekrar dile getirecek olursak; herhangi bir kavramı başka bir tür şeye göre anlamak ve bunu daha vurgulayıcı şekilde metaforla dile getirmek, görmek istediğini metaforlarla göstermek ve/veya görmek istemediğini yine metaforlar yoluyla gizlemektir. Bu kapsamda, metafor sayesinde toplumda yaşayan bireyin kendisini somut, daha iyi ve etkileyici olarak anlatması söz konusu iken, diğer taraftan yönetmen, görüntü yönetmeni ve senarist de kendi mesajının izleyicide somutlaşması ve dolayısıyla daha iyi ve etkileyici olarak mesajını sunması metafor sayesinde mümkün olabilir. Özetle metafor, gündelik yaşamda ne için ve nasıl kullanılıyorsa, yönetmen, görüntü yönetmeni ve senarist de metaforu aynı sebepler için kullanacaktır. Bunu birkaç yerli ve yabancı yönetmenin filmlerinde kullanmış oldukları metafor örneklerini vererek somutlaştırabiliriz. Yılmaz Güney, *Umut* (1970) filminde kullandığı define metaforu ile zorlu yaşam koşullarından kurtulup daha rahat yaşama kavuşma arasında bir benzerlik kurmuştur. Ömer Lütfi Akad’ın *Gelin* (1973) filminde kurban ve ölen çocuk metaforu ile para hırsının insani ilişkilere olan negatif etkisi üzerinde durulmuştur. Metin Erksan’ın *Kadın Hamlet/İntikam Meleşti* (1976) filminde ise, kafes metaforu, insanları dünyanın kötülüklerinden korumak için

kullanmıştır. Fatih Akın'ın *Duvara Karşı* (2004) filminde de duvar, düşman, yabancılaştırıcı ve itici bir metafor olarak görselleştirilmiştir. Bunlarla birlikte Sinan Çetin, *Kağıt* (2010) filminde filme ismini veren kağıt metaforu ile devletin bürokrasisini, kanunlarını ve sistemini sorgulamıştır. Ferzan Özpetek, son filmi *Serseri Mayınlar* (2010) filminde eşcinselliği bir metafor olarak kullanarak, eşcinsellik yüzünden dağılan geleneksel aile yapısını korumaya çalışan aile bireylerini eleştirmiştir. Yabancı sinema örneklerine geldiğimizde sinemanın sessiz döneminden bu yana metaforun bir sinematografik öge olarak sıklıkla kullanıldığı görülüyor. Burada da birkaç örnek vermek gerekirse; Sergei Eisenstein, *Grev* (1925) filminde mezbahada boğazlanan hayvan metaforu ile halkın askerlerce katliamı arasında bir benzetme kurulmasını sağlamıştır. Louis Bunuel, *Burjuvazinin Gizemli Çekiciliği* (1972) filminde sürekli olarak izleyicinin karşına çıkan, boş yolda yürüyen prototip burjuva sınıfı metaforu, burjuvaziye karşı yabancılaştırıcı bir unsur olarak kullanılmıştır. Pedro Almodovar, *Konuş Onunla* (2002) filminde, konuşmak metaforu ile kadınların ancak konuşulduğu zaman anlaşılacağı üzerinde durulmuştur. David Fincher, *Benjamin Buton'un Tuhaf Hikayesi* (2008) adlı filminde zaman metaforunu kullanarak, mutluluğun olanaksızlığı ve boyun eğmenin kaçınılmazlığını vurgularken, Lars von Trier, *Deccal* (2009) filminde kadın metaforu ile nevroitik olmak, patolojik olmak, öfkeli olmak, kurnaz olmak arasında benzetmeler kurulmuştur. Christophar Nolan'ın *Başlangıç* (2010) filminde kullanılan yol, koridor, asansör, derinlik metaforları ile geçmiş deneyimlerimiz ve gelecekte yaşayacaklarımız arasında bir benzerlik kurulmuştur. Tüm bunlarla birlikte, yani yönetmenlerin, görüntü yönetmenlerinin ve senaristlerin metaforları kendi amaçları doğrultusunda, kendi mesajlarının daha da somut olması için kullanmaları karşısında, izleyicilerin izlemiş oldukları sinema filmlerini hangi metaforlarla ve neden bu metaforlarla ifade ettikleri soruları ve cevapları çok önemlidir. Bu ise araştırmanın ilerleyen başlıklarının konusudur.

1.1. Araştırmanın Amacı ve Soruları

Bu araştırmanın amacı, Erciyes Üniversitesi öğretim üyelerinin sinema filmi kavramı için kullanmayı düşünecekleri metaforun ne olduğunu tespit etmektir. Bununla birlikte araştırma aşağıdaki sorulara cevap arayacaktır;

1-Katılımcıların sinema filmi kavramıyla ilgili kullandıkları metaforlar bilim alanlarına göre değişmekte midir?

2-Katılımcıların sinema filmine kavramıyla ilgili kullandıkları metaforlar cinsiyete göre değişmekte midir?

1.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, Erciyes Üniversitesinin Sosyal Bilimler (Hukuk, İletişim, Güzel Sanatlar, Eğitim, Edebiyat, İktisadi ve İdari Bilimler, İlahiyat) ve Fen Bilimleri (Sağlık Bilimleri, Eczacılık, Mimarlık, Ziraat, Dış Hekimliği, Veterinerlik, Fen, Mühendislik, Tıp) öğretim yapan fakültelerindeki öğretim üyeleri ve 2010-2011 öğretim yılı ile sınırlıdır.

2. Yöntem

Bu araştırma, Erciyes Üniversitesi Öğretim Üyelerinin sinema filmi kavramı için kullanmayı düşünecekleri metaforun ne olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan durum saptamaya yönelik betimsel bir çalışmadır.

2.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmada sinema filmine dair düşünceleri tespit edilmeye çalışılan öğretim üyeleri, analiz birimi olarak kabul edilmiştir. Araştırmanın evreni; 2010- 2011 eğitim-öğretim döneminde Erciyes Üniversitesi bünyesinde bulunan 16 fakültede görev yapan öğretim üyelerinden oluşmaktadır. Araştırma evreni; 797 kişidir. Bunlardan 609'u erkek, 188'i ise kadın öğretim üyesidir. Araştırma örnekleminin belirlenmesinde katılımcılar maksimum çeşitlik örnekleme kullanılarak seçilmiştir. Maksimum çeşitlilik örnekleme amaç, görece olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekleme üzerinde çalışılan amaca taraf olacak bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır (Şimşek ve Yıldırım, 2008: 108). Bu araştırmada, çeşitlilik; öğretim üyelerinin cinsiyetleri ve farklı bilim dallarından (Sosyal Bilimler ve Fen Bilimleri) olmalarına dikkat edilerek sağlanmıştır. Örnekleme oluşturan 60 kişilik katılımcı grubu; Sosyal Bilimler (Hukuk, İletişim, Güzel Sanatlar, Eğitim, Edebiyat, İktisadi İdari Bilimler ve İlahiyat Fakülteleri) ve Fen Bilimleri (Sağlık Bilimleri, Eczacılık, Mimarlık, Ziraat, Diş Hekimliği, Veteriner, Fen, Mühendislik ve Tıp Fakülteleri) alanında görev yapan öğretim üyeleri ile sınırlıdır. Ardından bu 60 kişiyi belirlemek için öğretim üyeleri telefonla aranmıştır. Ulaşılan kişilerden katılmayı kabul eden gönüllü katılımcılara 5 sorudan oluşan anket formu gönderilmiştir. Erciyes Üniversitesinde kadın öğretim üyelerinin sayısı, erkek öğretim üyelerinin yaklaşık 3'te 1'ine denk gelmesine rağmen araştırmaya katılanların 37'si erkek, 23'ü ise kadın öğretim üyesidir. Burada bir orantısızlık var gibi gözükmektedir. Ancak araştırmaya katılım gönüllük esasına göre olduğundan, kadın katılımcılar erkek katılımcılara göre çok yüksek oranlarda araştırmaya katılmaya istekli davranmışlardır.

