

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TV ve SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TV BİLİM DALI

**HEGEMONYA KURAMI BAĞLAMINDA
MEDYA-İKTİDAR İLİŞKİLERİ:
TÜRKİYE TELEVİZYON KANALLARINDA HABER YAYINCILIĞI**

DOKTORA TEZİ

AHMET BAHADIR AHISKA

İstanbul, 2021

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TV ve SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO TV BİLİM DALI

**HEGEMONYA KURAMI BAĞLAMINDA
MEDYA-İKTİDAR İLİŞKİLERİ:
TÜRKİYE TELEVİZYON KANALLARINDA HABER YAYINCILIĞI**

DOKTORA TEZİ

AHMET BAHADIR AHISKA

DANIŞMAN: PROF. DR. MUKADDER ÇAKIR

İstanbul, 2021

ÖNSÖZ

Ülkemiz medyasının, içerisinde bulunduğumuz 2000’li yıllarda özellikle haber medyası ölçeğinde yaşadığı değişim bu konuda daha fazla düşünmeme neden oldu. Çalışma da işte tam bu süreçte ortaya çıkmaya başladı. Yüksek lisans ve sonrasında yaptığım çalışmalar daha çok medya politikaları ve Türkiye medyasının yapısal dönüşümü üzerine yoğunlaştığı için çalışma konusunu bu kapsamda belirlemeyi düşündüm. Çok değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Mukadder Çakır’la yaptığım görüşmeler, bu çalışmanın ortaya çıkmasında önemli belirleyicilerden oldu. Kendisi beni bu konuda yaptığı kuramsal çalışmalara dikkat çekerek konuyu Gramsci’nin hegemonya kuramı üzerinden düşünmeye sevk etti. Bu zorlu yolculukta, çalışma konusunun belirlenerek ilk adımların atılmasından, çalışmaya son noktanın koyulmasına kadar neredeyse tüm aşamalarda büyük emeği geçen; hem insani hem de ahlaki olarak kendime örnek aldığım sevgili hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Mukadder Çakır’a; yorum ve önerileriyle bana yol gösteren, çalışmamı bitirme konusunda beni cesaretlendiren tez izleme jürisi üyeleri, değerli hocalarım Prof. Dr. Vildan İyigüngör ve Doç. Dr. Nesrin Tan Akbulut’a da ayrıca çok teşekkür ederim. Savunma jürimde bulunan Doç. Dr. Feryal Saygılıgil’e, Doç. Dr. Göksel Aymaz’a ve Doç. Dr. Hasan Gürkan’a jürideki öneri ve katkılarından dolayı müteşekkirim.

Doğru zamanlardaki yönlendirmeleriyle çalışmama önemli katkılarda bulunan Doç. Dr. Ethem Özgüven’e ve Doç. Dr. Halise Karaaslan Şanlı’ya teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Başta sevgili Doğan Gündüz ve Eşber Yağmurdereli olmak üzere çalışmam süresince desteklerini benden esirgemeyen tüm dostlarıma, bu uzun süreçte her türlü yardımı veren eşim İnci Balabanoğlu Ahıska’ya ve kızlarım Piraye ve Güneş’e de teşekkür ederim. Onların sabrı olmasa bu çalışma asla bitmezdi.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM: MEDYA İKTİDAR İLİŞKİLERİNE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

1.1. Medya İktidar İlişkilerinin Kuramsal Yansımaları

1.1.1. Chicago Ekolü

1.1.2. Laswell ve Lazarsfeld – Medya İktidar İlişkilerinde İşlevselci ve Çoğulcu Medya Yaklaşımı

1.1.3. Eleştirel Teori

1.1.4. Kültürel Çalışmalar

1.1.5. Ekonomi-Politik Yaklaşım

1.1.6. Gramsci ve Hegemonya Kuramına Giriş

1.1.7. Althusser'in Bu Alandaki Katkısı

1.1.8. Medya Emperyalizmi Kuramı Bağlamında Kültürel Emperyalizm

1.1.9. Ahlâki Panik Kuramı

1.1.10. Gösteri Toplumu ve Guy Debord

1.1.11. Gözetim Toplumu, Panoptikon ve Süperpanoptikon

İKİNCİ BÖLÜM: ANTONİO GRAMSCİ VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA HEGEMONYA VE SİVİL TOPLUM TARTIŞMALARI

2.1. Hegemonya Kavramının Tarihsel Kökeni

2.2. Hegemonya Kuramında Sivil Toplum

2.2.1. 18. Yüzyıl'ın Ortalarına Kadar Sivil Toplum Yaklaşımı

2.2.2. Thomas Hobbes'ta Sivil Toplum Yaklaşımı

2.2.3. Hegel'e Göre Sivil Toplum

2.2.4. Marx'ın Sivil Toplum Yaklaşımı

2.2.5. Tocqueville'in Sivil Toplum Yaklaşımı

2.2.6. Antonio Gramsci'nin Sivil Toplum Yaklaşımı

2.2.6.1. Gramsci'nin Sivil Toplum Konusunda Marx'tan

Farklılık

2.3. Antonio Gramsci'nin Kuramında Temel Tartışmalar

2.3.1. Gramsci'de Hegemonya Kuramının İçeriği

2.3.2. Gramsci'ye Göre Kitle İletişim Araçlarında Rıza Üretimi

2.3.3. Gramsci'de Politik Toplum ve Sivil Toplum

2.3.4. Gramsci'de Dar ve Geniş (Entegral) Anlamıyla Devlet

Yaklaşımı

2.3.5. Gramsci'ye Göre Aydınlar

2.3.6. Gramsci'de Egemenlik ve Hegemonik Kavramları

2.3.7. Gramsci'ye Göre Karşı-Hegemonya

2.3.8. Gramsci'nin Hegemonya Kuramında İdeoloji

2.4. İletişim ve Medya Çalışmalarında Hegemonya Kuramı

2.4.1. Kültürel Çalışmalarda Hegemonya Kuramı: Raymond

Williams, Pery Anderson, Stuart Hall

2.4.2. Louis Althusser'in Hegemonya Kuramına Yaklaşımı

2.4.3. Postmodern Yaklaşımlarda Hegemonya Kuramı

2.4.4. Ekonomi Politik Yaklaşımlarda Hegemonya Kuramı

2.4.5. Eleştirel Çalışmalarda Hegemonya Kuramının Yeri

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: MEDYA İKTİDAR İLİŞKİLERİNİ ÇÖZÜMLEMEDE HEGEMONYA KURAMININ YERİ VE ÖNEMİ

3.1. Tarih Boyunca İletişim Süreçlerinde İktidarın Konumu

3.2. Ondokuzuncu Yüzyıldan Günümüze Medya-İktidar İlişkileri

3.3. Medya İktidar İlişkileri Çerçevesinde Medyada Yaşanan Sorunlar

3.3.1. Medyanın Endüstrileşmesi ve Haberin Sanayileşmesi Süreci

3.3.2. İnfotainment Sorunsalı

3.3.3. Sahibinin Sesi Olmak: Habercinin Dönüşümü

- 3.4. Ekonomik Gereklilikler
- 3.5. Hegemonik Söylemi Sürdürme Beklentisi
- 3.6. Hegemonik Söyleme Karşı Muhalif Söylem

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: HEGEMONYA KURAMI BAĞLAMINDA TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI VE HABERLER

- 4.1. Türkiye’de Televizyon Yayincılığı
- 4.2. Türkiye’de Kamu Televizyonu Yayincılığı ve İlkeler
 - 4.2.1. Kamu Televizyonu Yayincılığı ve İktidarla İlişkiler
 - 4.2.2. Kamu Televizyonculuğunun Yayın Politikaları ve İlkeleri
- 4.3. Türkiye’de Özel Televizyon Yayincılığı
 - 4.3.1. Başlangıcından Günümüze Özel Televizyon Yayincılığı
 - 4.3.1.1. Özel Televizyon Yayincılığında Yayın Politikaları
 - 4.3.1.2. Özel Televizyon Yayincılığı ve İktidarla İlişkileri
 - 4.3.2. Özel Televizyon Yayincılığı ile Yaşanan Sorunlar

BEŞİNCİ BÖLÜM: HEGEMONYA KURAMI BAĞLAMINDA TÜRKİYE’DEKİ KAMU VE ÖZEL TELEVİZYON KANALLARINDA HABER YAYINCILIĞI ÜZERİNE YAPILAN DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER

- 5.1. Yönteme İlişkin
 - 5.1.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi
 - 5.1.2. Çalışmanın Temel Varsayımları
 - 5.1.3. Çalışmanın Yöntemi
 - 5.1.3.1. Görüşmelerdeki Ortam, Sorular, Süreler ve Diğer Özellikler
 - 5.1.4. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi
 - 5.1.5. Çalışmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları
- 5.2. Kamu ve Özel Televizyon Kanallarında Çalışan Habercilerle Yapılan Görüşmeler

5.3. Görüşmelere İlişkin Çıkarım ve Analizler

SONUÇ

KAYNAKÇA

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
a.g.e.	Adı Geçen Eser
a.g.m.	Adı Geçen Makale
a.g.t.	Adı Geçen Tez
akt.	Aktaran
BBC	British Broadcasting Corporation
Bkz.	Bakınız
BM	Birleşmiş Milletler
CNN	Cable News Network
Çev.	Çeviren
DBA	Devletin Baskı Aygıtları
DİA	Devletin İdeolojik Aygıtları
Der.	Derleyen
Haz.	Hazırlayan
KİA	Kitle İletişim Araçları
RTÜK	Radyo Televizyon Üst Kurulu
RTYK	Radyo Televizyon Yüksek Kurulu
S.	Sayı
s.	Sayfa

SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TV	Televizyon
t.y.	Tarih yok
v.b.	Ve Benzeri

ÖZET

Hegemonya Kuramı Bağlamında Medya-İktidar İlişkileri: Türkiye Televizyon Kanallarında Haber Yayıncılığı isimli bu Doktora tezinin temel sorunsalı, Türkiye Televizyon Kanallarında Haber Yayıncılığının tarihsel süreç boyunca medya-iktidar ilişkileri bağlamında hegemonya tartışmaları ekseninde incelenmesidir.

Tez, medya iktidar ilişkilerini temele alarak başlamakta bu konudaki kuramsal yansımalara ağırlık vererek bütüncül ve eleştirel bir perspektif oluşturmaktadır.

İzleyen bölümün adı “Antonio Gramsci ve İletişim Çalışmalarında Hegemonya ve Sivil Toplum Tartışmaları” olup hegemonya kuramının tarihsel kökeni ve hegemonya kuramında sivil toplum kavramının yeri Thomas Hobbes, Karl Marx, G. W. Friedrich Hegel, Alexis de Tacqueville ve Antonio Gramsci’deki yaklaşımlara odaklanılarak açıklanmıştır. Gramsci’nin ele aldığı temel tartışmalarda bizim açımızdan özel bir yeri olan kitle iletişim araçlarında rıza üretimi yaklaşımı tezin de en önemli argümanını oluşturmaktadır. Gramsci’deki politik toplum, sivil toplum, dar ve geniş anlamıyla devlet yaklaşımı, geleneksel ve organik aydınlar, egemen ve hegemonik kavramları, karşı hegemonya ve hegemonya kuramında ideoloji bu bölümde tartışılan konulardır. Ayrıca İletişim ve Medya çalışmalarında hegemonya kuramının yeri konusu ele alınmış ve bu bağlamda Kültürel Çalışmalar’dan R. Williams, P. Anderson ve S. Hall’e, ardından Louis Althusser’e, ardından Postmodern yaklaşımlara, Ekonomi Politik yaklaşımlara ve Eleştirel Çalışmalara yer verilmiştir.

Medya İktidar İlişkilerini Çözümlemede Hegemonya Kuramının Yeri Ve Önemi başlıklı bir sonraki bölüm ile tarih boyunca iletişim süreçlerinde iktidarın konumuna, 19. yüzyıldan günümüze medya iktidar ilişkilerine, bu bağlamda medyada yaşanan sorunlara, infotainment sorunsalına, reklam konusuna, hegemonik söylemi sürdürme beklentisine, muhalif söylemin ne olduğuna bakılmıştır. Tezin bir

diğer bölümü ise Hegemonya Kuramı Bağlamında Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı ve Haberler üzerinedir. Bu bölümde Kamu ve Özel televizyon yayıncılığı ayrı ayrı ele alınmıştır. Kamu ve Özel Televizyon yayıncılığında iktidarla ilişkiler konusuna, yayın politikaları ve ilkelerin ne olduğuna ve en son da özel televizyon yayıncılığı ile yaşanan sorunlara odaklanılmıştır.

Hegemonya Kuramı Bağlamında Haber Yayıncılığı Üzerine Yapılan Görüşmeler adlı ve konulu son bölüm bir alan araştırması olup Türkiye’de çalışan 9 medya profesyoneli ile Yarı Yapılandırılmış Görüşme tekniği kullanılarak yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Kamu ve özel televizyon kanallarında çalışan habercilerin görüşmelerde dile getirdiği çarpıcı konular, teknik olarak sorular altında gruplandırılmış ve ardından bu görüşmelere dayanarak çıkarım ve analizler yapılmıştır. Analizler Gramsci’nin yıllar önce üzerinde durduğu konuların bugün birçok yönüyle geçerli olduğu noktasında odaklanmaktadır ve bunlar tezin temel savlarını doğrular niteliktedir. Gramsci, hegemonya kuramında, kitle iletişim araçlarının iktidarı elinde bulunduranlar tarafından, kendi kültürleri, felsefeleri ve etik değerlerini yaymak, mevcut konumlarını ve güçlerini koruyup daha da güçlendirmek için kullanıldığını belirtmektedir. Günümüzde televizyon haberlerinde yansıtılan ya da temsil edilen gerçeklik için de benzer şeyler söylenebilir. Çünkü televizyon haberleri tercih edilirken, elenirken, görsel malzemelerle bir film gibi kurgulanıp oluşturulurken ve en son yayınlanırken medya-iktidar ilişkileri çerçevesinde seçilmekte, ancak ve ancak buna uygun olanlar yayınlanmaktadır. Bu çalışmanın önemi günümüzdeki medya ve iktidar ilişkilerini, habercilerin güncel durumu üzerinden daha somut analizlerle yapmış olmasından ve bunu geniş ve güncel bir kuramsal literatüre dayandırmış olmasından gelmektedir.

