

İzleyici ve Anlam

- Anlam, imgenin ve imgenin yaratıcısının dışındaki en az iki unsuru içeren karmaşık toplumsal ilişkiler yoluyla üretilir:
- 1. İzleyicinin imgeyi yorumlama ya da deneyimleme biçimi,
- 2. İmgenin görüldüğü bağlam.

- 1. İmge üreticisinin niyet ettiği anlam:
- Anlam sadece imgenin ne zaman, nerede ve kim tarafından üretildiğine bağlı olarak değil ne zaman, nerede ve kim tarafından tüketildiğine bağlı olarak yaratılır. Bir sanatçı ya da reklamci bir imge üretir ama onun anlamıyla ilgili hiçbir zaman tam bir kontrole sahip değildir.

- İmgenin anlamı, farklı bağlam, zaman ve izleyiciye göre değişir. Dolayısıyla anlamın imgeye içkin olduğunu söyleyemeyiz. Daha ziyada anlam imge, izleyici bağlam arasındaki karmaşık bir toplumsal etkileşimin ürünüdür.

- 2. Estetik ve beğeni:

İmgeyi yorumlamak ve ona değer vermek üzere kullanılan kıstaslar kültürel kodlara ve toplumda paylaşılan kavramlara bağlıdır. Her izleyici yorumlaması iki temel kavrama dayanır: estetik ve beğeni .

- Estetik kavramı, neyin güzel ya da çirkin olduğuna dair kıstasların beğeniye bağlı olduğunu, nesneye içkin olmadığını ve kültüre özgü olduğunu vurgular.

- Beğeni ise izleyicinin toplumsal sınıfı, kültürel arka planı, eğitimi ve diğer kimliklerine bağlıdır.
- Bourdieu'nun kuramına göre beğeni, sınıflar arasındaki sınırları güçlendiren eşik bekçisi bir yapıdır. Yani sanatla ilgili beğenimiz müzikle, yemekle, modayla, filmlerle, sporla ve boş zaman etkinlikleriyle ilgili beğenimizle bağlantılıdır ve sırasıyla yaptığımız işle, sınıfsal konumumuzla ve eğitim seviyemizle de ilgilidir.