2.2. Araştırma Verilerinin Toplanması

Erciyes Üniversitesi'nde görev yapan öğretim üyelerinin sinema filmi kavramı için düşünecekleri metaforu tespit etmek amacıyla 5 soruluk bir anket formu kullanılmıştır. Bu amaçla katılımcıların sinema filmi için düşünecekleri metaforları ifade etmeleri için 3 kapalı uçlu, 2 de açık uçlu olmak üzere toplam 5 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket formu, gönüllü olarak araştırmada yer almayı isteyen öğretim üyesi katılımcılara e-mail yoluyla gönderilmiş ve kendilerinden anket formunu doldurmaları istenmiştir. Anket formunda 1. soru; katılımcıların cinsiyeti, 2. soru; unvanı, 3. soru hangi fakültede görev yaptığı, 4. soru; sinema filmi için hangi metaforu düşünecekleri (ayrıca tek bir metafor yazmalarına dikkat etmeleri belirtilmiştir), 5. soru da ise, sinema filmi için neden böyle bir metafor düşündükleri sorulmuştur ve böylelikle metaforun gerekçesi öğrenilmiştir. Katılımcıların doldurarak araştırmacıya geri gönderdiği anket formları, bu araştırmada temel veri kaynağı olarak kullanılmıştır.

2.3. Araştırma Verilerinin Analizi

Katılımcılardan gelen verilerin çözümlenmesinde, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinde temel amaç; toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227). Bu doğrultuda katılımcıların geliştirdikleri metaforların analiz işlemleri hazırlık, örgütlenme ve raporlama aşamalarına göre yapılmıştır. Hazırlık aşamasında evreni temsil eden

bireyler seçilmiş, örgütlenme aşamasında kodlama, kavramsal kategorilerin oluşturulması ve özetleme aşamaları yapılmış, raporlama aşamasında ise okurun kolayca anlayabilmesi için çalışmalar ayrıntılı olarak verilmiştir (Ele ve Kyngas'tan aktaran Ünal ve Ünal, 2010: 926 & Saban, 2009: 285-288 & Yıldırım ve Şimşek, 2008: 257-260):

2.3.1. Hazırlık Aşaması

Kodlamanın ve ayıklamanın yapıldığı bu aşamada, öğretim üyelerinin sinema filmine dair ürettikleri metaforların tasnifi için geçici bir liste (metaforun baş harfi dikkate alınarak, A'dan Z'ye) yapılmıştır. Bu aşamada belirli bir metaforun, belirgin bir şekilde yazılıp yazılmadığı ve neden bu metaforu seçtiğine dair mantıksal açıklamalar yapıp yapılmadığı kontrol edilmiştir. Daha sonra katılımcıların metaforları ve sebepleri kodlanmıştır. Bu işlemin sonucunda herhangi bir metafor yazamayan veya yazdığı halde sebebini açıklayamayan, herhangi bir metaforu içermeyen anket formları ayıklanmıştır. Bütün bunlardan sonra 4 kâğıt (2'si erkek, 2'si kadın veri toplama formu) ayıklanarak, araştırma dışında bırakılmış, 56 kâğıt değerlendirmeye alınmıştır. Bunlardan 35'i erkek (% 62.5), 21'i ise kadın (% 37.5) katılımcılardan gelen veri toplama formudur. Ayıklanan anket formunun Sosyal Bilimler ve Fen Bilimleri alanlarına göre dağılımı ise şöyledir: Fen Bilimleri 40 (24 erkek, 16 kadın) anket formu (% 71.4), Sosyal Bilimler 16 (11 erkek, 5 kadın) anket formu (% 28. 6) şeklindedir.

2.3.2. Örgütlenme Aşaması

Belirgin bir şekilde metafor yazamayan, yazdığı metaforun sebebini açıklayamayan, birden fazla metafor yazdıkları için zayıf yapılı kabul edilen metaforları içeren anket formları ayıklandıktan sonra 56 adet geçerli metafor elde edilmiştir. Geçerli metaforlar tasnif edilirken alfabetik sıraya göre, A'dan Z'ye göre sıralanmış (arandığında kolay bulunması amacıyla), tablolarda ise frekansı yüksek olandan düşük olana göre dizilmiştir. Ardından katılımcılar tarafından üretilen metaforlar, sebepleri de dikkate alınarak, araştırmacı tarafından belirlenen, kavramsal kategorilere ayrılmış ve bu şekilde toplam beş kavramsal kategori elde edilmiştir. Bu kavramsal kategoriler; ruhsal boşalım olarak aracı sinema filmi; hayatın yansıması olarak sinema filmi; kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi; eğlendirme aracı olarak sinema filmi; hayal âlemi olarak sinema filminden oluşmaktadır. Katılımcılar tarafından üretilen metaforlar, ilgili temanın altına yerleştirilirken, her metafor, metaforun konusu(sinema filmi), metaforun kaynağı(sebep) ve metaforun konusu ile kaynağı arasındaki ilişki(sinema filmi metaforu ve sebebi) açılarından analiz edilerek yapılmıştır.

Metafor imgesini ayrıca kimin ürettiğine ilişkin bilgiler, söz konusu metaforun içinde kodlanmış olarak verilmiştir. Bu kodların anlamları: Parantez içindeki "SB", "FB" kısaltmaları, öğretim üyelerinin alanlarını ifade etmektedir (SB: Sosyal Bilimler, FB: Fen Bilimler). Devamında katılımcıların cinsiyetlerin ifade etmek için erkekler için E, kadınlar için K harfi kullanılarak kodlama yapılmıştır.