Anahtar Sözcükler: Medya, İktidar, Sivil Toplum, Gramsci, Hegemonya, İdeoloji

ABSTRACT

The main research area of this doctoral thesis, titled “Media-Power Relations in the Context of Hegemony Theory: News Broadcasting in Turkish Television Channels”, is the study of news broadcasting in Turkish television channels on the axis of hegemony discussions in the context of media-power relations throughout the historical process.

While the thesis starts on the basis of media power relations, it creates a holistic and critical perspective by focusing on theoretical reflections on this issue.

The following section is called “Antonio Gramsci and Discussions on Hegemony and Civil Society in Communication Studies” and the historical origin of the theory of hegemony and the place of the concept of civil society in the theory of hegemony are explained by focusing on the approaches of Thomas Hobbes, Karl Marx, G. W. Friedrich Hegel, Alexis de Tacqueville and Antonio Gramsci. Consent generation approach in mass media, which has a special place for us in Gramsci's main discussions, constitutes the most important argument of the thesis. Political society in Gramsci, civil society, state approach in its narrow and broad sense, traditional and organic intellectuals, concepts of sovereign and hegemonic, counter-hegemony and ideology in hegemony theory are the topics discussed in this section. In addition, the place of hegemony theory in Communication and Media studies was discussed and in this context, R. Williams, P. Anderson and S. Hall from Cultural Studies, then Louis Althusser, then Postmodern approaches, Political Economy approaches and Critical Studies were included.

With the next chapter titled The Role and Importance of Hegemony Theory in Analyzing Media Power Relations, the position of power in communication processes throughout history, media power relations from the 19th century to the present, the problems experienced in the media in this context, the problem of

infotainment, the issue of advertising, the expectation of maintaining hegemonic discourse, the opposing discourse. Another part of the thesis is on Television Broadcasting and News in Turkey in the Context of Hegemony Theory. In this section, Public and Private television broadcasting are handled separately. It focuses on the issue of relations with the government in public and private television broadcasting, what the broadcasting policies and principles are, and finally the problems experienced with private television broadcasting.

The last section, titled Interviews on News Broadcasting in the Context of Hegemony Theory is a field study and was conducted face-to-face with 9 media professionals working in Turkey by using the Semi-Structured Question Technique. The striking issues raised by the journalists working in public and private television channels were technically grouped under questions, and then inferences and analyzes were made based on these interviews. The analyzes focus on the point that the issues Gramsci focused on years ago are valid in many aspects today, and these confirm the main arguments of the thesis. Gramsci, in his theory of hegemony, states that the mass media are used by those in power to spread their own cultures, philosophies and ethical values, to preserve and further strengthen their current positions and powers. Similar things can be said for the reality projected or represented in television news today. Because when television news is preferred, screened, fictionalized and created like a movie with visual materials, and finally broadcast, it is selected within the framework of media-power relations, and only those that are suitable for this are broadcast. The importance of this study comes from the fact that it has made today's media and power relations with more concrete analyzes on the current situation of journalists and based this on a wide and up-to-date theoretical literature.

Key Words: Media, Power, Civil Society, Gramsci, Hegemony, Ideology

GİRİŞ

“Bizi bir gün milyoner olacağımıza, film yıldızı, rock yıldızı olacağımıza inandıran televizyon programlarıyla büyüdük; ama bunların hiçbirini olamayacağız” (Palahniuk, 2020:129).

“Hegemonya Kuramı Bağlamında Medya-İktidar İlişkileri: Türkiye Televizyon Kanallarında Haber Yayıncılığı” isimli bu Doktora Tezi, Türkiye’deki medya iktidar ilişkilerini televizyon haberleri üzerinden ve Gramsci’nin hegemonya kuramı bağlamında incelemekte olup, medyanın sadece tek tek bireyleri değil, toplum ve kültür de dâhil diğer tüm kurumları etkilemesini sorunsal olarak ele almaktadır. Tez boyunca medyanın, toplumsal anlamda güçlü bir araç olması kadar hegemonyanın kurulmasında da işlevsel bir rol üstlendiği gerçeği, Türkçe yayın yapan televizyon kanallarındaki haber yayınları ve o haber yayınlarını hazırlayan gazeteci ya da haber programcılarıyla yapılan görüşmeler yoluyla açıklanmaya ve analiz edilmeye çalışılmaktadır.

Tezin iddiasına göre hegemonyanın taşıyıcısı konumunda olduğu ileri sürülen medya kuruluşları arasında en görünür olan televizyonlarda karşımıza çıkan habercilik yaklaşımının içinde barındırdığı egemen ideoloji, toplumsal hiyerarşinin kurulması ve statükonun devamlılığının sağlanmasında önemli bir işleve sahiptir.

Toplam Beş bölümden oluşan tezin Birinci Bölümünde medya-iktidar ilişkilerinin kuramsal ard alanı kapsamlı olarak ele alınmış, iletişim-kitle-iktidar ilişkilerinde hegemonya kavramı bağlamında 20. Yüzyılın başından itibaren iletişim bilimleri alanında geliştirilen kuramlar akademik literature dayandırılmıştır.

Çalışmanın İkinci Bölümünde Antonio Gramsci’nin oldukça önemli gördüğü ve paylaştığı hegemonya ve sivil toplum tartışmaları iletişim çalışmaları bağlamında

ele alınmaktadır. Bu bölümde öncelikle sivil toplum ve hegemonya kavramlarının tarihsel kökeni 18. Yüzyıldan günümüze kadar incelenirken sonrasında kitle iletişim araçlarının rıza üretimi anlamında üstlendikleri görevler sivil toplum ve ideoloji dolayımında tartışılmıştır. Gramsci'nin ortaya attığı “egemen” ve “hegemonik” kavramları açıklanırken onun “organik aydın” ve “geleneksel aydın” tanımları medya-iktidar ilişkileri bağlamında irdelenmiştir.

Üçüncü Bölümde, medyanın mevcut toplumsal yapıların kolektif seslenicisi olarak bu yapıların kendi içerisinde verdiği mücadeleden ve iktidarla ilişki kurma biçimlerinden etkilendiği savından hareketle, öncelikle medyanın tarihsel süreçte yaşadığı dönüşüm ele alınırken medya-iktidar ilişkileri anlamında yaşanan sorunlar hegemonya kuramı çerçevesinde incelenmiş ve alt başlık olarak medya endüstrileşmesine, infotainment sorunsalına, habercinin dönüşümüne, reklam alma zorunluluğuna, muhalif söylemin ne olduğuna değinilmiştir.

Dördüncü Bölümde Türkiye’de yapılan televizyon yayıncılığı ve bu yayıncılık dâhilinde hareket eden haber medyasının haber üretimindeki mekanizmaları hegemonya kuramı bağlamında ele alınmıştır. TRT ile başlayan ve 90’ların başında özel televizyonların da devreye girmesiyle farklı bir dönüşüm yaşayan televizyon haberciliğinin ideolojik temelleri kamu ve özel televizyon yayıncılığı kapsamında ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Beşinci ve son bölüm çalışmanın araştırma bölümünü oluşturmaktadır. Çalışmanın alan araştırmasından oluşan bu bölümünde haber medyası özelinde yaşanan dönüşümün arkaplanı, hegemonya kuramının önermeleri temelinde araştırılmıştır. Yapılan bu alan araştırmasıyla hegemonya kuramının önceki bölümlerde de incelenmiş olan kuramsal ve pratikte görülen sonuçlara yönelik analizleri doğrultusunda, günümüz haber medyası çalışanlarının bundan ne boyutta etkilendiği; bir ideolojik aygıt olarak haber medyasının mevcut hegemonyanın

sürdürülmesinde üstlendiği rol, bilinç belirleme ve toplumsal rıza elde etme noktasında kitle iletişim araçlarının pozisyonu gibi kuramsal olarak ileri sürülen savların gerçek hayattaki karşılığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu bölümde, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği çerçevesinde dokuz medya profesyoneli ile yapılan görüşmeler aktarılmış ve bununla ilgili bulgular analiz edilerek açıklanmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın asıl sorunsalı olarak Türkçe yayın yapan televizyon haberlerini hazırlayanların ve karar vericilerin kimler olduğu olarak belirlenmiş ve Türkiye’de televizyon kanallarında haberlerin hazırlanmasıyla ilgili belirleyici konumda olanlarla görüşmeler yapılarak Gramsci’nin hegemonya kuramı bağlamında habercilerin haberle ilgili konumlanışları incelenmiştir. Bu görüşmecilerin belirlenmesinde Türkiye’de Türkçe yayın yapan bir televizyon kanalında çalışıyor olmaları ve haberlerin hazırlanmasında karar verici ve etkin konumda olmaları kriter olarak kullanılmıştır.

Gramsci tarafından sosyal bilimlere kazandırılan hegemonya kuramına göre, egemenler dışında hâkimiyet kurma ihtimali olan diğerlerinin alanı “doğrudan cebir kullanmak suretiyle değil”, baskı uygulamak suretiyle daraltılır. Bu tür uygulamaların yaygın olduğu toplumlarda vatandaşların aynı fikir, görüş, inanç ve değerleri paylaşmaları için uygun koşullar yaratılır. Yaygın etiğe karşıt fikir ya da muhalif düşünceler kendisine fazla yer bulamadığı için yasa tarafından açıkça zorlayıcı olan yaptırımlara da gereksinim duyulmaz.

Hayatı boyunca özellikle güç ve iktidar üzerine analizlerde bulunan Gramsci, gücün nasıl elde edildiğini ve iktidarın nasıl sürdürüldüğünü açıklamak için, kendisinin türetmiş olduğu “hegemonya” kavramını kuramsallaştırır. Hegemonyanın en önemli yanı ve en ayırt edici özelliği kitlelerin rızası ve ortak iradesinin alınmasının gerekli olmasıdır. Kitlelerin rızasını üreten en önemli araçlardan biri

konumundaki medya bu nedenle iktidar çözümlerinde merkezi konumda yer almalıdır.

Günümüzde kurumların geleceğe dönük beklentilerini ifade ederken en fazla kullandıkları sözcüklerden biri de “sürdürülebilirlik” kavramıdır. Sürdürülebilirlik sözcüğü anlam olarak bir durum veya sürecin belirsiz bir süre boyunca sürdürülebilme kapasitesini ifade eder (Britt, 2003). Yani bir yandan üretim ve çeşitliliğin devamlılığı sağlanırken diğer yandan insanlığın yaşamının daimi kılınabilmesi anlamına gelir. İşte hegemonya da kapitalist üretim ilişkileri açısından mevcut pozisyonların sürdürülebilirliği ve devamlılığının sağlanması anlamında büyük öneme sahiptir. Laurence Britt 20. Yüzyılda tüm dünyayı etkisi altına almış baskıcı rejimlerin analizini yaptığı “Fascism Anyone?” (Özde Faşizmin 14 Özelliği) adlı makalesinde faşizmin 14 temel özelliğini sayarken dile getirdiği özelliklerden biri de kitle iletişim araçlarının kontrol altına alınmasıdır. Buna göre bazı faşist rejimlerde kitle iletişim araçları doğrudan sıkı bir kontrol altında tutuluyordu ve mevcut hükümet çizgisinden asla sapmayacağı önceden güvence altına alınmıştı. Bazı rejimler ise tahakkümü sağlamak için daha incelikli bir güç kullanıyordu. Bu yöntemler arasında lisanslama ve kaynaklara erişimin kontrol edilmesi, ekonomik baskı araçlarının seferber edilmesi ve üstü kapalı tehditler yer alıyordu. Kitle iletişim araçlarının sahipleri genellikle siyasi olarak iktidar seçkinleriyle uyumluydu. Sonuç genellikle halkı bu rejimlerin aşırılıklarından habersiz tutma anlamında son derece başarılı olmuştu. (Britt, 2021).

Buna göre, televizyon haberleri, hegemonya anlamında egemenlik yapılarının tekrar üretilmesinin yanı sıra var olan yapısal ilişkilere de işaret etmekte ve bir anlamda topluma dayatılan yaygın değerlerin onaylanıp meşrulaştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Genel anlamda medyanın ve bu araştırma ölçeğinde ana akım televizyon haber bültenlerinin işleyiş yapısı; güçlü olana hizmet eden, kendi ürettiği ideolojiyi devamlı olarak besleyen, yayılmasını ve yeniden üretimini sağlayarak bu

hegemonyasının sürdürülmesine meşru bir zemin oluşturan bir mekanizma olarak işlemektedir.

İktidarı ayakta tutan ve onun ideolojisini yeniden üretebilmesini sağlayan temel faktörlerden biri, toplumların mevcut durumla ilgili bilgi ve enformasyon sahibi olabilmesinin en temel araçlarından biri konumundaki televizyon haberlerinin mevcut haber medyası sayesinde sadece belirli bir ideoloji çerçevesinde, istenen miktarda, şekilde ve içerikte verilmesidir. Günümüz küresel enformasyon toplumunda bilgi hayati öneme sahip olduğu için çarpıtılan gerçeklik sayesinde egemenliğin sürdürülmesi sağlanmaktadır. İşte bu gerçekliği çarpıtma görevinde ana yüklenici öge haber medyasıdır.

Bu tezde gerek kuramsal literatür taraması yapılmış gerekse alan araştırması gerçekleştirmek suretiyle bu sorun çok yönlü olarak incelenmiş, alanda uzun yıllardır çalışan medya profesyonellerinin yaklaşımları ile Gramsci'nin önermeleri arasında önemli benzerlikler ve paralellikler tespit edilmiştir.

Tezin Radyo Televizyon çalışmalarına katkıda bulunması ve yeni çalışmalarını teşvik etmesi dileğiyle.

Ahmet Bahadır Ahıska

Haziran 2021, İstanbul

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL DÜZEYDE

MEDYA-İKTİDAR İLİŞKİLERİ

1.1. Medya-İktidar İlişkilerinin Kuramsal Yansımaları

İletişim kuramları da pek çok diğer kuramsal alan gibi mevcut egemen paradigmadan etkilenmektedir ve günümüz iletişim çalışmalarındaki egemen paradigma da merkezine bireyi koymaktadır. Bu yaklaşım Levent Yaylagül'ün de (2008: 21) belirttiği gibi “var olan iletişim etkinliği dâhilindeki kurumların güç ve iktidar dolayımındaki durumlarını, egemenlik ilişkilerini, egemen toplumsal yapıyı, meta üretimini, üretim sürecini, üretim güçlerinin ve üretim ilişkilerinin belirleyiciliğini, emeğin yabancılaşmasını ve hâkim hegemonya ilişkilerinin yansımalarını göz ardı eder”. Bu da iletişimin kolektif ve toplumsal bir etkinlik olma anlamında sahip olduğu temel nitelikle çelişir. İletişim çalışmaları anlamında iletişimle doğrudan ilişki içerisinde bulunan iletişim süreçleri; modern kurumsal yapıların ve iletişim yapılarının ulaştığı ve geliştirdiği sosyal, ekonomik, politik ve kültürel yapılardan ve oluşumlardan ayrılamaz.

İletişim ve medya kuramları iletişimin bireysel boyutunu olduğu kadar hatta ondan da çok kitlesel boyutunu incelemişler bu nedenle özellikle 19. yüzyıldan günümüze yoğunlaşan modernleşme sürecini, bu süreçte kitle iletişim araçlarının artan etkisini, sinemanın gelişimini, kentleşme sürecini, modernite içinde farklı sorunlar yaşayan bireyi, yabancılaşma sorununu, bireyin yalnızlaşması sorununu,

kültürün dönüşümünü, kültürün endüstrileşmesini, bu endüstrileşme içinde kitle iletişiminin değişen çehresini, göç olgusu ile yaşanan süreçleri, kitle iletişim araçlarının göçe etkilerini vb. çok sayıda sorunu irdelemişlerdir. İzleyici araştırmaları, görsel kültür araştırmaları, sözlü ve yazılı kültür araştırmaları, medyanın ekonomi politiği, medya ve ideoloji, medya ve iktidar, medya sahipliği ve mülkiyeti de incelenen konular arasındadır. Son yıllarda buna küreselleşme sürecinde yaşanan uluslararası iletişim, medyanın tekelleşme süreci, medyada şirket evlilikleri, küresel ekonomide küresel medya, küresel kitle kültürü, küresel popüler kültür, stratejik iletişim, küresel ekonomi sürecinde yerel ve ulusal medya, internet, yeni medya, sosyal medya gibi konular eklenmiş, geleneksel ve yeni medya karşılaştırmaları zaman zaman bazı eski kuramları günümüze taşıırken, çok sayıda yeni kuramın gelişmesine de zemin hazırlamıştır.

İşte bu noktada, yani 2000’li yıllara gelmeden ve iletişim-kitle-iktidar ilişkilerini hegemonya kuramı bağlamında incelemeye başlamadan önce iletişim kuramlarına dönük çalışmaları 20. Yüzyılın başından itibaren ele alan bir kronolojik özet zorunlu hale gelmektedir.

1.1.1 Chicago Ekolü

“İletişim alanındaki ilk araştırmalar 1920’lerde ve 1930’larda Amerika Birleşik Devletleri’nde başladı (Yaylagül, 2008: 19)”. Başlangıç olarak konunun ilgi alanı doğrudan iletişim olmaktan çok diğer sosyal bilim alanlarının iletişimle temas ettiği ve içe içe geçtiği uzantılar olmuştur. İletişimin o dönemde disiplinler arası bir konuma sahip olduğu söylenebilir. Daha çok sosyoloji ve siyaset biliminin etkisiyle başlayan bu çalışmalar basın yayın yoluyla propaganda yapılması ve bunun kamuoyu oluşturma üzerindeki etkilerini incelemeye dönüktü. Bu noktada insanların basın yayın yoluyla etkilenmesi anlamında psikoloji ve sosyal psikoloji üzerinde çalışanlar iletişim alanına giriş yaptılar (Yaylagül, 2008: 19).

İşte tam da bu yıllarda Chicago Okulu iletişimi daha çok toplum üzerinden anlama çalışmalarına girişmiş, çalışmalarının temeline de pozitivist yapıları gereği kentleşme ve modernleşme süreçlerinin incelenmesini koymuştur. “Dewey’in 1935’de yayınlanan Bizim Özgür Olmayan Basınımız makalesi radikal medya analizine ilk örneklerdendir. Chicago Üniversitesi'nin önemli üç entelektüeli, John Dewey, George H. Mead, Robert E. Park ve Michigan Üniversitesi'nden Charles Cooley iletişimde liberal-demokratik kuramsal yaklaşımın kurucuları oldular: İletişimin demokrasinin reformuna hizmet edeceğini umut ettiler (McQuail, 1994:72)”. Yine “Cooley'e göre kitle iletişimi araçları sayesinde ideal demokratik duruma dönüş mümkün olacaktı, çünkü fikirlerin serbest akımı herkesin siyasal karar verme sürecine katılmasını kolaylaştıracaktı. Benzer şekilde, Avrupa'da, örneğin Alman kuramcılar basının toplumda bütünleştirici bir rol oynadığı, toplumu birbirine bağladığı, halkın önderliğini yaptığı, liderlerle halk arasında fikir alışverişini sağladığı, enformasyon ihtiyaçlarını karşıladığı, toplumun aynası olduğu ve toplumun ahlâklı bilinci olarak çalıştığı görüşündeydiler” (McQuail, 1994:73).

“Chicago Okulu'nun kitle iletişim araştırmalarındaki konumu, basının toplumdaki etkilerinin potansiyel tehlikelerini kabul etmek, ama bununla birlikte, basının toplum hayatındaki bütünleştirici rolünün olduğunu vurgulamaktır. Bu bağlamda, Amerikan pragmatizminin iletişim kavramını, demokratik bir toplumun başarısı için temel ölçütlerden birisi olarak kabul ettiği görülmektedir. Bu yaklaşımı temellendiren temel varsayım ise, iletişimin toplumun temel süreci ve demokrasinin işleyişinin olmazsa olmaz bir koşulu olduğudur” (Alemdar ve Erdoğan, 1990: 51). Pragmatist yaklaşıma ait bu tutumu, Alemdar ve Erdoğan yine böyle vurgulamaktadır: “Tutucu kuram, iletişimi iletilerin aktarılması, gönderilmesi, yayımlanması olarak görür. İleti, göndericilerin ve alıcıların nasıl kodladığı ve kodu çözümlendiği ve göndericilerin iletişim araçlarını nasıl kullandığı üzerinde durur. Bu eğilimde vurgu yapılan nokta, etkililik ve doğruluk olmuştur. (Alemdar ve Erdoğan, 1990: 51)”

İletişim onlar açısından başlangıç noktası anlamında tali ve belirlenen konumdadır. Yaylagül'e göre "Chicago Okulu üyelerinin iletişim bilimleri ile ilgisi bu ekolün toplumsal yaşamı bir etkileşim sistemi olarak görmelerinden kaynaklanır(Yaylagül, 2008:20)". Toplumsal yaşamın içerisinde yürütülen kolektif faaliyetler, hayatın bir parçası olan sözlü ve yazılı aktarım yoluyla kültürel kodları içeren simgesel bir dünyada diğer kuşaklara geçer. Bu ekol, toplumsal ilişkilerin iletişim yoluyla yürütüldüğüne dikkat çekmiştir. Başlıca amaçları da iletişim araçlarını kullanarak var olan toplumsal çatışmaları toplumsal uzlaşıya dönüştürmektir.

1.1.2 Laswell ve Lazarsfeld – Medya İktidar İlişkilerinde İşlevselci ve Çoğulcu Medya Yaklaşımı

İşlevselci ve çoğulcu yaklaşım, bir dönem ABD'de hakim olan liberal-çoğulcu medya çalışmaları yaklaşımının temelini oluşturur. Bu yaklaşım medyayı, toplumun değerler sistemini güçlendiren ve demokrasiyi (çoğulculuğu) pekiştiren işlevsel bir model şeklinde ele alır. Çoğulcu olanlar da aslında işlevselciliğin sistematığıyla hareket etmektedir. Bu yaklaşımda iletişimin kolektif yapısı göz ardı edilerek sadece birey temel alınır ve onlara göre 'ileti' sadece bir araçtır. Medya iletileri, yapılanmış (kasıtlı) bir söylem çerçevesinde değildir ve kişiler üzerinde kanaat oluşturmamaktadır (Yaylagül, 2008:21).

Talcott Parsons'un önermeleri, bu yaklaşım üzerinde önemli bir etki yaratmıştır. Parsons 'toplumsallaşmayı' bilgilerin öğrenilmesi ve yerleşik 'norm' ve değerlerin içselleştirilmesi sürecinin bileşimi olarak ele alır ve bu yaklaşıma göre toplumsallaşma biyolojik yeniden üretimin yanı sıra toplumun sürekliliğini sağlamak anlamında en temel araçtır (Parsons, 1959:176). Parsons için norm ve değerlerin önemlidir çünkü tutkal işlevi gören bu norm ve değerler sayesinde toplum bir arada yaşamaya devam eder. Parsons'un kuramından yola çıkılarak, ortak norm ve değerler

üzerindeki konsensusun oluşturulmasında medya rol üstlenir ve saygınlık itibariyle çoğulcu demokrasinin sözcülüsü konumundadır.

İşlevselci ve çoğulcu olarak adlandırılan kuramcılar; ortak değerleri göz önünde bulundurarak medyayı toplumun yararı için birleştirici bir araç olarak görürler. Çünkü medya; toplumda bir ayrım gözetmeksizin, bilgi akışı sağlar ve herkesin katılımına açıktır. Bu modelde ‘Medya demokrasiyi besler’ görüşü hâkimdir. İşlevselciler, bu günün dünyasını bir ‘imparatorluk’ şeklinde değil, iktidarın ve sermayenin parçalılığından oluşan bir yapı olarak değerlendirirler. Bu nedenle birbirleriyle rekabet halinde bulunan ekonomik güçler arasında, medya bu anlayışa göre tarafsız bir zemindedir ve bundan hareketle medyanın Batı tipi kapitalist bir kalkınma modelini özendiren yapıda olduğu söylenebilir (Severin, 1994:347).

İşlevselci ve çoğulcu kuramcılar, iktidar tanımıyla paralel olarak ‘kitle’yi de, birbirinden bağımsız ve ilişkisiz yaşayan, haliyle ‘yabancılaşmış’ bireyler topluluğu olarak tanımlar. Çünkü bu yaklaşıma göre yabancılaşma, ancak kitle iletişimin ‘çoğulcu’ araçlarıyla giderilebilir. Kitle toplumu kitle iletişiminin kişisel olmayan biçimlerine muhtaç durumdadır. İşlevselci modelin kuramcısı Harold Lasswell, doğrusal bir kitle iletişim modelini öngörür. “Kim, neyi, hangi kanalla, kime ve hangi etkiyle söylüyor?” şeklinde formüle eder. Lasswell’in 1. Dünya Savaşı’nda propaganda üzerine yaptığı çalışmaları, işlevselci kuramın oluşumunu sağlamıştır. Lasswell’e göre, medya tarafından yayılan mesajlar bireylerin duygu ve düşüncelerinde adeta bir “kurşun” ya da deri altına giren “hipodermik iğne” etkisi yaparak onların düşünce ve eylemlerinin yönünü belirler ve istenen biçimlerde tepki vermelerini sağlar (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 44).

Lasswell iletişimi iletilerin aktarım süreci olarak ele alırken iletinin içerdiği anlamdan ziyade onun doğurduğu etkiye odaklanır ve sadece bireye

odaklanarak kitlelerin etkiye açık pasif niteliğini öne çıkarır. Ancak, savaştan sonraki yıllarda bu teoriyle uyuşmayan pratikler söz konusu olunca, Fiske'ye göre kitle toplumu teorisi sosyoloji çevrelerinde etkisini yitirmiştir (Fiske, 1996:17). Ancak aynı zamanda birçok düşünür kitle toplumu yaklaşımını kullanır. Öyle ki Küreselleşme sürecinden sonra Stuart Hall tarafından Küresel Kitle Kültürüne ilişkin bir makale yazılmıştır ki bu makalede Hall kitle toplumu yaklaşımına hayli yakın durmaktadır (Hall, 1999:239).

Armand ve Michele Mattelard, Laswell'in propaganda anlayışını demokrasiye uygun bir şekilde tanımlamasına, yani propagandanın kitlelerin katılımını sağlayacak tek araç olmasına yaptığı vurguya dikkat çekerler. Ve daha çok bu anlayışın 'etik' duruşunu belirtmeye çalışırlar. Zaten Lasswell iletişim sürecinin toplumdaki işlevini belirtirken, çevrenin gözetimini yapmak, toplumu oluşturan bireylerin iletişimini sağlamak ve toplumsal mirası aktarmak gibi tamamen toplumun bekasına-hayrına bir model sunar. Propaganda;

“şiddetten, rüşvetten ya da bu tür yönetim tekniklerinden daha ekonomiktir. 'Yalın bir araç olarak bir su pompası manivelasından' daha ahlaklı ya da daha ahlaksız değildir. İyi amaçlarla olduğu gibi kötü amaçlarda da kullanılabilir. Bu araçsal bakış açısında 'etkili simgelerin dolaşımını' sağlayan araçlar gibi görünen medya sınırsız bir güç olarak tasarılanmaktadır. Savaş sonrasında baskın olan düşünceye göre, Alman ordularının bozulmasında ittifak devletlerinin propaganda çalışması büyük ölçüde etkin olmuştur. Medya izleyicileri kişiliksiz bir hedef gibi düşünülür. Medyanın, yalıtılmış bireyler üzerindeki doğrudan ve ayrımlaşmamış sonucunu ya da etkisini belirtmek için medyanın, Lasswell'in geliştirdiği deyimle 'hipodermik şırınga' modeline göre hareket ettiği varsayılır” (Mattelart, 1998:29).

Noam Chomsky, siyaset kuramcısı Laswell'in kişinin kendi çıkarlarının en iyi yargııcı olduğu şeklindeki 'demokratik dogmatizmlere' yenilmemesini şu şekilde

değerlendirir:

“çünkü insan kendi çıkarlarının iyi yargıcı değildir. Kamu çıkarlarının en iyi yargıcı biziz. Bu yüzden sıradan ahlak yaklaşımlarından dolayı, onların yanlış yargıları temelinde hareket etme olanağına kavuşmasını güvenceye almak zorundayız. Bu günlerde totaliter devlet denilen yerlerde, yani askeri bir devlette bu kolaydır. Kafaların üzerine bir sopa sallarsın olur biter, eğer yoldan çıkarlarsa kafalarını indiriverirsin. Fakat toplum daha özgür ve demokratik oldukça bu olanağı yitirirsin. Dolayısıyla propaganda tekniklerine başvurman gereklidir.” (Chomsky, 1995:36).