Bu aşamada aynı zamanda geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları da yapılmıştır. Geçerlik ve güvenilirlik çalışmanın sonuçlarının inandırıcı olduğunu ortaya koymak için kullanılırlar. Nitel

araştırmada toplanan verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi ve sonuçlara araştırmacı tarafından nasıl ulaşıldığının açıklanması, geçerliliğin önemli ölçütleri arasındadır. Bu araştırmada elde edilen bulguların tutarlılığını sağlamak için temaları oluşturan kavramların kendi içinde ve diğer temalar ile tutarlılığı değerlendirilmiş, anlamlı bir bütün oluşturup oluşturmadığı test edilmiştir. Bunun öncesinde sinema filmine ilişkin algılar, doğrudan alıntılarla tanımlanmış ve özellikleri belirtilmiştir. Ayrıca geçerliği sağlamak adına genelde veri analiz süreci özelde ise kavramsal kategorilere nasıl ulaşıldığı detaylı olarak açıklanmıştır. Ardından bulgular sinema konusunda uzman öğretim üyesine verilmiş ve inceletirilmiştir. Güvenirliği sağlamak için ise araştırmada ulaşılan kavramsal kategoriler altında verilen metaforların söz konusu kavramsal kategoriyi temsil edip etmediğini kontrol etmek amacıyla alandan bir uzmana başvurulmuştur. Bunun için 56 metaforun yazıldığı liste ve 5 kavramsal kategorinin olduğu liste uzmana verilmiştir. Uzman, birinci listede yer alan metaforları, ikinci listede yer alan kavramsal kategorilerle eşleştirmiştir. Uzman tarafından yapılan eşleştirme ile araştırmacının yaptığı eşleştirme karşılaştırılmıştır. Bunun için Miles ve Huberman'ın, Güvenirlik = Görüş birliği/(Görüş birliği + Görüş ayrılığı) formülü kullanılmıştır (1994: 64). Nitel çalışmalarda güvenirlüğün sonucu % 70'in üzerinde çıkarsa, görüş birliği sağlanmış olmaktadır. Bu araştırmaya özgü olarak geliştirilen güvenirlilik çalışmasında % 82 oranında güvenirlilik sağlanmıştır. Uzman, araştırmacıdan farklı olarak 10 metaforu farklı kavramsal kategorilerin altına yerleştirmiştir.

2.3.3. Raporlama Aşaması

Belirlenen metaforları, kavramsal kategorilerle ilişkilendirilmiş şekilde gösteren tablolar yapılarak, üretilen metaforlar cinsiyetlere ve bilim alanlarına göre ayrımlaştırılmıştır. Açıklamaların daha iyi anlaşılabilmesi için, metafor ve bununla ilişki cümlelerden alıntılar yapılmış ve bu şekilde geçerliğin sağlanmasına ve güvenirlüğün artmasına katkıda bulunulmuştur.

56 metaforun yer aldığı 5 kavramsal kategorinin belirlenmesinden sonra, bütün veriler SPSS paket programına aktarılmış, metaforları ve kavramsal kategorileri temsil eden katılımcı sayısı (*f*) ve yüzdesi (%) hesaplanmıştır. Daha sonra da bulgular analiz edilerek yorumlanmıştır.

3. Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, sinema filmine dair katılımcıların ürettikleri metaforlar hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra bu metaforların altında sıralandığı kavramsal kategoriler ve bunların özellikleri, katılımcıların ürettikleri metaforlarla desteklenerek ifade edilmiştir.

3.1. Katılımcıların Sinema Filmi İçin Kullandıkları Metaforlar Nelerdir?

Katılımcılar tarafından üretilen toplam metafor sayısı 56'dır. Bu metaforlar ve metaforu üreten kişi sayısı şu şekildedir: rüya (5), hayat (5), ayna (4), hayal dünyası (2), su (2), yemek (2), antidepresan, araç, bulut, çok yönlü bir araç, dizayn edilmiş oda, dünya, gezinti, gökkuşağı, gökyüzü, hayal kurma, hayal makinesi, hayattan bir kesit, hipnotizma aleti, ip yumağı, kaliteli bir yemek, kapı, karmaşa, kutu, lunapark, mağara adamı, matruşka, okyanustaki bir damla, otobiyografi, oyun, pamuk şekeri, pasta, psikiyatrist, ruhsal yapı, seyahat, seyahat aracı, seyahat valizi, sigara, uyuşturucu ilaç, vasıta, yaşamın kendisi, yolculuk.

Tablo-1: Sinema filmi kavramına ilişkin üretilen metaforlar ve onları temsil eden öğretim üyesi sayısı ve yüzdesi

Metafor kodu	Metafor adı	f	%	Metafor kodu	Metafor adı	f	%
14	Hayat	5	8,9	19	Kapı	1	1,8
32	Rüya	5	8,9	20	Karmaşa	1	1,8
3	Ayna	4	7,1	21	Kutu	1	1,8
11	Hayal Dünyası	2	3,6	22	Lunapark	1	1,8
37	Su	2	3,6	23	Mağara adamı	1	1,8
41	Yemek	2	3,6	24	Matruşka	1	1,8
1	Antidepresan	1	1,8	25	Okyanustaki bir damla	1	1,8
2	Araç	1	1,8	26	Otobiyografi	1	1,8
4	Bulut	1	1,8	27	Oyun	1	1,8
5	Çok yönlü bir araç	1	1,8	28	Pamuk şekeri	1	1,8
6	Dizayn edilmiş araç	1	1,8	29	Pasta	1	1,8
7	Dünya	1	1,8	30	Psikiyatrist	1	1,8
8	Gezinti	1	1,8	31	Ruhsal yapı	1	1,8
9	Gökkuşuğu	1	1,8	33	Seyahat	1	1,8
10	Gökyüzü	1	1,8	34	Seyahat aracı	1	1,8
12	Hayal kurma	1	1,8	35	Seyahat valizi	1	1,8
13	Hayal makinesi	1	1,8	36	Sigara	1	1,8
15	Hayattan bir kesit	1	1,8	38	Uyuşturucu ilaç	1	1,8
16	Hipnotizma aleti	1	1,8	39	Vasita	1	1,8
17	İp yumağı	1	1,8	40	Yaşamın kendisi	1	1,8
18	Kaliteli bir yemek	1	1,8	42	Yolculuk	1	1,8
Toplam						56	100

3.2. Katılımcıların Sinema Filmine Dair Kullandıkları Metaforlar, Ortak Özellikleri Bakımından Hangi Kavramsal Kategoriler Altında Toplanabilir?

Bu bölümde öğretim üyelerinin sinema filmine dair kullandıkları metaforlar, 5 kavramsal kategori; ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi; hayatın yansıması olarak sinema filmi; kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi; eğlendirme aracı olarak sinema filmi; hayal âlemi olarak sinema filmi altında toplanmış ve tablolar halinde yorumlanmıştır. Her kavramsal kategori altında öncelikle, ilgili kavramsal kategorinin altında toplanan metaforların özellikleri verilmiş, ardından da katılımcıların ürettikleri metaforlara ve açıklamalara yer verilmiştir.