Medyanın etkileri üzerinde araştırmalar yapan ve ‘etki araştırmaları’ olarak tanımlanan bu medya kuramına öncülük eden isim Paul Lazarsfeld’dir. Lazarsfeld yaptığı niceliksel, ampirik ama etraflı çalışmalarla medyanın sanıldığı kadar etkili olmadığını iddia etti. ABD’de 1940’daki başkanlık seçimlerinde arkadaşlarıyla birlikte küçük bir kasabada yaptığı araştırma bir başka iletişim şeklini öne çıkarıyor, kitle iletişimini ikinci plana atıyordu. Yani Lazarsfeld’e göre asıl etkilemeyi kitle iletişimi değil kişiler arası iletişim sağlıyordu. Kendisi iki aşamalı kitle iletişim ve kişisel etki modelini geliştirmiştir. Toplumsal olguları matematiksel olarak değerlendiren bu deneysel model ilk kez bir seçim kampanyasında (1940 ABD başkanlık seçimi) kullanıldı (Mattelart:36, 37, 38).

Kuramın varsayımları özetle şöyledir:

“1-Bireyler izole edilmiş toplumsal canlılar değil etkileşimde bulunan toplumsal grubun üyeleridir. 2-Kitle iletişim gönderisine tepki ve cevap anında değil, toplumsal ilişkiler aracılığıyla aktarılır... 3-Kitle iletişim kampanyaları karşısında bireyler eşit değildir... 4-Fikir öncüleri kitle iletişimin daha çok kullanmaları nedeniyle ayırt edicidirler” (McQuail Windahl, 1997:79).

Bu kurama göre medya tarafından kendisine yöneltilen her mesajı ve bilgiyi

sorgulamadan doğru kabul eden izleyiciler aktif değil pasift konumdadır ve tüm düşünceleri ve kararları medya tarafından biçimlendirilir. Tarihsellik boyutu eksik olan bu yaklaşımda toplumsal süreçler ve bu dolayında meydana gelen iktidar ve güç mücadeleleri ve bunları belirleyen üretim ilişkileri ele alınmaz (Yaylagül, 2006: 49).

1.1.3. Eleştirel Teori

Eleştirel Teori; temel olarak insanlığı efsane ve mitlerden kurtaran ve sonuç olarak bireyi, insani olmayan boyutlarda belirlenmiş ilişkilerin potasında eriten ve o dönemin genel anlamda hâkim düşüncesi olan Aydınlanma geleneğine dönük totaliteryen tavır suçlamaları onların düşünce dünyasındaki yerlerini almalarını sağladı. Bu kuramın savunucularına göre “dünyanın büyüünün bozulması ve efsanelerden kurtarılmasının bedeli, yeni efsanelerin yaratılması ve insani olmayan güçlere yeni bir tür teslimiyetle ödenmiştir. Araçsal akıl aracılığıyla devreye sokulan bu yeni yabancılaşma, bilim alanına da sirayet ederek her şeyi teknik yararlılık ve kişisel çıkara indirgemıştır (Larrain, 1995:80)”.

Aydınlanma genel olarak, insanları korkudan kurtarmak ve onları özgür kılmak şeklinde tanımlanabilir. “Eleştirel kuramcılar, Aydınlanmanın etkileriyle birlikte Batı medeniyetlerini nazara alarak insanlığın gerçekten insani bir mertebeye varmak yerine neden yeni bir barbarlık içine gömülmekte olduğunu sorgulamaya başlarlar. Amerika’daki tüketim çılgınlığını gören bu düşünürler aydınlanmış bir dünyada nasıl olur da felaket zafere ulaşır sorusuna cevap ararlar ve bu sorunu kimi zaman aydınlanma içinde, kimi zaman da aydınlanma dışında felsefi arayışlara yönelerek çözmeye çalışırlar (Tomlinson, 1999:212)”.

Habermas, Toplumsal Araştırmalar Enstitüsünün başlıca altı konu üzerinde çalıştığını belirtir: “a- liberalizm sonrası toplumların bütünleştirme biçimleri, b- aile içinde toplumsallaştırma, ben gelişimi, c- kitle iletişim araçları ve kitle kültürü, d-

susturulmuş protestonun sosyal psikolojisi, e- sanat kuramı, f- pozitivism ve bilim eleştirisi” (Habermas, 2001:17). Bunlar içerisinde Eleştirel Teorinin en fazla etki sahibi olduğu alan kendilerinin geliştirmiş olduğu kültür kuramıdır. Bu okul, kültür alanındaki kavramsal analizi ve üretimini ortaya koymak için daha çok kitle kültürü ve kültür endüstrisi tanımlamalarını kullanır. Onlar bu noktaya yönelmek durumunda kalmışlardır çünkü onlara göre kapitalizm yalnızca ekonomi politik ile açıklanamayacak boyutta karmaşık bir yapıya sahiptir. Toplumsal anlamda kapitalizmin geç döneminde ortaya çıkan ve bir temel özellik olarak ifade edilen hegemonya ve ikna süreçlerinin kültürel içeriği eleştirel teori düşünürlerini bu konu üzerine yoğunlaşmaya yöneltmiştir. “Frankfurt teorisyenlerince geliştirilen kültür endüstrisi kavramının temel çıkış noktasında 1930’lı yıllarda faşizmin hızlı bir gelişim trendi içinde olmasının katkısı büyük olmakla birlikte, sosyalist hareketlerin de dikkate değer bir gerileme içinde olduğu gerçeği de bulunmaktadır. Nitekim bu yıllarda Avrupa soluna bir dizi yenilgi damgasını vurmuştur. Nazilerin 1933’de iktidara gelmesi, 1934’de Avusturya işçi hareketinin dağılması ve İspanya İç Savaşı’nda Franko’nun zaferleri bu dalganın bazı örneklerini oluşturmaktadır (Callinicos, 2004:262)”.

“Bu ortam ister istemez enstitü düşünürlerinin olan biteni karamsar bir pencereden değerlendirmelerine kapı aralamıştır. Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Leo Lowenthal, Erich Fromm gibi düşünürlerden oluşan ekip, Avrupa’da baş gösteren siyasal olaylardan kaçarak sürgün olarak gittikleri ABD’de kitle toplumu, kültür endüstrisi ve tüketim toplumu konusundaki ilk sistematik çalışmaları yapmışlardır (Kellner:1989:147)”. Her ne kadar kültür endüstrisi eleştirisinin kökeni Avrupa’ya dayansa da bu teorinin asıl gelişme gösterdiği yer ABD’dir. Frankfurt Okulu düşünürlerinin 1930’lu yıllarda başlayan ABD yaşantıları, dile getirdikleri kültür eleştirileri açısından kesinlikle belirleyici olmuştur. “Fordist kitlesel üretim mekanizmalarının tetiklediği tüketim toplumu olgusu, kitle iletişim araçlarının artan baskı ve etkisi ve özellikle politik amaçlar için

kitle iletim araçlarının kullanılıyor olması, yeni sanat kolu olarak hızlı bir gelişim süreci içinde olan sinemanın geniş kitleler nezdindeki itibarı, eğlencenin adeta bir endüstri halini almış olması, hasılı Amerikan ekonomisinin ve hayat tarzının gelişim süreci onların kültür endüstrisi konusunda düşüncelerinin berraklaşmasını sağlamıştır (Krogh, 1999:259)”.

Temelde birbiriyle ilişki içerisinde olan üç konu üzerinde duran Eleştirel Teori bu söz konusu olguların eleştirel çözümlemesini ortaya atmış olduğu teorinin merkezine koymuştur. “Bu kuram temelinde oluşan ana hattın üzerinde yoğunlaşmış olduğu konulardan ilki, sosyal bilimlerde pozitivist epistemolojik ve metodolojik eleştirisi, ikincisi, teknokratik-bürokratik yeni bir egemenlik biçiminin oluşumunda temel bir etmen olarak bilim ve teknolojinin ideolojik etkisine yönelik eleştirel bir tavır ve son olarak da, kültür endüstrisi ya da genel olarak tahakkümün kültürel boyutlarının çözümlenmesidir (Geuss, 2002:50-51)”. Görüşlerini Frankfurt Okulu bünyesinde dile getiren düşünürlerin, modernizm ve aydınlanma paradigmasının kültürü standartlaştırıcı etkisine yönelik eleştirileri son derece önemlidir ve bu kuramcılarının mevcut eleştirileri üzerinden sosyal bilimler literatürüne yaptıkları en büyük katkı “kültür endüstrisi” kavramıdır.

Frankfurt Okulu’nun medya kuramlarına asıl önemli katkısını Adorno ile Horkheimer sundu. Bir “kültür” kuramından çok bir “endüstri” kuramı biçiminde ele aldıkları “Kültür Endüstrisi” kavramını geliştiren bu kuramcılara göre, tüketicileri hedefledikleri için reklam spotu, otomobil ve film arasında öz olarak hiçbir fark yoktu (Adorno, 2010:7-8). Yani kültür basitleşiyor ve tüketim malzemesi haline geliyordu. Söz konusu kültür endüstrisi toplumu öylesine etkiliyordu ki bireyin elindeki seçme hakkını da alıyordu. “Bu bağlamda endüstri sözcüğü doğrudan doğruya üretim sürecini değil, kültürel bir ürünün standardizasyonunu ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesini anlatmak amacıyla kullanılmaktadır (Adorno, 2003:78)”. Onlara göre bu endüstri, sanatsal biçimin bütünselliğinden ziyade

yaratmış olduğu etkiye daha fazla önem verir. Bu bağlamda kültürün öncelikli amacı gündelik yaşamın tekdüzeliğine karşı geçici de olsa bir kaçış fırsatı sağlaması, bu şekilde bir oyalanma ve zihinsel uzaklaşma sağlayarak tam da bu zeminde sistemin sürekliliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamasıdır. Ancak, elbette bu kaçış nihayetinde geçicidir ve gerçek olmaktan çok uzaktır. İnsanların hayatın temel gerçeğini, yaşadıkları baskıyı ve yoksunluğu unutmaları ve çalışma isteklerini gündelik olarak yeniden kazanmaları hedeflenir. İşte bu analizler bu okulun tüketim toplumu üzerinden medya ve iktidar ilişkilerini anlamak açısından önemlidir.

“Adorno ve Horkheimer’la birlikte kitle kültürü konusunda en önemli yazarlardan biri olan Herbert Marcuse, tüketim toplumu ve tüketim kültürünün, bireyleri tüketime dayalı yaşam biçimlerini satın almaya zorlayan yanlış ve sahte ihtiyaçlar ürettiğini ileri sürmüştür. Marcuse, post-endüstriyel kapitalizmin beraberinde getirmiş olduğu tüm nimetleri farklı bir gözle ele alarak, diğer arkadaşları gibi oldukça kötümser bir perspektif sunmuştur (Marcuse, 2008:34)”. Marcuse’ye göre “artan cinsel özgürlüğün, daha geniş maddi bolluk ve tüketimin, kültüre daha kolay ulaşmanın, daha iyi barınma koşullarının, artan toplumsal hareketliliğin, düşüncenin kontrol edilmesinde gittikçe artan manipülasyona ve karmaşık biçimlere, entelektüel ve manevi yaşamın gittikçe daha çok alçaltılmasına, varlığın değer yitirmesine ve insanlıktan çıkmasına eşlik eden şeyler bu toplumun temel karakteristikleri arasında yerini almıştır. Ona göre modern birey ne kadar mutlu ise, farkında olmadan kurulu sosyo-ekonomik sistemin iktidarına o kadar şaşmaz bir biçimde teslim olmaktadır (Jameson, 1997:104)”.

Tek boyutlu bir toplum eleştirisini geliştiren Marcuse medyayı, karşı konulamaz bir güç olarak inceler. Ona göre, eğlence ve bilgi endüstrisinin yani medyanın ürünleri izleyicileri doktrine ve maniple eder, yanlış bilinç yayar ve bunun sonucunda da tek boyutlu bir düşünme, yaşama ve davranma biçimi ortaya çıkar. Marcuse tarafından ileri sürülen sava göre, insanların dünyaya ve gerçek hayata dair

düşünmelerini sağlayan kavramlar tümüyle kitle iletişim araçları tarafından tanımlanır: “Marcuse’nin yaklaşımı, medyaya hem burjuva bireyciliğini hem de emekçi sınıfların devrimci potansiyelini yok eden bir ideolojik rol atfetmekle eleştirilmiştir... Frankfurt Okulu kuramcıları, emekçi sınıf radikalizminin yok edilmesini izleyicilerin medya ürünlerini pasif olarak kabul etmesiyle açıklarlar (Tılıç, 2001:49)”.

Adorno, kitle iletişim teknolojisinin, endüstri yoluyla üretilen, programlanan, belli bir düzene sokulan bir kültürün ideolojik etkileri üzerinde sorgulamalarda bulunur. Kültür Endüstrisi, Horkheimer ve Adorno’ya göre bireylerin gerçekten varolan gereksinmelerine yanıt vermekten uzak olduğu gibi, ne tepki veren ne de besleyen bir güce yetki tanımayan, zihinleri koşullandıran ve yönlendiren bir girişimden başka bir şey değildir (Oskay, 200:240). İşte bu noktada “kültür endüstrisinin teknolojisi standardize edilen kitle üretiminden başka bir şeye yol açmamaktadır. Onlara göre, bu standardize edilme kapitalist toplumda insanın düşünme ve akıl yürütme yetisini erozyona uğratmakta, teknolojinin akılcılığı insanın kendisine saygısının ve bilincinin yerine geçmektedir (Bozkurt, 1995:173)”. Horkheimer ve Adorno, kişilere kendi toplumsal konumlarının artık zor gücüyle değil kültür endüstrisi tarafından benimsetildiğinin altını çizerler. Bu durum insanın özgürleşmesinin karşısındaki en büyük engeldir:

“günümüz sanayi toplumlarında kişilerin düş kurmasının bile olanaksızlaştığını ileri sürmektedirler. Onlara göre, çağdaş insanın kişisel düşleri bile, kişinin toplumsal varoluşunun sınırları içinde biçimlendirilmektedir.” (Oskay, 2000:240).

Buna paralel olarak, her ne kadar kendisini bir Frankfurt Okulu kuramcısı olarak tanımlamasa da bu okula yazılarını gönderen Walter Benjamin, yeni ortaya çıkan fotoğraf ve sinema gibi teknolojilerin sanat yapıtını nasıl etkilediğini analiz

ederken bu bakış açısından hareketle kendi medya kuramını geliştirdi. Ona göre teknolojik gelişim aynı zamanda yeni algı biçimleri geliştiriyor, sinema ve fotoğraf aracılığıyla sanat dinsel yapının dışına çıkarak yeni toplumsal ve ekonomik şartların bir parçası oluyordu (Benjamin, 2016:76). Aslında Benjamin teknolojik gelişme ile birlikte sanatta yaşanan değişimleri gösteriyor, tam anlamıyla medyaya yönelmiyordu. Yine de saptamaları medyayı tanımaya yönelik önemli bir adım olarak algılanabilir. Böylece medya basitçe bir araç olarak değil bir kültürel biçim ve yeni kültürel biçimlerin alanı olarak ele alınıyordu.