3.2.1. Ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi

Tablo-2 ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi kategorisinin öğretim üyesi sayısı ve yüzdesini vermektedir. Tablo-2 incelediğinde “ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi” kavramsal kategorisini 16 katılımcı (% 28.6), 12 farklı metafor ile temsil etmektedir. Ayna (4), su (2), bulut, gezinti, gökyüzü, hayal kurma, hipnotizma aleti, mağara adamı, psikiyatrist, seyahat, uyuşturucu ilaç, yolculuk 1'er kez üretilmiştir. Metafor üreten toplam kadın öğretim üyesi katılımcı sayısı 6 (% 28.6), erkek öğretim üyesi katılımcı sayısı ise 10 (% 28.6)'dur. Ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde yer alan metaforlar analiz edildiğinde, aşağıdaki ortak özellikler ortaya çıkmaktadır:

1-Sinema filmi aynaya benzetilmiştir. “Filmde yansıyan bir karakter, aynada yansıyan kendimizdir” (SB, E1). Ayna metaforunu kullanan katılımcılar aynada yansıyanın kendileri olduğunu düşünmektedirler. “Her sinema filminde, izleyici bir miktar kendini ve hayatında rol alan aktörleri bulur” (FB, E1). Sinema filminin kendimizle ilgili olan ancak aynaya baktığımızda farkında olabileceğimiz durumları da yansıttığı ifade edilmiştir, “Ayna bu yönüyle kendimizin farkına varmamızı sağlayan da bir araçtır” (FB, E2). Ayna metaforunu kullanan katılımcılar sinema filmi aracılığıyla kendilerini ekranda hayal edip ruhsal boşalım sağladıklarını düşünmektedirler.

2-Sinema filmi insanların hayallerinin yaşandığı yerdir. “Sinema hayallerimizi harekete geçiren bir sanat dalıdır, bir yanı hayata bağımlıyken, diğer yanı olmasını arzu ettiğimiz şeylerden yanadır” (SB, K1). Hayal âleminde ne yaşanıyor ve nasıl bir boşalım sağlanıyorsa sinema filmi ile de aynı boşalımın sağlanmaktadır. “Siz hayal kurarken yapmak istediğiniz görmek istediğiniz veya daha önce başınıza gelen bir olayı değiştirmeyi hayal edebilirsiniz” (FB, E4.)

3-Sinema filmi insanların kendilerini sergiledikleri ve böylece boşalım sağladıkları yerdir. “Sinemayı insanların düşünce, fikir ve hayal dünyalarını başkalarına sergilemek için kullandıkları bir araç ve sinema filmini onun meyvesi olarak düşünüyorum” (FB, E3).

4-Sinema filmi insanı gerçek hayatın sorumluluklarından uzaklaştırır. “Sinema filmleri bizim için bir nevi deşarj olma ve stres atma vasıtalarıdır” (SB, E2).

5-Sinema filmi dikkat çekicidir. “Sinema filmi benim için tıpkı gökyüzü gibi her an sürprizlerle dolu ve değişkendir. Bazen bakıyorsunuz sıcacık duygulara sürüklüyor sizi deniz kenarında şezlongunuzda uzanırken gülümseyen güneşi ile. Bazen de bakıyorsunuz ki fırtınalar estirmiş bütün hırçınlığı ve kırıcı dökücülüğü ile ” (FB, K2).

5-Sinema filmi tedavi edicidir. “Sinema filmini gider izler ve rahatlamış bir şekilde filmden çıkarsınız” (SB,E4).

6-Sinema filmi insana yeni kapılar açar. “Sanki bir rüyanın tam orta yerinde gözlerini açmışçasına, başlar bir anda olan biten ve birden bire, gündelik hayata dair her şeyden uzaklara taşınır insan” (FB, E6).

Tablo-2: Ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisini oluşturan metaforlar ve onları temsil eden öğretim üyesi ve yüzdesi

Metafor kodu	Metafor adı	f	%
3	Ayna	4	7,1
37	Su	2	3,6
4	Bulut	1	1,8
8	Gezinti	1	1,8
10	Gökyüzü	1	1,8
12	Hayal kurma	1	1,8
16	Hipnotizma aleti	1	1,8
23	Mağara adamı	1	1,8
30	Psikiyatrist	1	1,8
33	Seyahat	1	1,8
38	Uyuşturucu ilaç	1	1,8
42	Yolculuk	1	1,8
Toplam		16	28,6

3.2.2. Hayatın yansıması olarak sinema filmi

Tablo-3 hayatın yansıması olarak sinema filmi kategorisinin öğretim üyesi sayısı ve yüzdesini vermektedir. Tablo-3 incelediğinde hayatın yansıması olarak sinema filmi kavramsal kategorisini 15 katılımcı (% 26.8), 10 farklı metafor ile temsil etmektedir. Hayat (5) , yemek (2) , dünya, gökkuşağı, hayattan bir kesit, ip yumağı, karmaşa, otobiyografi, ruhsal yapı, yaşamın kendisi 1'er kez üretilmiştir. Metafor üreten toplam kadın öğretim üyesi katılımcı sayısı 3 (% 14.3), erkek öğretim üyesi katılımcı sayısı ise 12 (% 34.3)'dur. Hayatın yansıması olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde yer alan metaforlar analiz edildiğinde, aşağıdaki ortak özellikler ortaya çıkmaktadır:

1-Sinema filmi herkesin kendi karşılığını bulacağı yerdir. “Sinema filmi her kesimden insanın gerçek veyahut hayal bir şeyler bulduğu yapımlardır” (FB, E8), “Dram vardır, eğlence vardır, komedi vardır, şiddet vardır” (FB, E7).

2-Sinema filmi hayatın kendisidir. “Sinema filmi hayat gibidir, bazen ağlatır bazen güldürür, bazen korkutur, bazen de düşündürür, bazen zararlı bazen faydalı, bazen taraflı bazen tarafsız, bazen de müstehcendir” (FB, E10), “Sinema filmi yaşamın kendisi gibidir, çünkü fantastik filmler gibi en gerçek dışı olanların bile gerçek yaşamda bir karşılığı var” (SB, E6).

3-Sinema filmi insanın ruhsal yapısı gibidir. “Sinema filmini insanın ruhsal yapısına benzetirdim. Yani sinema filminin de bir ruh yapısı var. Dolayısı ile her filmin kişiliği var. Tüm bu unsurlar filmin iz bırakıp bırakmamasında rol oynuyor.” (FB, E15)

4-Sinema filminde insan kendini arar. “Sinema filmi sizsiniz ve sürekli kendinizi onun yerine koyarsınız.” (FB, E14).

Tablo-3: Hayatın yansıması olarak sinema filmi kavramsal kategorisini oluşturan metaforlar ve onları temsil eden öğretim üyesi ve yüzdesi

Metafor kodu	Metafor adı	f	%
14	Hayat	5	8,9
41	Yemek	2	3,6
7	Dünya	1	1,8
9	Gökkuşağı	1	1,8
15	Hayattan bir kesit	1	1,8
17	İp yumağı	1	1,8
20	Karmaşa	1	1,8
26	Otobiyografi	1	1,8
31	Ruhsal yapı	1	1,8
40	Yaşamın kendisi	1	1,8
Toplam		15	26.8

3.2.3. Hayal âlemi olarak sinema filmi

Tablo-4 hayal âlemi olarak sinema filmi kategorisinin öğretim üyesi sayısı ve yüzdesini vermektedir. Tablo-4 incelediğinde hayal âlemi olarak sinema filmi kavramsal kategorisini 10 katılımcı (% 17.9), 5 farklı metafor ile temsil etmektedir. Rüya (5), hayal dünyası (2), hayal makinesi, kapı, vasıta 1'er kez üretilmiştir. Metafor üreten toplam kadın öğretim üyesi katılımcı sayısı 4 (% 19), erkek öğretim üyesi katılımcı sayısı ise 6 (% 17.1)'dir. Hayal âlemi olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde yer alan metaforlar analiz edildiğinde, aşağıdaki ortak özellikler ortaya çıkmaktadır:

1-Sinema filmi farklı dünyalara kapı aralar. “Sinema filmi ile kendi gerçekliğimizden başka gerçekliklere gideri” (FB, E22), “Görmediğim ülkeleri, mekânları, yaşam tarzlarını izlemek, filmin sonunda ne olacak diye heyecanlanmak kafamdaki diğer düşüncelerin silinmesini sağlıyor” (FB, E23).

2-Sinema filmi hayal makinesidir. “Sinema filmi ile kişi, hayal ettiği her şeyi yaşayabilir. Çünkü insanların sinema filmi türü seçimi de aslında insanların yaşamak istedikleri hayallerin seçimidir” (FB, E21).

3-Sinema filmi rüya gibidir. “Sinema filmi rüya gibidir, çünkü film seyrederken insan kendini oradaymış gibi hissediyor” (FB, K10), “Çünkü sinema filminde de dalar gidirsiniz, tüm olaylar gerçek gibidir, kendinizi gerçek bir dünyada zannedersiniz” (FB, K14).

4-Sinema filmi, insanları hayal dünyasına ulaştırır. “İnsanları yaşamak istediği ortamlara sinema filmi vasıtası ile hayali olarak gidebilir veya yaşamak istediği olayları hayali olarak o vasıta ile yaşayabilir” (FB, E24).

Tablo-4: Hayal âlemi olarak sinema filmi kavramsal kategorisini oluşturan metaforlar ve onları temsil eden öğretim üyesi ve yüzdesi

Metafor kodu	Metafor adı	f	%
32	Rüya	5	8,9
11	Hayal Dünyası	2	3,6
13	Hayal makinesi	1	1,8

19	Kapı	1	1,8
39	Vasıta	1	1,8
Toplam		10	17,9

3.2.4. Eğlendirme aracı olarak sinema filmi

Tablo-5 eğlendirme aracı olarak sinema filmi kategorisinin öğretim üyesi sayısı ve yüzdesini vermektedir. Tablo-5 incelediğinde eğlendirme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisini 8 katılımcı (% 14.3), 8 farklı metafor ile temsil etmektedir. Antidepresan, kaliteli bir yemek, lunapark, oyun, pamuk şekeri, pasta, seyahat valizi, sigara 1'er kez üretilmiştir. Metafor üreten toplam kadın öğretim üyesi katılımcı sayısı 7 (% 33.3), erkek öğretim üyesi katılımcı sayısı ise 1 (% 2.9)'dur. Eğlendirme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde yer alan metaforlar analiz edildiğinde, aşağıdaki ortak özellikler ortaya çıkmaktadır:

1-Sinema filmi izlemek insanın sıkıntılarını giderir. "Sinema filmi sıkıcı, yorucu iş hayatından uzaklaşmak için giderim. Böyle de bir antidepresan etkisi var benim için" (FB, K7), "Sinema filmini lunaparka benzetebilirim. Çünkü sinema filmi, eğlenceli olmalı, günlük yaşamın yoğun stresinden bizi alıp götürmeli" (FB, K8).

2-Sinema filmi bağımlılık yapar. "Sinema filmi sigara gibidir, her ikisi de bağımlılık yapar" (FB, E19), "Sinema filmini eğlenceli bir oyuna benzetirdim. Çünkü her iki de keyif verici" (FB, K9).

3-Sinema filmi eğlencelidir. "İzlemesi keyifli, sonrasında bıraktığı tat ise unutulmaz" (FB, K11), "Sinema filmini, bilinmeyen bir yerden adresime hediye olarak gönderilmiş, içi çeşitli (pahalı, ucuz, kaliteli, kalitesiz, gündelik veya özel günlerde giyilebilecek) kıyafetlerle ve birkaç çift ayakkabı ile dolu, çok süslü, büyük ve son derece merak uyandıran etkileyici bir seyahat valizine benzetirdim" (FB, K12).

Tablo-5: Eğlendirme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisini oluşturan metaforlar ve onları temsil eden öğretim üyesi ve yüzdesi

Metafor kodu	Metafor adı	f	%
1	Antidepresan	1	1,8
18	Kaliteli bir yemek	1	1,8
22	Lunapark	1	1,8
27	Oyun	1	1,8
28	Pamuk şekeri	1	1,8
29	Pasta	1	1,8
35	Seyahat valizi	1	1,8
36	Sigara	1	1,8
Toplam		8	14,3

3.2.5. Kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi

Tablo-6 kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kategorisinin öğretim üyesi sayısı ve yüzdesini vermektedir. Tablo-6 incelediğinde kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisini 7 katılımcı (% 12.5), 7 farklı metafor ile temsil etmektedir. Araç, çok yönlü bir araç, dizayn edilmiş oda, kutu, matruşka, okyanustaki bir damla, seyahat aracı 1'er kez üretilmiştir. Metafor üreten toplam kadın öğretim üyesi katılımcı sayısı 1 (% 4.8), erkek öğretim üyesi katılımcı sayısı ise 6 (% 17.1)'dir. Kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde yer alan metaforlar analiz edildiğinde, aşağıdaki ortak özellikler ortaya çıkmaktadır:

1-Sinema filmi insanın kendini gerçekleştirme aracıdır. "Sinema filmi düşünce, tasavvur, tefekkür, zihniyet, duygusallık, eylemsellik ve anlamın keşfi gibi insani tecrübenin neredeyse bütün boyutuna hitap etmektedir" (SB, E8).

2-Sinema filmi insana hakikatin ne olduğuna veyahut ne olacağına dair fikir verir. “Sinema filmi nihai var oluş durumlarını dile getirmenin aracıdır. “Sanatın fonksiyonu bağlantı tesis etmek olmalı ve insanların gönüllerinde bir inanç ortaya çıkarmalı. Bu inanç, hakikate ilişkin bir inançtır ” (SB, E7), “Böyle bir filmi de ancak hayatın anlamının ne olduğunu idrak etmiş, kendini ve varlığı anlamış ve anlamlandırmış birisi yapabilir” (SB, E9).

3-Sinema filmi insanın olgunlaşmasını sağlar. “İnsandaki madde-mana arasındaki köprüler inşa edersiniz, daha çok sevmeyi, daha çok istemeyi, daha çok aramayı öğrenirsiniz” (FB, E18), “Sinema filmi bir tür seyahat aracıdır. Çünkü sinema filmi, gerçeklik katmanları arasında hem görsel hem de spiritüel olarak yolculuk etme imkânı vermektedir” (SB, E10).