Martin Jay ise, Frankfurt Okulunun kültür eleştirisi ile aydınlanma eleştirisi arasında çeşitli benzerlikler kurarak yabancılaşma kavramına dikkat çeker; Aydınlanma insanı doğanın bir parçası olarak görür ve nesneleştirir. Doğa kendisini yineliyorsa, insanın da doğa ile etkileşimi ve kendini değiştirme gücü yadsınmıştır. Onun savına göre, aydınlanma bir taraftan doğa ile insanı nesneleştirirken diğer yandan insanı doğaya göre daha üstün görür. Bu durum kapitalizmin işine gelmiştir. Doğadan üstün olan insan doğayı hem sömürebilecek hem de onu teknik bir araç haline getirebilecektir. Frankfurt Okulu da insana böyle bir rol biçmişti. Bu nedenle Frankfurt Okulu üyeleri artık Marksizmin sınıf çelişkisi anlayışını bir tarafa bırakarak toplumu insan ve doğa diyalektiği üzerinden tanımlamaya girişmişlerdir. Frankfurt Okulu için artık ekonomik sömürü, ekonomik olmayan bir tahakküm niteliğine dönüşmüştür. Okul üyeleri Aydınlanmayı totalitarizme beşik olarak da görmüştür. Bu felsefe insanı araçsallaştırmış ve insanı doğadan üstün olarak tasarladığı için doğaya yabancılaşma gerçekleşmiştir. Çünkü ‘Yabancılaşma’nın kaynağı insanın doğaya yabancılaşmasıyla beraber kendisi de araçsallaştığı için kendine de yabancılaşmasıdır (Mattelart, 1998:92).

1.1.4. Kültürel Çalışmalar

İşlevselci, çoğulcu medya araştırmalarına karşı ideolojiyi temel inceleme

aracı haline getiren medya kuramlarının en önemlilerinden olan ve Birmingham Okulu olarak anılan İngiliz kültür çalışmaları, medyanın ideolojik yönüne dikkat çekerek 'ideolojiyi' iletişim çalışmalarında vazgeçilmez bir zemine oturtmuşlardır. Kültürcü yaklaşım kuramcılarının kültür anlayışları onların medya anlayışlarını betimler.

İngiliz Kültür Araştırmaları, kültür alanında mevcut olan ve kültürü “yüksek – alçak”, ya da “popüler – elit” gibi ayrımlara tabi tutan bakışlardan kaçınır ve tüm kültür formlarını değerlendirerek tümünü bir eleştirel süreçten geçirmeyi hedefleyen bir yaklaşım geliştirmiştir. “Kültürün siyasal boyutunu gözden kaçırmayan yaklaşımların savunuculuğunu yaptı ve çeşitli kültür tipleriyle onların değişiklik gösteren politik etkileri konusunda siyasi ayrımlar geliştirdi. Birmingham Merkezi, ırk, cins ve sınıf incelemesini kültür ve iletişim araştırmasının merkezine yerleştirerek, kültürü toplumun içinde anlamlandıran eleştirel bir yaklaşımı benimsedi ve kültür araştırmasını çağdaş toplumsal teorinin ve muhalif politikaların alanına yerleştirdi (Kellner, 1999:2)”.

Medyanın mesajları son kertede egemen güçlerin yararına bir işlev görmekte, öyle bir dünya kurmaktadır ama bunu dolaylı yollarla, yani dilsel, ideolojik vb. araçlar aracılığıyla yapmaktadır. Hall'ün temelini attığı medya kuramına göre, egemen güçlerin temsilcisi olan medyanın iletileri doğrudan alıcılar tarafından kabul edilmez (Yaylagül, 2008:101). Bu çok önemlidir, çünkü iletiyi alanların da yorumları, ideolojik yaklaşımları inceleme konusu olabilmekte, sorun basit bir iletme sorunu olmaktan çıkıp aynı zamanda iletiyi alanın nasıl aldığı sorunu da olmaktadır.

“Hall'a göre izleyiciler iletinin hem alıcısı hem de kaynağıdır, çünkü üretim şemaları-kodlama aşaması televizyon kurumunun izleyiciye ilişkin imgelerine ve mesleki kodlarına uygun düşer”:

“S.Hall’ün çözümlenmesi izleyiciler açısından üç tip açıklamayı tanımlar: egemen, karşıt, tartışmacı. Birincisi doğal meşru, kaçınılmaz, bir toplumsal düzenin bir meslek evrenini anlayış biçimi gibi görünen hegemonik bakış açılarına uygun düşer. İkincisi iletiyi bir başka izafet çerçevesine, karşıt bir dünya görüşüne göre yorumlar. Tartışmacı bakış ise kısmen egemen anlamları ve değerleri benimsemekle birlikte yaşanmış bir durumdan ortaya çıkan karşıtlık ve uyum öğelerinin bir karmasıdır” (Mattelart, 1998:87-88)

Birmingham Okulu kuramcılarına göre davranışsal araştırma modelleriyle hareket eden geleneksel yaklaşım iletişim sürecini doğrudan bir “etki-tepki” mekanizması dahilinde değerlendirirken onlar bundan farklı olarak medyayı dolaylı etkiye sahip olan ve kolayca görülmeyip zor anlaşılan geniş çaplı toplumsal ve politik güçlerin bir ifadesi şeklinde ele alıyordu. Yine bu bağlamda “merkez, dikkatleri dil dâhil her aracın yapılaştırıcı-kurgulayıcı işlevine çekiyordu. İngiliz kültür kuramcıları işaretler sistemini, kitle iletişim araçlarının taşıdığı anlamların izleyicilere ulaşması üzerinden irdelemiştir. Yani kültürcü yaklaşım, izleyicileri pasif ve birbirinin aynı sayan anlayışı da etkin bir teorik karşı duruşla yıkmış, onun yerine, farklı siyasal ve sosyal yönelimlere sahip izleyicilerin, mesajları deşifre ediş biçimlerinin farklılığını öne çıkarmıştır (Kellner, 1999:4)”.

Bu kuramın öncülerinden Stuart Hall iletişim sürecinde her bir ögenin kültürel boyutunu, gösterge bilimsel ve söylemsel niteliğini, medyanın aracılığıyla ve anlam alanı içerisinde sürdüren yaklaşımı öngörür. Hall’e göre iletişim süreci, kaynaktan-alıcıya mesajların aktarıldığı basit bir formül değildir. Çünkü ona göre anlam çok anlamlıdır; anlam bir aynadan çok bir dil işlevini görür:

“Anlamlar tümüyle toplumsal ilişki ve yapılarda içerilmektedir. Belirli kültürel ve siyasal pratikler aracılığıyla çeşitli toplumsal konumlara eklenilebildikleri ve toplumsal özneleri oluşturdukları ve yeniden oluşturdukları ölçüde toplumsal olarak işlev görürler ve işlerler.

Halihazırda ve daima edilgin izleyiciler olarak seslenebilecek sabit, şaşkın toplumsal özneler yoktur. Anlam iktidar ilişkilerinin oyun alanı dışında kavramsallaştırılmaz. Söylem bu ilişkiler içinde iktidara eklenir. Ve bu da bölgesel bir alan olarak iletişimle toplumsal oluşumların içinde işleyen toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal ilişkiler arasındaki ilişkiyi kavramsallaştırmaya çalışmanın tümüyle ve köktenci biçimde farklı bir yoludur.” (Hall, 1997:91)

Hall için izleyiciler, iletişimin ideolojik konumunu olduğu gibi benimseyip, bu ideolojiyi türetebilirler. Ya da bu ideolojinin bir kısmına eleştirel bakıp “müzakere edilmiş” bir okuma da gerçekleştirebilirler ya da tamamen bir muhalif okuma gerçekleştirebilirler ki bu okuma tamamen ‘bilinçli’ izleyiciler (bir başka deyişle farklı bir ideolojik belirlenimle davrananlar) için geçerlidir.

Hall bu okumaların pratik karşılığını arar. Ona göre zaten, ideoloji maddidir ve ideoloji pratikleriyle üretilir, yani bütün ‘pratikler ideoloji içindedir’. İdeoloji O’nun için pratik içinde somut bir varlığa dönüşür. Hall için, KİA’larında çalışanlar ideolojik temsilin kendisini üretirler-türetirler. Bu çok önemli bir saptamadır çünkü KİA’larda çalışanlar ile iletiyi alan ve başka alanlarda somut üretim yapanların ideolojik belirlenimlerinin farklı olduğunu ortaya koyar. Böylece iletiyi sunanların, gazetecilerin kendilerine has ideolojilerinden, mesleki bir ideolojiden bahsetmek ve onu analiz etmek mümkün hale gelir. KİA çalışanları, somut malları üretenler kişilerden daha farklı bir etkileşim içerisindedirler (Kellner, 1999:4).

Nitekim çok belirgin bir şekilde kültürcü yaklaşım ve Birmingham Okulu, alt grupların egemen sınıf fikirlerine hem nasıl tabi olup hem de ne boyutta karşı çıkmaya çalıştıklarını belirtmek için, Gramsci tarafından bir mücadele alanı olarak tarif edilen hegemonya kavramına sürekli olarak başvururlar.¹

¹ Oldukça önemli olan bu konu, Gramsci’ye ayrı bir paragraf açtığımız bölümde tekrar ele alınacaktır.

Birmingham Okulunun kuramsal çerçevesinin oluşturulmasında, Richard Hoggart, Raymond Williams, Terry Eagleton, Dick Hebdige, David Morley gibi isimler de çok önemlidir. 1950'lerin sonlarına doğru, Kıta Avrupa'sı dışında, İngiltere'de edebiyat ve kültür odağından hareket eden daha farklı bir gelenek ortaya çıktı. Bu gelenek özellikle Richard Hoggart ve Raymond Williams tarafından kitle iletişiminin toplumda egemen konumdaki ideolojilerin üretim ve yeniden üretimi anlamında üstlendikleri işlevi açıklamaya dönük yapılan incelemelerle başlayıp sonrasında daha da gelişti. Bu kültürel incelemeler Hoggart'ın işçi sınıfının Marksist olmayan kültürüne dair yaptığı incelemeler sonrasında ise radikal bir şekilde değişime uğradı (Erdoğan ve Alemder, 2010: 355).

Kültürel çalışmaların asıl önemi, ideolojiyi değil, kültürü her yönüyle işlemeleri, yepyeni bir literatür oluşturmalarıdır. Ancak bunu yaparken Marksizme uzak düşmekle, yeterince eleştirel olmamakla, ekonomi politik ve mülkiyet ilişkilerini ihmal etmeleri, kuramsal çerçevelerinin gücünün zayıflamasını beraberinde getirmiştir. Her ne kadar sonrasında piyasa işi çalışmalar yapmaya başlamış olsalar da kendisine alternatif bir yol bulan Amerikan kültürel araştırmalar ekolü, siyasal birtakım vaatler barındıran İngiliz Kültürel Çalışmalar perspektifinin örgütsel boyutlarını, kendisinin toplumsal açıdan önemli ve siyasal açıdan elverişli ve işe yarar bulmaktadır (Dursun, 2001: 41). Amerikan Kültürel Çalışmalar Okulunun teorisyenleri başta John Fiske ve Lawrence Grossberg'tir. Grossberg'e göre, kültürel yaklaşımdaki değişim, kültürel incelemelerin yayılma derecesinde olmakta ve bu yayılma ırksal-azınlık, uluslar, gelenekler ve akademik disiplinler alanında meydana gelmektedir (Erdoğan ve Alemder, 2010: 265).

John Fiske de, Althusserci "ideolojinin subjesi olan insanlar" görüşünün "direnişi imkânsız kıldığını" ve Gramsci'nin hegemonya kuramının "direnişe" çok daha önemli yer verdiğini belirtmektedir (Fiske, 1989: 40). Kültürel incelemeler, metinleri benzer şekilde anlam verme için mücadele alanı olarak görmektedir. Bir

metin biçiminden geçerek çalışan egemen ideoloji, farklı konumdaki izleyiciler açısından direnilebilir, kaçınılabılır veya çeşitli ölçüde üzerinde pazarlık-yapılabilir/uyuşulabilir şeylerdir. Dolayısıyla Amerikan Kültürel Çalışmalarının, İngiliz Kültürel Çalışmalarının “özneyi pasif” kılan yaklaşımını, “aktif” olarak kabul ettiği görülmektedir. Öznenin medya metinlerine karşı aktif olarak tavır belirleyebileceğini belirten yaklaşım, öznenin “haz ve tüketim” konusundaki durumunu da ele alırken, belirli eleştiriler de bulunmaktadır.

İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulunun etkinliği tüm dünyaya yayılmış, birçok ülkede yüksek lisans programları açılmış, dersler konulmuştur. Çalışmaları halen önemini sürdürmektedir.

1.1.5 Ekonomi-Politik Yaklaşım

Ekonomi-politik yaklaşımlar, medyadaki sermaye yapısı ve medyanın nasıl kontrol edildiğine ilişkin tartışmalar sunar. Buna göre, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfın, kültürel üretim araçları üzerinde de bariz bir denetimi mevcuttur. Bu yaklaşım medyanın ekonomi-politik yönüne dikkat çeker. Dolayısıyla, aslında bilgi düzeyinden uygun iletişim etiğini geliştirmek için devşirilebilecek ama artık bilgi olmayacak unsurları, ideolojik silahlar, teknik zorunlulukları görmemizi sağlayabilir. Klasik Ekonomi politik çalışmaları içinde geliştirilen medya vurgulu bu incelemeler Avrupa merkezlidir. Kültürcü yaklaşımlar ideoloji ve kültüre vurgu yapmış ama kısmen sahiplik yapısı ve kontrolü kimin gerçekleştirdiğini; altyapının belirleyici oluşunu göz ardı etmişlerdi.

Ekonomi Politik yaklaşım, medyanın devletle bağına ve güçlü sermaye bileşenlerinin etkisi altında olduğuna dikkat çeker. Bu yaklaşım medya çalışmalarında üst yapının (ideoloji-kültür) belirleyiciliğine dair sava karşı koyar. Onlara göre, medya metinlerindeki ideoloji gerçeğin kavranması önünde bir engeldir. Nicholas Garnham medyayı kâr amacı güden ekonomik bir birim olarak görür.