Tablo-4: Kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisini oluşturan metaforlar ve onları temsil eden öğretim üyesi ve yüzdesi

Metafor kodu	Metafor adı	f	%
2	Araç	1	1,8
5	Çok yönlü bir araç	1	1,8
6	Dizayn edilmiş araç	1	1,8
21	Kutu	1	1,8
24	Matruşka	1	1,8
25	Okyanustaki bir damla	1	1,8
34	Seyahat aracı	1	1,8
Toplam		7	12,5

3.3. Sinema filmi kavramına ilişkin öğretim üyeleri tarafından geliştirilen metaforlar daha çok sinema filminin hangi özelliği üzerinde yoğunlaşmaktadır?

Bu başlık altında sinema filmine dair algıları ifade eden metaforların eşleştirildiği ruhsal boşalım olarak sinema filmi; hayatın yansımaları olarak sinema filmi; kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi; eğlendirme aracı olarak sinema filmi; hayal âlemi olarak sinema filminden oluşan 5 kavramsal kategorinin daha çok sinema filminin hangi özelliği üzerinde yoğunlaştığını hem cinsiyet hem de alan bazında değerlendirmesini içerir.

3.3.1. Sinema Filmi kavramının Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması

Tablo-7’de *sinema filminin* daha çok hangi özelliğine vurgu yapan kavramsal kategorilerin cinsiyete göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmayı şöyle özetleyebiliriz:

1-Erkek katılımcılar, ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi, hayatın yansımaları olarak sinema filmi, hayal âlemi olarak sinema filmi, kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorilerini temsil eden metaforları, kadın katılımcılardan daha fazla üretmişlerdir.

2-Kadın katılımcılar, eğlendirme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisini temsil eden metaforları, erkek katılımcılardan daha fazla üretmişlerdir.

Tablo-7 Cinsiyete göre sinema filmi kavramına ilişkin öğretim üyeleri tarafından geliştirilen metaforların sinema filminin daha çok hangi özelliği üzerinde yoğunlaştığının sayısı ve yüzdesi

Kavramsal kategori	Erkek (n=35)	Kadın (n=21)	Toplam (n=56)
	f (%)	f (%)	f (%)
Ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi	10 (28.6)	6 (28.6)	16 (28.6)
Hayatın yansımaları olarak sinema filmi	12 (34.3)	3 (14.3)	15 (26.8)
Hayal âlemi olarak sinema filmi	6 (17.1)	4 (19)	10 (17.9)
Eğlendirme aracı olarak sinema filmi	1 (2.9)	7 (33.3)	8 (14.3)
Kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi	6 (17.1)	1 (4.8)	7 (12.5)

3.3.2. Sinema Filmi kavramının Sosyal Bilimler ve Fen Bilimleri Alanlarına Göre Karşılaştırılması

Tablo-8'de *sinema filminin* daha çok hangi özelliğine vurgu yapan kavramsal kategorilerin Sosyal Bilim ve Fen Bilim alanlarına göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmayı şöyle özetleyebiliriz:

1-Fen Bilimleri alanlarındaki öğretim üyeleri hayatın yansıması olarak sinema filmi, hayal alemi olarak sinema filmi, eğlendirme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorilerini temsil eden metaforları, Sosyal Bilimler alanlarındaki öğretim üyelerinden daha fazla üretmişlerdir.

2- Sosyal Bilimler alanlarındaki öğretim üyeleri ise, ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi, kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorilerini temsil eden metaforları, Fen Bilimleri alanlarındaki öğretim üyelerinden daha fazla üretmişlerdir.

Tablo-8 Sosyal Bilimler ve Fen Bilimleri alanlarına göre sinema filmi kavramına ilişkin öğretim üyeleri tarafından geliştirilen metaforların sinema filminin daha çok hangi özelliği üzerinde yoğunlaştığının sayısı ve yüzdesi

Kavramsal kategori	Sosyal Bilimler (n=16) f (%)	Fen Bilimleri (n=40) f (%)	Toplam (n=56) f (%)
Ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi	7 (43.8)	9 (22.5)	16 (28.6)
Hayatın yansıması olarak sinema filmi	3 (18.8)	12 (30)	15 (26.8)
Hayal âlemi olarak sinema filmi	1 (6.3)	9 (22.5)	10 (17.9)
Eğlendirme aracı olarak sinema filmi	1 (6.3)	7 (17.5)	8 (14.3)
Kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi	4 (25)	3 (7.5)	7 (12.5)

Bulgular kısmında ortaya çıkan sonuçları Hall'un düz ve yan anlam kavramlarıyla özetleyecek olursak; Hall, içeriklerin düz anlamlarının kapalı kodlarla oluşturulduğunu, yan anlamların ise, çok anlamlılık barındırdığını ifade etmiştir. Bu çok anlamlılığın ise, ancak farklı okumalarla ortaya çıkabileceğini ileri sürmüştür. Düz anlamı, göstergenin birebir anlamı; yan anlamı da göstergeden türetilmesi mümkün olan anlamlar olarak tanımlayan Hall'dan yola çıkarak, araştırmada sinema filmi kavramı, düz anlamda herkesin hakkında algılarını dile getirdiği göstergeyken; yan anlamda ise sinema filmi kavramı ile ilgili birbirinden farklı 42 metafor türetilmiştir. Aynı göstergeden (sinema filmi) 42 farklı metaforun türetilmesi ise bütünüyle katılımcıların cinsiyet, bilim alanı, yaşam biçimleri, vb., farklılıklarıyla ilgilidir. Bu farklılıklara dayanarak katılımcılar farklı anlamlandırmalar yapmış ve farklı metaforlar türetmişlerdir.

4. Sonuç

Bu araştırma Erciyes Üniversitesi öğretim üyelerinin gündelik hayatlarında kullandıkları metaforlar yardımıyla sinema filmini kavramını nasıl algıladıklarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Sinema filmini açıklamak için çok sayıda metafora ihtiyaç vardır. Katılımcılar bu metaforları belirlerken, kuşkusuz, yaşam biçimlerinden, cinsiyetlerinden, bilim alanlarından faydalanmışlardır. Bahsedilen alanların gündelik hayatımızdaki kavramları metaforlar yoluyla anlamlandırması, metaforun tecrübeyle olan ilişkisini de gösterir. Çünkü kavram sisteminin büyük bir kısmı tecrübeye dayanarak oluşur ve böylece gündelik faaliyetlerde, bilinene ve inanılan şeylere anlam verebilir ve daha vurgulayıcı hale getirebiliriz. Bu çerçevede sinema filmini bir bütün olarak açıklamak için çok sayıda metafora ihtiyaç vardır. Çünkü sinema filmi kavramını herkes kendi perspektifine göre alımlar. Antidepresan, uyuşturucu ilaç, lunapark, pamuk şekeri, psikiyatrist vb., metaforlar üretildiği gibi, seyahat valizi, rüya, gökyüzü, okyanustaki bir damla vb., gibi metaforlarda da üretilmiştir. Sinema

filmi deyince herkesin aklına aynı metaforun gelmeyişi de farklı perspektifler yüzündendir. Ayrıca herhangi bir şeyin metaforlar yardımıyla nasıl algılandığını ortaya çıkarmak için olabildiğince çok metafor üretmek gerekir. Çünkü metafor, benzetme yapılan şeyin kendisi değildir. Yalnızca benzetme yardımıyla, ifade ettiği şeyin sembolüdür. Fazla sayıda metafor üretildiğinde, benzetilen şeyin daha iyi ifade edilmesinin şansı da artmaktadır, çünkü herkes kendi perspektifinden herhangi bir şeyi bir başka şeye benzettiğinden, benzeyen şeyin daha fazla özelliği ortaya çıkar. Bu da metaforlar yoluyla yapılan analizin daha sağlıklı olması sonucunu doğurur. Bu bağlamda araştırmadan elde edilen bulguların özelliklerini aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

Öğretim üyelerinin en çok ürettikleri metaforlar; hayat (5, % 8.9), rüya (5, % 8.9), ayna (4, % 7.1), hayal dünyası (2, % 3.6), su, (2, % 3.6), yemek (2, % 3.6)'tir. Bunların dışında üretilen metaforların hepsi ise, 1'er (% 1.8) kez üretilmiştir. Ancak 1'er kez üretilen metaforların değeri, daha önce de ifade edildiği gibi, sayıca daha fazla üretilen metaforlardan daha az değildir. Hayat ve onun karşıtı olan rüya metaforunun aynı oranda yer almasına bakılarak denilebilir ki, öğretim üyeleri gerçek hayatta yaşadıkları ile gördükleri rüyaları aynı oranda sinema filmine benzetmişlerdir. Sinema filminin popüler kitle iletişim aracı oluşu, her yere ve herkese ulaşıyor oluşu bu oranın ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bunların dışında birer kez ifade edilen metaforlar ise, öğretim üyelerinin sinema filmini, yaşam tarzı, bilim alanları, cinsiyetlerinin farklı olması bakımından, algılamada farklı sonuçlar doğurmuştur. Gündelik hayatımızda yaşanan tüm duygular; sevinç, üzüntü, keder, bastırdıklarımız, dışa vurduklarımız form değiştirerek rüyalarımıza girer ve bir boşalım yaşamımızı sağlar. Problemlerle biriyile rüyada hesaplaşmak, sevdiğimiz ama elde edemediğimiz kızı rüyada elde etmek, hayalini kurduğunuz, ancak sahip olamadığınız işi rüyada yapmak, çok sevdiğiniz birini rüyada kayıp etmek ama uyandıığınızda yanınızda olduğunu görünce sevinmek hep rüyanın sağladığı boşalımlardır. Bu bağlamda hayat ve rüya arasında her zaman karşılıklı ve eşit bir ilişki vardır. Karşılıklı ve eşit ilişki, salt bir bilgi sağlama aracı olmanın ötesinde olan sinema filmi sayesinde insanın ulaşılmayı bekleyen derinliklerine inmeyi de kolaylaştırır. Çünkü birbirlerine zıt olan hayat ve rüya aralarında hiçbir bağ olmadan birbirlerini etkilemeyi sürdüremez. Eğer hayat ve rüya metaforu birbirlerine bu kadar yakın oranlarda ifade edildiyse, bu onların arasında bir bağın olduğunu da gösterir. Bu bağ nasıl bir bağdır sorusunun cevabı, rüyanın insanın bilimsel ve felsefi olarak anlamlandıramadığı her şeyi bütünlük içinde kavramsallaştırmasında saklıdır. Yönetmen de tıpkı hayat metaforlarını üreten izleyiciler gibi, hayatında kavramsallaştıramadığı şeyleri rüyasında somutlaştırır ve dolayısıyla rüyasını sinema perdesine yansıtarak, hayatına ve rüyalarına anlam kazandırır.

Öğretim üyeleri tarafından üretilen metaforların gruplandırıldığı kavramsal kategoriler incelendiğinde ise, en fazla metaforun ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmi kategorisinde olduğu (16, % 28,6) görülmüştür. En az sayıdaki metafor ise, kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisindedir (7, % 12,5). Sinema filminin kültürel gelişme aracı olarak daha az kullanılmış oluşu, onun daha çok eğlendirme aracı olarak kullanılmasına dayanan geleneksel görüşü destekler niteliktedir. Burada ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmine dair daha çok metafor

üretilmesi, sinema filminin değerini azaltmaz. Çünkü sinema filmi, diğer kitle iletişim araçları gibi birbirinden farklı işlevleri yerine getirir. Bununla birlikte sinema filminin ruhsal boşalım aracı olarak kullanılması onun derinlikli olmadığı sonucunu doğurmaz. Derinlikli olup olmamak, izleyicilerin demografik yapılarıyla yakından ilgilidir. Hayata derinlikli bakamıyorsa, hayatın her tarafındaki lekeselliğin farkına varamıyorsa, o izleyicinin sinema filmini ruhsal boşalım aracı olarak kullanmasını beklemek bir yana kültürel gelişme aracı olarak kullanmasını beklemek de mümkün değildir. Hayata derinlikli olarak bakamayan bu izleyici profili tehlikeye daha açıktır. Çünkü karşısında ki mecranın hiç şakası yoktur. Onu eğlendirirken aynı zamanda zihnini bir tarafa doğru yönlendirir. İzleyici bunun farkında olmadığından dolayı bu yönlendirmeye daha da açıktır. Bunu bir postüla ile özetleyecek olursak; siz sinema filmi ile derinlemesine ilgilenmezseniz o sizinle derinlemesine ilgilenir ve sizi işler, tüketim kültürünün emrine verir. Ancak siz bunun farkında bile olmazsınız.

Öğretim üyelerinin sinema filmi ile ilgili olarak üretmiş oldukları metaforları, cinsiyetlerine göre değerlendirdiğimizde ise karşımıza şu sonuçlar çıkmıştır: Erkek ve kadın öğretim üyeleri aynı oranlarda % 28.6 ruhsal boşalım aracı olarak sinema filmini görmektedirler. Sinema filminin ruhsal boşalım aracı olarak daha çok kullanılması, sinema filminin tedavi edici, sorumluluktan uzaklaştırıcı, dikkat çekici, katarsis sağlayıcı olduğunu gösterir. Burada yine hayatın yansıması olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde ise, erkekler % 34.3, kadınlar % 14.3 oranında metafor üretmişlerdir. Bu bağlamda erkek öğretim üyelerinin kadın öğretim üyelerinden daha yüksek oranlarda sinema filminde kendi gerçekliklerini bulduklarını söyleyebiliriz. Hayal alemi olarak sinema filminde ise erkek öğretim üyeleri % 17.1, kadın öğretim üyeleri ise % 19 oranında metafor üretmişlerdir. Eğlendirme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde ise, erkek öğretim üyeleri % 2.9, kadın öğretim üyelerinin ise, % 33. 3 oranında metafor üretmişlerdir. Buradan kadın öğretim üyelerinin, erkek öğretim üyelerinden daha çok oranda sinema filmini eğlendirme aracı olarak kullandıkları sonucu çıkmıştır. Kültürel gelişme aracı olarak sinema filmi kavramsal kategorisinde ise, erkek öğretim üyeleri % 17.1, kadın öğretim üyeleri ise % 4.8 oranları ile yer almışlardır. Kültürel gelişme aracı olarak sinema filminin oranlarına baktığımızda erkekler öğretim üyelerinin daha fazla olarak sinema filmini kültürel gelişme aracı olarak kullandığını ifade edebiliriz.