Garnham'a göre (akt. Tılıç, 2001, 48) kültürün yapısını, kültürel üretimi ve onun içinde kitle iletişim araç-ekonomilerinin yerini anlamak için de, politik yaklaşımın bazı sorularının sorulması; üretici güçlerle üretici olmayan güçlerin, özel sektörle kamu sektörü arasındaki ilişkinin kapitalist birikimde devletin rolünün ve çağdaş kapitalizmde reklamcılığın yerinin anlaşılması gerekmektedir.

Avrupa merkezli olan klasik ekonomi politik yaklaşım 1960'lar sonrasında ABD'de de kendini göstermiştir. ABD'de ekonomi-politik yaklaşım bağlamı olarak iktidar, mülkiyet ve propaganda konusunda medya araştırmaları yapılmıştır. Bu anlayış araçsal yaklaşım olarak adlandırılır. Adlandırma yerindedir ve gerçekten yerinde olan ekonominin belirleyiciliği tespiti gerçek dünyaya sorgusuz sualsiz aktarıldığı için, medya bir araç konumuna düşer, Laswell ve Lazarsfeld ile buluşur. Masco ve Harman tarafından geliştirilen bu kuramın temsilcileri "toplumsal yapı üzerinde yönetici sınıfın ya da diğer iktidar seçkinlerinin kullandığı yaygın denetimin izini sürerler" (Shoemaker ve Dreese, 1997: 111).

Amerikalı dilbilimci ve medya uzmanı Noam Chomsky, Amerika'nın bir otorite olarak kendini bütün dünyada var etmesinde, kitle iletişim araçlarındaki propagandanın önemine dikkat çeker. Medya "*devlete ve özel sektör etkinliklerine hükmeden özel çıkarlara destek sağlama işlevini yerine getirmektedir.*" (Herman ve Chomsky, 1999: 46). Bu anlayışa göre medyanın işlevini yerine getirmesi için propaganda şarttır. Ekonomi politik ve araçsal yaklaşımı bir araya getiren propaganda modeli şöyledir:

"1-Egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, mülkiyet yoğunlaşması, kâr amaçlı oluşu ve sahiplerinin serveti, 2-reklamcılığın medyanın en önemli gelir kaynağı olması, 3-medyanın iki temel kaynak ve iktidar odağı olan hükümet ile iş çevrelerinden ve bunların mali destek sağlayıp onayladığı uzmanlardan sağladığı bilgileri temel alması, 4-medyanın hizaya sokmak amacıyla kullanılan bir yöntem olan medyaya yönelik tepki üretimi, 5-ulusal bir din ve denetleme mekanizması olarak

anti-komünizm” (Herman ve Chomsky, 1999: 22)

Chomsky ve Herman, geniş kitlelere ulaşabilmek için sermayenin gerekliliğini vurgularken, muhalif ya da alternatif medyanın ekonomik anlamda zorlandığına ve kapanma tehlikesine dikkat çekerler. Chomsky’e göre her ülke aynı isteme sahiptir; (doğu-batı ya da demokratik-totaliter ayrımı gözetmez) tarih, ekonomi, iç sorunlar gibi birçok durumda rejim bu durumu rafine ederek kamuoyuna sunar. Medyada bu filtre edilmiş söylemlerin öncülüğünü eder; neyin yayınlanamaz olduğuna karar verir. Chomsky 1776’dan bu yana ‘bir avuç zengin kalabalık ve huzursuz kitlelere saldırısı’ dramını Hume paradoksuyla açıklar:

“David Hume siyasal kuram üzerine yaptığı çalışmada herhangi bir toplumda her ne kadar iktidar her zaman yönetilenlerin elinde olsa da, nüfusun yöneticilere karşı teslim olduğuna dair paradoksu belirtir. Öyle ya da böyle, yöneticilerin yönetebilmeleri –istedikleri kadar silahları olsun – nüfusun düşüncesini kontrol edebilmekten geçer. Bu en despot toplumdaki en özgür topluma kadar değişmez bir kuraldır eğer nüfusun onayı olmazsa yöneticilerin işi bitmiş demektir.” (Naiman, 1996: 87)

Sonuç olarak Chomsky kendisinin inandığı alternatif medya görüşünü şu şekilde özetler:

“medya gerçekten de toplumsal bir amaca hizmet etmektedir; ancak bu farklı bir amaçtır. James Mill’in bu sistemin kuruluşunun ilk günlerde tasarladığı biçimiyle devlet eğitiminin hizmet ettiği toplumsal amaç şudur; İnsanların zihinlerini, hükümetlerine ve daha genel kapsamda toplumsal ekonomik ve politik düzenin düzenlemelerine ‘erdemli bir bağlılık gösterecek biçimde eğitmek’. Liberal düzenin korktuğu türde bir demokrasi krizine katkıda bulunmayan medya, ayrıcalıklı kesimleri halkın kavrayışı ve katılımı tehdidinden koruyan uyanık bekçileri oluşturur... Medyayı demokratikleştirme çağrısı politik kuramda iyi bilinen konulardan oluşan halkın baskılarıyla entelektüel bağımsızlığı sınırlamaya yönelik olumsuz çabaları maskeleyebilir.” (Chomsky, 2002: 27-28)

En genel anlamıyla şöyle denilebilir: Avrupa klasik ekonomi-politik yaklaşım ve Amerikan araçsal yaklaşım medyanın iktidar ilişkisine ve ideolojik bombardımanına dikkat çekerler. Ekonomi-Politik yaklaşım eleştirel niteliği ile önemli kuramlar arasında sayılır ve özellikle günümüzde küreselleşmenin yarattığı küresel medya, mülkiyet ve sahiplik ilişkilerini çözümleme anlamında giderek önem kazanmış, Frankfurt Okulu ve Kültürel Çalışmalar yaklaşımları ile birlikte kullanılmaya başlanmıştır. “Pek çok kültürel çalışmalar literatürü, oldukça olumlu ve verimli bir şekilde, kültürel pratiklerin insanların varoluş koşullarına tepkileri ve başkaldırımları olarak anlaşılabilir durumlar odaklanır. (Garnham, 1997: 101)”. Bu durum ekonomi politikçilerin kapsayamadıkları veya onların görüşlerinin dışında kalan bir alanın içerilmesi anlamında son derece önemli katkı sunmuştur. Kültürel çalışmalar, ekonomi politik yaklaşım tarafından asıl önem atfedilen “sınıf” ve “ekonomik belirlenim” gibi kavramlardan ziyade hayatın kültürel boyutunu ifade eden “ırk”, “cinsiyet”, “tahakküm” ve “direniş” gibi kavramları ön plana alır. Bu yaklaşımı benimsemiş olan çalışmalar, “temelde anlamın inşasıyla – anlamın belirli anlatım formları içinde ve onlar aracılığıyla nasıl üretildiği ve günlük hayat pratikleri yoluyla sürekli olarak nasıl müzakere edildiği ve yapı bozuma uğratıldığıyla – ilgilenir (Golding ve Murdock, 1997: 51)”. Kültürel çalışmalar yaklaşımı, ekonomi politikçi yaklaşımın zaman zaman indirgemeci durumlara düşen bakış açısını biraz daha zenginleştirmiştir.

“Kültürel işin Marksist ekonomi politik çözümlemesi, kültür endüstrilerinin tarihsel gelişimine tamamen olmuş bitmiş bir süreç olarak değil, kültürün nasıl üretileceği ve çalışmanın nasıl organize edileceğine ilişkin çatışmaların sonucunda ortaya çıkan bir süreç olarak değerlidir.” (Cohen, 2014: 50). Garnham’a göre, “ekonomi politikçiler, kapitalist bir toplumsal formasyon içinde, kültürel pratiklerin ve onların politik etkinliklerinin, hem maddi ve hem de sembolik kültürel pratikler içinde kaynakların; yapısal olarak belirlenmiş biçimlerde, metalaşmış kültürel üretim, dağıtım ve tüketiminin dolaşım ve kuruluşları aracılığıyla, nasıl hazır

bulundurulduğuna odaklanan bir ilgi olmaksızın anlaşılmasının güç olduğu konusunda hemfikirdirler.” Garnham, 1997: 104. Bu izlekte devam edersek, bu sürecin bir kültürel pratik olarak tanımlanabilmesi için soap operalar, savaş görüntülerindeki anlam kaydırmaları ve bunları üreten, dağıtan ve izlenmeleri için izleyici yaratan yayın kuruluşları da incelenmesi gerekir. Alışveriş ve reklamcılığı incelemek ve bunların özgürleştirici pratiklerini ortaya çıkarmak için bu pratikleri mümkün hale getiren üretme, rekabet etme ve pazarlama süreçlerinin de incelenmesi gerekir. Bu noktada kültürel ve politik olasılıkların araştırılması, küresel kültür pazarlarını geliştirmeye yönelik teknolojileri ve pazarların büyümesine izin veren koşullarda yönetim süreçleri ve sermaye akışlarını mutlaka içermelidir. Bu noktada ekonomik çalışmalar siyasetin temeli olan ekonomiye esas vurguyu yapmış olan ekonomi politikçi yaklaşımın üzerine siyasetin toplumsal iletişim kurumlarına da (örneğin gazeteler, televizyonlar) vurgu yapmış ve bu yaklaşımı daha da geliştirmiştir.

Medya egemenlik ilişkilerinin sürdürülmesi anlamında, bazen bilinçsizce olsa da, genellikle bilinçli olarak mensubu bulunduğu kurumun veya politik görüşün paralelinde yayın yapmaktadır. Mesajların içeriğinin tam olarak anlaşılması için sahiplik ilişkilerinin daha derin irdelenmesi gerekir. Bu perspektifi de bize en iyi ekonomi-politik yaklaşım sunar; gerektiğinde eleştirel kuram ve kültürel kuramdan alınacak destek daha bütüncül çalışmaları mümkün kılar.

1.1.6 Gramsci ve Hegemonya Kuramı

Gramsci'nin yaklaşımı Marksist niteliklidir ve sınıf çelişkisi içerisinde kendine yer bulan aktörlerin ideolojik ikna gücünü vurgulayabilmeye olanak sağlamaktadır. Gramsci, bir toplumsal sınıfın diğeri üzerindeki hâkimiyetini “hegemonya” kavramıyla açıklar. Hegemonyayı, tek başına ekonomik ve siyasi bir denetim ifadesi olarak değil aynı zamanda, egemen sınıfın kendi çıkarları

doğrultusunda üretmiş olduğu dünya görüşünü, ezilen sınıfın görüşü olarak kabul ettirme anlayışı ve aynı zamanda alt yapı ve üst yapının organik ilişkililiği bağlamında bir kavram olarak kullanır. Yani, aslında Gramsci’de hegemonya’nın birçok farklı kullanımı mevcuttur. Burada özellikle ‘rıza’ya denk düşen anlamının önemli olduğuna işaret etmek gerekmektedir.

Ayrıca Gramsci’nin hegemonya kavramı konjonktürel nitelikler içermesi temelinde önemli imkânlar da yaratmaktadır. Ona göre, kamuoyu durağan değil sürekli değişen bir şeydir ve kitle iletişim araçlarını yönetilenlerin yönetime şikayetçi olmayarak mevcut durumu kabullenmesi arzusunu ifade eden “rızanın” üretiminde başat faktör olarak görür. Kitle iletişim araçları rızanın üretiminde; uzlaşma gerçekleştirerek hegemonyayı korur. Gramsci’ye göre ideolojik hegemonya radikal boyuttaki köklü değişimle anlamında en önemli faktör konumundadır. Bu yaklaşıma paralel düşünmeye devam edersek, kitle iletişim araçları da ideolojik mücadelenin meydana geldiği temel alanlardan biridir. Michele ve Armand Mattelard ise, Gramsci’nin hegemonya kavramına daha çok etik anlamda yaklaşırlar, onlara göre ise “hegemonya bir toplumsal gurubun entelektüel ve ahlaksal açıdan toplum üzerinde yöneticilik yapma yetisi, kendi tasarısı çerçevesinde yeni bir toplumsal bağdaşmalar sistemidir (Mattelard, 1998: 86)”.

Gramsci’nin toplumsal değişimde üstyapıya veya kültüre yaptığı vurgu, başta İngiliz kültürcü-kuramcılardan Raymond Williams olmak üzere, medyayı kültürel pratiğin bir uzantısı olarak ele alma yaklaşımında olan çok sayıda radikal medya araştırmacısını derinden etkilemiştir. Gramsci’nin Marksist yorumu; hegemonyayı yalnızca hâkim fikirler açısından değil bir mücadele alanı olarak ezilen sınıf ve toplumsal gruplar açısından incelediği için böyle bir çabaya imkan sağlamaktadır. ‘Ortak duyu’ olarak farklı ideolojilerin karışması, sınıflar ve sınıf ittifakına yapılan vurgu, hegemonyanın sağlanmasında rızanın önemi ve

aydınların rolü konusunda kültürcü yaklaşımların etkilendiği noktalardır. (Herman ve Noam Chomsky, 1999: 18).

Gramsci'nin Marx'tan alıntı yaparak *Hapishane Defterleri'ne* koyduğu “devlet, sivil toplumu tepeden tırnağa, en genel varoluş tarzlarından bireylerin özel hayatına kadar, bir ağ gibi sarar ve hizaya sokar (Gramsci, 1986: 20)” ifadesini Perry Anderson şu şekilde ele alır: “Gramsci'de sivil toplum ekonomik ilişkiler alanının dışında devletle ekonomi arasındaki üst yapısal ara kurumlar sistemi anlamındadır. Ekonomik yapı ile yasama ve zorlama mekanizmalarıyla devlet arasında sivil toplum yer alır”. (Anderson, 1988: 60).

İşte kültürelci yaklaşımların kendilerine alan yarattıkları yer de bu sivil toplum'dur. Sivil toplumun varlığı üzerinden ideolojiye dayanan bir kitle iletişim araçları tanımlaması geliştirilmiştir. Tezin ana konusu, medya iktidar ilişkilerinin Gramsci'nin hegemonya yaklaşımı üzerinden irdelenmesi olduğu için bu konuya daha sonra daha detaylı olarak yer verilecektir.