Öğretim üyelerinin bilim alanlarına göre değerlendirdiğimizde ise karşımıza şu sonuçlar çıkmıştır: Sosyal Bilimler alanlarından olan öğretim üyeleri % 43. 8 oranında sinema filmini ruhsal boşalım aracı olarak kullanırken, bu oran Fen Bilimleri alanlarında % 22. 5 olarak çıkmıştır. Sosyal Bilim alanlarından olan öğretim üyeleri % 18. 8 oranında sinema filmini hayatın yansıması olarak görürken, bu oran Fen Bilimleri alanlarında % 30 oranında çıkmıştır. Sosyal Bilim alanlarından olan öğretim üyeleri sinema filmini % 6. 3 oranında hayal âlemi olarak görürken, bu oran Fen Bilimleri alanlarında % 22.5 olarak görülmüştür. Sosyal Bilimler alanlarından olan öğretim üyeleri sinema filmini 6.3 oranında eğlendirme aracı olarak görürken, bu oran Fen Bilimleri alanlarında % 17.5 olarak görülmüştür. Sosyal Bilimler alanlarından olan öğretim üyeleri sinema filmini % 25 oranında kültürel gelişme aracı olarak görürken, bu oran Fen Bilimleri alanlarında % 7.5 olarak görülmüştür. Bu verilere

bakarak Sosyal Bilimler alanlarından olan öğretim üyelerinin sinema filmini ruhsal boşalım aracı ve kültürel gelişme aracı olarak gördüklerini söyleyebiliriz. Sosyal Bilimler alanlarından olan öğretim üyelerinin sinema filmini ruhsal boşalım aracı olarak görmesi; sinema filminin tedavi edici, dikkat çekici, katarsis sağlayıcı olduğunu gösterir. Kültürel gelişme aracı olarak sinema filminin Sosyal Bilimler alanlarında daha fazla çıkmış olması, bu alandaki öğretim üyelerinin daha derinlikli olarak sinema filmini izlediklerini gösterir. Fen Bilimleri alanlarından olan öğretim üyelerinin ise, sinema filmini hem hayatın yansıması, hem hayal âlemi olarak görmesi ve bu iki kavramsal kategoriye ait olan metaforların sayısının Sosyal Bilimler alanlarından olan öğretim üyelerinin kullandıkları metafor sayısından daha fazla oluşu, sinema filminin çok anlamlı olduğunu gösterir. Fen Bilimleri alanlarından olan öğretim üyelerinin sinema filmini daha yüksek oranlarda eğlendirme aracı olarak görmeleri; sinema filminin bu alandan olanlar için daha çok sorumluluktan uzaklaştırıcı, keyif aldırıcı etkisi için kullanıldığını gösterir.

Sinema filmlerinin öğretim üyeleri tarafından hangi metaforlar ile ifade edildiğini ortaya koymak için yapılan bu araştırma da sinema filminin hemen hemen tüm öğretim üyeleri tarafından farklı metafor ve sebeple ifade etmesi, araştırmanın kültürel çalışmalar içinde değerlendirilmesini beraberinde getirmiştir. Araştırma doğrudan kitle iletişim aracı olarak sinema filmi içeriğinin nasıl alımlandığından çok, sinema filminin kendisinin nasıl alımlandığıyla ilgilidir. Ancak metafor üreten tüm öğretim üyeleri, sinema filmlerinin içeriklerinden yola çıkarak ürettikleri metaforu açıklamışlardır. Bu doğrultuda hegemonya kavramı ile üretilen metaforlar ve sebepleri arasında bir bağlantı oluşturacak olursak, filmi üreten kişi aynı zamanda mikro anlamda hegemonyayı üreten filmin oluşturucularıdır. Film oluşturuların kendi mikro egemen ideolojileri ile kodladıkları filmi, izleyiciler tarafından da aynı kodlarlar açıklanacağını varsayarlar. Ancak Hall ve kültürel çalışmalar geleneği, farklı okumalar sayesinde bunun mümkün olamayacağını söyler. Araştırmada da bunu doğrulayan sonuçlar çıkmıştır. Her öğretim üyesi gerek cinsiyetinden gerekse bilim alanından doğan farklılıklarla birbirinden farklı metaforlar üretmişlerdir. Bu izleyicilerin filmi kodlayan oluşturucular gibi kod açıklamadıklarını gösterir. Sonuç olarak; sinema filmini metaforlarla açıklamak istediğimizde, çok sayıda metafor kullanmak gerekir. Bu şartla metaforlar, farklı cinsiyetler ve bilim alanlarından olan kişilerin sinema filmine dair algılarını açıklamak için araştırma aracı olarak kullanılabilir.

Kaynakça

- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soup Opera and Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Arslan F (2008). Metaforik tercihler bakımından Akif'i okuyabilmek. *I.Uluslararası Mehmet Akif Sempozyumu*, 259-264, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.
- Arslan, M. M. ve Bayrakçı, M. (2006). Metaforik düşünme ve öğrenme yaklaşımının eğitim-öğretim açısından incelenmesi. *Milli Eğitim*, 2006,(171), 100-108.
- Aydın, F. (2010). Ortaöğretim öğrencilerinin coğrafya kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(3) : 1293-1322.
- Hall, S. (2005). Kodlama- Kodaçıklama. Yiğit Yavuz(çev), Şahinde Yavuz(der). *Medya ve İzleyici: Bitmeyen Tartışma*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Johnson, K.R. & Holmes, B.M. (2009). Contradictory Messages: A Content Analysis of Hollywood-Produced Romantic Comedy Feature Films. *Communication Quarterly*, 57 (3), 352-373.
- Lakoff, G. ve Johnson, M. (2010). *Metaforlar hayat, anlam ve dil*. (Çev: G. Y. Demir). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience*. London: British Film Institute.
- Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.
- Nesterova, S. (2011). Mevlana'nın Mesnevi İsimli Eserinde Metaforik Anlatımın Metafizik Boyutu. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Oğuz, A. (2009). Öğretmen adaylarına göre ortaöğretim öğretmenlerini temsil eden metaforlar. *Milli Eğitim*, 2009,(182), 36-56.
- Özkan, A. (2004). *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Şaban, A. (2004). Giriş Düzeyindeki Sınıf Öğretmeni Adaylarının Öğretmen Kavramına İlişkin İleri Sürdükleri Metaforlar. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 1-22.
- Saban, A. (2007). Lisansüstü öğrencilerin nitel araştırma metodolojisine ilişkin algıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2007,(17), 469-485.
- Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip olduğu metaforlar. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 281-326.
- Shaheen, J. G. (2003). *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*, The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 588; 171-193.
- Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Stacey, J. (1994). *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. London: Routledge.
- Ünal, A. ve Ünal, E. (2010). Öğretmen ve öğrencilerin rehber öğretmeni algılamalarına ilişkin bir durum çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 913-945.
- Ünal, A., Yıldırım, A. ve Çelik M. (2010). İlköğretim okulu müdür ve öğretmenlerinin velilere ilişkin algılarının analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2010,(23), 261-272.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.