1.1.7. Louis Althusser'in Bu Alandaki Katkısı

Althusserci yaklaşımın temelini oluşturan kuramlar arasında Lacan'ın psikanaliz değerlendirmesi, Saussure'in dilbilimi, Levi Strauss'un yapısalci antropolojisi, Roland Barthes'in gösterge bilimi ve yine Gramsci'nin devlet teorileri ve sivil toplum anlayışı sayılabilir. Althusser doğrudan ideolojik aygıtlar üzerine odaklandığı için, medyaya ilişkin de önemli saptamalar yapar. Bu saptamalarını ise ideoloji tanımına borçludur. Her şeyden önce Althusser'in ideoloji teorisinin yabancılaşma, öz gibi kendileri zaten ideolojik olan kavramların üzerine oturmadığı, dolayısıyla Frankfurt Okulu'ndan köklü bir şekilde ayrıldığı belirtilmelidir. Ona göre “ideolojinin tarihi yoktur” ve bir ‘yanlış bilinç’ olarak ele alınması tamamen problemlidir. Althusser'e göre, “ideoloji, bireylerin kendi varoluş koşullarıyla kurdukları ‘hayali ilişki’den kaynaklanan tasarımlardır (Althusser, 2008: 16)”.

Yani örnelemek gerekirse, su dolu bir bardağın içindeki çay kaşığının kırılmış gibi görünmesi bir ‘yanlış bilinç’ değildir. Ama çay kaşığı gerçekte kırık da değildir. Bu şu bardağın içindeki çay kaşığının kırılmış gibi görünmesinin kendisinin de bir gerçeklik olduğu anlamına gelir. Gerçek dünyada çay kaşığı suyun içinde gerçekten öyle görünür. Yani biz böyle görerek yanılıyoruz durumda değiliz, yanlış bir bilinç söz konusu değil. Sadece bir ‘hayali ilişki’ mevcuttur.

Kısaca ideoloji gerçeklikten kopuk bir şey veya gerçeğin yansıması değildir. İdeolojinin kendine özgü bir kavrayış biçimi vardır, yani gerçeğin farklı bir kavranış şeklidir. Söz konusu ideoloji tanımından hareketle ilerleyen Althusser açısından ideoloji soyut değil aksine gerçek bir şeydir. Yani ideoloji de diğer gerçekler gibi bir gerçektir. Dolayısıyla doğrudan bireylere (‘özne’lere) seslenen ideolojiyi de gerçek dünyada belirli pratikler nezdinde tanımlamamız gerekir. Mesela dini ideoloji secdeye varan bireyde gerçeklik kazanır, ya da medya ideolojisi haberleri izleyen bireyde kendini gerçekleştirir (Althusser, 2008: 23).

Bu ideoloji yaklaşımıyla hareket eden Althusser devlet aygıtlarını, Devletin Baskı Aygıtları (DBA) ve Devletin İdeolojik Aygıtları (DİA) olarak ikiye ayırır. Medyanın yeri ikincisinin içindedir, yani Althusser, medyayı, (kilise, okul gibi) devletin ideolojik bir aygıtı olarak görür. “Mevcut üstyapıda devletin baskı aygıtlarının (ordu, bürokrasi vb.) varlığı da söz konusudur. Althusser kitle iletişim araçları gibi ideolojik aygıtların ekonomik belirlemeden görece özerk olduğunu söyler. Okul, din, aile, yasal ve siyasal sistem ve medya gibi devletin ideolojik aygıtları aracılığıyla bireylere belli toplumsal kimlikler giydirilir. Ve insanlar devletin ideolojik aygıtları üzerinden bir kimlik edinirken, aynı zamanda gerçeği de yine onlar aracılığıyla kavrarlar (Althusser, 2008: 32)”.

Althusserci Marksizm’e göre, devletin ideolojik aygıtları (DİA) artık öğretimsel ideolojik aygıt formundadır ve bu formun başarısı mutlak olmasa bile,

bireylerin çağrılma sürecine karşı çıkma şansları yoktur. Althusser, DİA'ların, sistemin yeniden üretimine hizmet ettiğini ve bu yüzden ideolojilerin aynı zamanda mevcut toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesine hizmet ettiğini söyler. Althusser'in bu noktada önemle üzerinde durduğu; (daha önce de belirttiğimiz gibi) ideolojinin maddi oluşudur. (Althusser, 2008: 36)

Althusser için hangisi olursa olsun tüm DİA'lar aynı amaca yönelir. Üretim ilişkilerinin ya da diğer bir ifadeyle kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretimi; "hedefe kendine özgü bir yoldan katkıda bulunur: siyasal aygıt bireyleri devletin siyasal ideolojisine uydurur-bu, ya 'demokratik', 'dolaylı' (parlamentar) ideolojidir, ya da 'dolaysız' (plebisitçi veya faşist) ideoloji. Haber aygıtı, tüm yurttaşları basın, radyo, televizyon ile günlük milliyetçilik, şovenizm, liberalizm ahlakçılık vb. dozlarıyla besler. Kültürel aygıt da aynı işlevi yapar (şovenizmde sporun rolü en ileri derecededir." (Althusser, 2008: 43). Yani Althusser için Kitle İletişim Araçları ideolojik bir aygıt işlevi görür.

Althusser, Klasik Marksizmin üstyapı-altyapı şemasını kullanmaz ve bunun yerine üst-belirlenim ifadesini kullanarak yeni bir kavram geliştirir. Bu yaklaşıma göre belirleyici konumda olan tek bir öge yoktur, bundan ziyade bir ögeler koalisyonundan bahsetmek gerekir. Belirleme yalnızca alt yapı kurumları vasıtasıyla değil sistemin diğer ögeleri konumundaki üst yapı kurumlarının da katılımıyla oluşmaktadır. Ama bu görüş, özellikle Althusser'in izleğiyle hareket eden bazı araştırmacılar tarafından sonraları çok daha ileri boyuta taşınmıştır. Örneğin Fiske'ye göre "ekonomik ilişkilerden zaman zaman bağımsız bir biçimde oluşan kültür-ideoloji birlikteliğinin önemli bir gücü bulunmaktadır. Bu ikili, altyapı karşısında oldukça özerktir (Fiske, 1999: 110)". Zira bu model uyarınca, ideoloji ve onun en önemli aparatı konumundaki medya; kurgulanma, işleyiş ve amaç bağlamında, ekonomik yapıdan ve kurgudan bağımsız biçimde hareket edebilmektedir.

“Althusser'in sistematığı ideolojiyi, hem oluşum hem etki hem de sonuçları bakımından çok farklı bir yere oturtmuştur. İdeoloji tüm sistemleri etkileyebilen, kendini koruması kadar, kendini yeniden üretmesini yaşam pratiğinden alan önemli fakat karmaşık bir yapıdır. İdeoloji toplumsal güç ve pratiğin ta kendisidir. Bir bakıma o, bir ortamı ifade eder. Toplumda çok şey onun aracıdır ya da onun için çalışır. (Kazancı, 2002: 59)”. İdeoloji anlamında önemli taşıyıcı araçlardan biri konumundaki yeni medya, iletişim anlamında taşıdığı sınır tanımazlık özelliği sayesinde ideolojinin sürekliliğinin devam etmesi açısından önemli bir görev üstlenir. İdeolojinin medyayı bu boyutta denetim altına alması hem medya ürünlerinin üretiminde hem de bu ürünler karşısında tarafsız kalma sorununda büyük oranda kısıtlayıcı olmaktadır. Bu noktada Althusser ekonomi politik yaklaşımı yapısalcı olarak eleştirirken ideolojiyi somut düzleminden koparıp bazı soyutlamalara taşımış, böylece iletişim araçlarına yönelik bakışta yeni bir açılım imkânı sunmuştur.

1.1.8. Medya Emperyalizmi Bağlamında Kültürel Emperyalizm

“Marksist ve eleştirel yaklaşımlar iletişimin 1970’lerden beri önem kazanan bir boyutu olan uluslararası alana eğilmeye başladılar. Pozitivist okul uluslararası ilişkileri olumlu bir gözle herkesin kalkınma çabası içine sokarken, Marksist yönelimli görüşler ve incelemeler bu süreci sömürü ve yeni-emperyalist, yeni-sömürgeci, kültürel emperyalizm ve medya emperyalizmi gibi tanımlamalar içinde anlamlandırmışlardır” (Atiker, 1998: 58-59). Bu yaklaşımlar ve çalışmalar, sömürgecilikten yeni sömürgeciliğe geçişin tetiklediği ekonomik ve siyasi yapı değişimleri, bu geçiş için gerekli becerilerin ve profesyonel ideolojilerin transferi gibi konulara odaklanmaktadır. “Uluslararası iletişimde ulusların iletişim sistemlerinin bu tür etkilenmesi ve biçimlendirilmesi yanında, uluslararası iletişim örgütlerinin faaliyetleri ve bu faaliyetlerin ekonomik, kalkınma ve ideolojik anlamları üzerinde durulur. Kültür emperyalizmi ve kültürel egemenlik üzerinde

duran yaklaşımlar, ürün transferi ve profesyonel ideolojilerin gittikleri ülkelerin sosyal bilinci ve kültürüne yaptığı biçimlendirmeler, yeniden biçimlendirmeler ve egemenlik kurması üzerinde çalışırlar” (Erdoğan, 1995: 24).

“1960'ların kültürel bağımlılık kuramı, Paul Sweezy ve Paul Baran'la önem kazanan Neo-Marksist yaklaşımdan beslenmiş, A. G. Frank ile birlikte bağımlılık olarak ele alınmış ve özellikle Latin Amerika'daki durumun analiziyle geliştirilmiştir. Kuram, merkez (endüstrileşmiş ülkeler) ile periferi (Üçüncü Dünya Ülkeleri) arasında bir tarafın egemenliğine dayanan dengesiz ekonomik ilişki varsayımına dayanır. Bu ekonomik bağımlılıkla birlikte, kültürel bağımlılık ilişkilerinin de geldiği belirtilir. Kültürel bağımlılık kuramları basit merkez ve periferi ilişkisinden daha karmaşık olan gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasındaki ekonomik, siyasal ve kültürel bağımlılığa odaklanır” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 296). Bu kültürel bağımlılık ifade edilirken kültürel emperyalizm anlamı kullanılmaktadır.

Medya emperyalizmi teorisi 1970'lerin başında ortaya çıkmış ve sonrasında yaygın olarak dolaşıma girmiştir. Bazılarının uluslararası bir yapı olduğunu düşündüğü uluslararası iletişim düzeninde kitle iletişimini inceleyen bu kuram onu teknolojik üretim ve dağıtım, örgütsel yapı, ekonomik, politik ve kültürel temeller üzerine oturtur. Boyd-Barrett'e göre, “medya emperyalizmi, herhangi bir ülkedeki medya sahipliği yapısının, dağıtım veya içeriğinin tek başına veya birlikte, diğer ülke veya ülkelerin medya çıkarlarının önemli miktarda dış baskısına maruz kalması sürecidir. Bu süreçte kültürel işgalde güç dengesizliğinin varlığı emperyalizm kavramını kullanmayı haklı çıkartır. Bu durum uluslararası medya faaliyetlerinin incelenmesini ve bununda uluslararası ekonomik ve siyasal ortam ve tarih içinde yapılması gerekliliğini ortaya çıkartır” (Boyd-Barrett, 1977: 118). Bu anlamda ön plana çıkan aydınları sayarken, Herbert Schiller, Robert McChesney, Noam

Chomsky, Edward S. Herman, Dallas Smythe, Dan Schiller gibi isimlerden bahsetmek gerekir.

Medya emperyalizmi tezine göre, “gelişmiş Batı ile diğer ülkeler arasında, üretimden tüketime kadar ciddi dengesizlikler bulunmaktadır. Bu dengesizlikler yaratılmış ve yeniden-üretilmiş dengesizliklerdir. ABD’nin medya örgüt yapısı, iş yapış biçimi, profesyonel ideolojisi, ürün biçimi ve içeriği, birkaç istisna dışında, tüm dünyaya egemendir ve buna karşı mücadele devam etmektedir. Örneğin, tüm Avrupa kanalları, İran’ın Press TV’si, Rusya’nın RT’si ve Çin’in CCTV9’u haber formatıyla, sunumuyla ve diğer tüm profesyonel yapısal özellikleriyle, Amerikan türü yayıncılığı yeniden-üretmektedir” (İrfan Erdoğan, 2005: 341). “Çeşitli biçimdeki birleşmeler sonucunda, dünyaya giderek birkaç uluslararası dev firma egemen olmaktadır. Bu dev firmalar eski basit, tek iş gören firma karakteri yerine çok uluslu boyutta karmaşık bir yapıya sahiptirler. Örneğin 2010’da, Walt Disney Company dünyanın en büyük medya şirketler grubu konumundayken; onu News Corporation, Viacom ve Time Warner takip ediyordu” (Milord, 2013:96).

Sermaye ve üst düzey yönetim birkaç ülkenin egemenliğinde olsa da sermaye anlamında birçok farklı ülke farklı oranlarda hisseye sahiptir. Üst düzey yöneticiler, yöneticiler, üretim ve dağıtım personeli de uluslararasıdır. Bunların üretimi ve dağıtımını tek merkezde değil, birçok merkezde ve genellikle de yerel merkezlerde yapılıır. Uluslararası medya sahipliği, kitle iletişiminin akla gelebilecek tüm alanlarına nüfuz eder. Bu yayılma telekomünikasyon, cep telefonları ve diğer ilgili sektörlerle yayılıyor. Bu yayılma, telekomünikasyon, cep telefonu ve diğer ilgili sektörlerle doğru genişlemektedir.

“Ülkelerde dil ve kültür giderek, küresel pazarın diline, kültürüne ve ideolojisine bütünleşmektedir. Medya endüstrileri üretimden tüketime kadar mevcut olan tüm süreçleri kontrol etmektedir. Küresel pazarda, bitmiş-ürün ve hizmetlerinin (televizyon, cep telefonu, bilgisayar) kullanımı yaygınlaştırılmakta; bu bitmiş

araçlara sahiplik ve kullanım, erişim, enformasyon toplumu ve bilgi toplumu gibi iddialarla gelen biliş ve davranış yönetimiyle desteklenmektedir. Sömürünün ve yoksulluğun yeniden yaratılması, yani sürdürülebilir kalkınma adı altında sürdürülebilir sömürü ve yoksulluk durumu yeni-strateji ve taktiklerle garanti altına alınmaktadır” (Erdoğan, 2005: 246).

“Buna paralel olarak süregelen mücadeleler, yaratılan kontrollü alternatifler ve geliştirilmiş ve meşrulaştırılmış yollarla kontrol altına alınmaya ve evcilleştirilmeye çalışılmaktadır. UNESCO dâhil, birçok uluslararası kurum; küresel siyasal ve ekonomik pazarın çeşitli yollarla gelişmesine yardım etmektedir (Mattelart, 1998: 94)”. Batı toplumlarının dışındaki ülkelerin bilgi ve bilgi eksikliği yaşadığı düşünülerek, eski iletişim araçları ve internetin de dahil olduğu yeni kitle iletişim araçlarının bir şekilde yaygınlaştırılmasının bu sorunu çözebileceği iddia edilmektedir. Buna paralel olarak, medya etiği ve ilkeleri de medya uygulamalarını meşrulaştırmaya dönük kurumlar olarak kullanılmaktadır. Medya Emperyalizmi kuramı bu açıklamaları ile özellikle 1980’lerden sonra şekillenen medyanın işleyişine yönelik olarak çok önemli tespitlerde bulunmuş olur.

“1970’ler ilerledikçe, bağımlılık yaklaşımındaki dünya egemenliği anlayışı, kapitalist sistemin yaygınlaşarak dünya kapitalist sistemi olduğu fikrine dönüşmeye başlamıştır” (Wallerstein, 1979: 18). Wallerstein ve Samir Amin gibi dönemin önemli akademisyenleri kapitalizmi bir dünya sistemi olarak görmenin önemine vurgu yapmaya başladılar (Mosco ve Herman, 1981: 61). Bu kuramcıların amacı önceki yıllarda iletişim dünyasını anlama düzeyinde hakim kuramsal bakış olan tutucu ‘gelişmeci’ yaklaşımını yıkmaktır. “Eleştirdikleri bir diğer kuramsal nokta da alıcıların pasifliğini ileri sürenler ve Frankfurt Okulu’nun kitle kültürünün silip süpürücü uluslararası etkisi görüşüydü (Erdoğan, 2005: 351)”. “1970’lerin sonunda özellikle Latin Amerika’da yaygın olan Neo-Marksist bağımlılık kuramına bağlı olarak gelişen kültürel emperyalizm tezi, bağımlılık kuramında olduğu gibi ciddi değişimlere uğramak zorunda kaldı. Mattelart buna ilave olarak, kültürel egemenliğin

işsel ve ulusal faktörlerine de ağırlık verilmesi gerekliliği savını getirdi” (Mattelart, 1998: 97). Buna göre kültürel emperyalizm, yukarıdaki tanımda dile getirildiği gibi, yerel yani ulusal düzeydeki işbirlikçilerin üstlendiği önemli rol sayesinde gerçekleşmektedir.

Bu noktada Tomlinson’ın da önemli katkıları olmuştur. Tomlinson, kapitalist modernliği teknolojik ve ekonomik açıdan güçlü, fakat kültürel açıdan zayıf görür. Tomlinson’a göre kapitalist modernlik, çevreyi birçok yolla hem güdülemekte hem de denetlemektedir. Modern dünyada yaşayan insanlar yaptıkları birçok işin nedenini açıklayamamaktadır. Günlük toplumsal faaliyetlerin (Belli bir biçimde giyiniyor, belli bir biçimde yiyor, belli bir biçimde TV programlarına çıkıyoruz) belli bir açıklaması bulunmamaktadır. Yani aslında modernleşme insanlara ihtiyaç duyduğu şeyi “anlamı” verememektedir. Bu anlam kültürel ihtiyaç’ın kendisidir. Modern toplum ‘kendi ahlaki meşruiyet zeminini’ yok etme yolundadır (Tomlinson, 1999: 93).

Küreselleşmenin emperyalizmden temel farkı ise tamamen tutarsız olmasıdır. Tomlinson, emperyalizmde toplumsal sistemin bir merkezden dünyaya yayılması gibi bir amacın olduğunu, küreselleşmede ise bütün global alanların birbirine amaçsız bağlılığının tasarlandığını belirtir. Dolayısıyla küreselleşmede güçlüler dâhil, bütün ulus devletlerin kültürel bütünlüğünün tehdit altında olduğu söylenebilir. Tomlinson için bu bir anlamda ‘küreselleşme kapitalizmin sonudur’ şiarını atabilmenin mümkün hale gelmesini sağlar. ‘Modernliğin yayılması’, artık bir dayatma şeklinde değil kültürel kayıpların (hem güçlü hem de zayıf açısından da geçerli olmak üzere) meydana getirdiği bir süreç şeklinde ilerlemektedir:

“Batıda yaşamının anlamı medya görüntülerinin sürekli akışı sayesinde tutarlılık kazanır. Aynı zamanda şurası da bence gayet açıktır ki, şehirde gördüğüm insanların günlük yaşamında ‘gerçek’ bir kültür deneyimleri var ve bu da medyanın onlara sunduğu bütün deneyimlerden

daha üst düzeyde bir tercihe dayanmaktadır. Yaşanan bu deneyimler, büyük bir olasılıkla insanların ‘gerçek hayatın’ ne olduğu konusundaki fikirlerine daha çok benzemektedir. Gerçekten de bunlar, medyanın kendilerine sunduğu temsili hayattan farklı olarak ‘gerçek hayattır’. Bu alelade fakat varoluşsal olarak yakın düzeydeki deneyim insanların medya görüntülerini nasıl kullandıklarını ve bunları algılayışlarını ‘yönetiyor’ olmalıdır.” (Tomlinson, 1999: 101)

Küresel medyanın tekelci işleyişi sonucunda günümüzde dünya medyası, sayıları 5-6’ya inmiş olan tekel şirketlerin elinde toplanmıştır. Bunlara konglomeralar da denir. Zaten küreselleşmenin en büyük çelişkilerinden biri budur. Kültürdeki tek tipleşme, küresel kitle kültürü, küresel popüler kültür de bunun ürünüdür. Küreselciler liberal rekabeti savunurken tarihte görülmemiş düzeyde bir tekelleşme sürecine yol açmışlardır ve bu çelişkiyi çözümleyememektedirler (Çakır, 2014: 301).

1.1.9 Ahlaki Panik Kuramı

Medya ve manipülasyon konusunu ele alan bir diğer kuram da Ahlaki Panik Kuramıdır. “Medyanın toplumsal gündemi yakından ilgilendiren olaylara karşı gerçekleştirdiği haber pratiği, olayların doğru algılanması ve doğru bir tepki verilmesi hususunda çok önemli bir yere sahiptir. Bu konuda özellikle haberlerde kullanılan fotoğraflar ve görüntülerin uzun bir süre tekrar tekrar işlenerek okuyucunun veya izleyicinin önüne servis edilmesi ve haberlerin okuyucu ve izleyicinin zihninde nasıl bir etki yarattığı tartışılması gereken önemli bir konudur. Hatta daha da ileri gidersek, insanların nasıl bir tepki vereceği bunun ileri bir boyutudur. Medyanın bu tavrı, ister bireysel bir düzeyde isterse toplum düzeyinde olsun, bir ahlaki panik ortamının oluşmasına neden olmaktadır (Yıldız ve Sümer, 2010: 38)”.

“Ahlaki panik, toplumsal yapıda meydana gelen değişim sonucunda medya tarafından sıkça pekiştirilen sorunların toplumun genelinde yarattığı korku ve tedirginlik duygusudur. Bu korku ve tedirginlik insanların kendilerini savunma gereksinimini de beraberinde getirmekte, özellikle medyanın korkunun yaygınlaşmasındaki rolü, korkuya yol açan birey ve grupların işlerini kolaylaştırmaktadır” (Cohen, 2002: 10). İzleyici kitlelerde korku, endişe veya öfke yaratabilen bir konunun sürekli ve aşırı işlenmesi süreci ahlaki panik olarak adlandırılmaktadır.

“Ahlaki panik, medyada veya siyasi alanda gerçektekine oranla abartılmış tehdit algısı içerir ve toplumsal olarak kurgulanmış sosyal sorunları işaret eder” (Richardson ve Introvigne, 2000: 51). Ahlaki paniğin belirli temelleri ve nedenleri olsa da, bunların neden olduğu korkuların ve tepkilerin gerçeklerden çok daha büyük boyutta olduğu iyi bilinmektedir. Dünya çapında Satanizm ve uyuşturucu konusunda yaşanan panik havası, Türk misyonerlerin korkusu ve terörü örnek olarak verilebilir. Ahlaki panik örnekleriyle ilgili kitap yayınlamış olan Erich Goode ve Nachman Ben-Yahuda (Goode ve Ben-Yahuda, 2009:45), toplumsal sorunların medya tarafından toplumsal iktidar lehine abartılı bir şekilde kurgulanmasına dikkat çekmişlerdir. Erich Goode ve Nachman Ben-Yahuda’ya göre bu tür bir soruna verilen tepki, mevcut sorunun oluşturduğu tehdide kıyasla orantısız şekilde gelişmekte ve ciddi bir tehdit olmadığı halde bile sorunların bazı kesimler üzerinde ciddi korkular yaratabileceğine işaret etmektedir (Goode ve Ben-Yahuda, 1994:151). “Bu panik dönemleri, genelde kısa sürse bile toplumun kültür ve siyasetinde önemli izler bırakabilmektedir. Goode ve Ben-Yahuda, moral panikleri açıklayan teorilerin açıklamalarını temelde, (a) değerler-çıkarlar eksenini, (b) halk-elitler eksenini olmak üzere iki eksen üzerine yapılandırdığını ileri sürerler” (Goode ve Ben-Yahuda, 1994:156). Bu kuram, ortaya atıldıktan sonra medyanın pek çok toplumsal olayla olan ilişkisini incelemek için kullanılmıştır.

1.1.10 Gösteri Toplumu ve Guy Debord

Bu kuram ‘Gösteri’ faaliyetine, üzerinde yükseldiği toplumsal yapıdan daha büyük önem veren Guy Debord tarafından geliştirilmiştir. Marksist gelenekten geldiğini açıkça belirten Debord, *Gösteri Toplumu* adlı çalışmasında Marx’ın muazzam meta birikimi kavramının yerine gösterinin muazzam birikimi kavramını kullanır ve Marx’a ait olan metaların değişimi kavramını göstergelerin değişimi kavramına dönüştürür (Debord, 1996: 7). Debord’a göre gösteri sadece mevcut düzenin sürmesine hizmet eder. Bu düzenin devamlılığının sağlanmasından başka bir hedefi de yoktur. Toplumu oluşturan tüm bireyler bir güç gösterisine göre hareket etmelidir. Bireyler, toplumun ekonomik olarak sunduklarına göre düşünmeli ve yaşamalıdır. Bireylerin ütopya yaratması istenmez. Ancak, bir güç görünümünden başka bir şey olmayan iktidar görüşüne saygı duymamız veya korumamız gerekir. (Debord, 1996: 54).

Toplumsal olayları seyirlik olma boyutlarına göre ele alan bu kuram açısından trajedilerde bile durum değişmez. Örneğin, medyanın savaşa olan ilgisi ele alınırken savaşın seyirlik ölüm gösterilerinin kitlesel boyuttaki yansıması olduğu ileri sürülür ve savaşın sansasyonel olduğu için ilgi çektiği iddia edilir (Kellner, 2012: 69). Buna göre, “seyirlik ölüm gösterilerini, içinde barındırdıkları şiddet unsurları ile birlikte bir toplumsal iletişim biçimi olarak ele aldığımız zaman bu iletişim biçiminde söylencesel (mythic) karşılığı olarak kullanıldığını görmekteyiz. İngilizce spectacle kelimesinin karşılığı olarak kullandığımız seyirlik gösterilerde birincil özellik seyirci için görünenin önemli olmasıdır. Yunan dramasından boğa güreşlerine dek seyirlik gösteriler, doğal gün ışığını gölgesiz ve doğrudan toplayan bir açık alanda görkemli bir biçimde düzenlenir” (Türkoğlu, 2003: 137).

Bu kurama göre ‘seyirci’ toplumsal meşruiyetin oluşturulması açısından önemlidir. “Seyirci olarak şiddet gösterilerine müdahale etmeden bakmak, ister

sanatsal, ister gerçeklik olsun, gösterinin elemanlarını nesneleştirme yoluyla rasyonellik kazanmaktadır. Cansız nesnelere olarak görülen gösteri elemanlarının sergiledikleri şiddet, yalnızca heyecan unsuru işlevini üstlenecektir. Nesneleşmiş toplumsal ilişkiler, endüstri toplumunun ürünü olarak anılır” (Türkoğlu, 2003: 157. Tüketim toplumunun katedrallerinde bir ürünün büyüleyiciliği sürdürmek için seyirlik hale getirilmeleri gerekir. “Gösterinin kendisi yeni değildir, tarih boyunca her tür amaca ulaşmak için kullanılmıştır. Fuarlar, sergiler ve benzerleri mal satmak için gösterilerin kullanılmasının en eski örnekleridir” (Ritzer, 2000: 136).

Günümüzün tüketim toplumunda gösteri ve eğlence tüketim toplumunun ayrılmaz parçalarıdır. Guy Debord’a göre de gösteri günümüz toplumunun başlıca ürünüdür. Ona göre, gösteri felsefenin gerçekleşmesini sağlamaz, gerçekliği felsefeleştirir. Böylece spekülasyon evrende, somut yaşamlar ve gerçeğin kendisiyle birlikte onun değeri de değişir (Debord, 1996: 19). Debord kendisinden sonra gelen postmodern medya kuramcılarını etkilemiştir. Bu kuramcılardan Jean Baudrillard tüketim toplumu analizini yaptığı çalışmasında çıkış noktasını Debord’un gösteri toplumu analizinden almıştır (Baudrillard, 2004).

1.1.11 Gözetim Toplumu, Panoptikon ve Süperpanoptikon

Her ne kadar kendisi haricindeki diğerlerinin davranışlarından haberdar olmak ve böylece kendisine karşı oluşabilecek riskleri önceden tespit edip engellemek anlamında kökeni çok eski toplumlara dayansa da modern toplumla birlikte gözetim, geleneksel toplumlarda görülen denetim olgusunun tersine, insanların gündelik yaşantılarının neredeyse her anına müdahale düzeyine ulaşmıştır. Modern toplumla birlikte gözetim anlamında sınırlar tamamen ortadan yok olmuş, hem mekân boyutlu hem de insani tüm ilişkilere yayılmıştır. Özellikle bilgi toplumu olarak ifade edilen bu aşama sonucunda gözetim, teknolojinin de vermiş olduğu olanaklar sayesinde neredeyse kaçınılmaz bir sonuç kazanmıştır.

Bauman'ın kavramını kullanarak ifade edersek, bugün dünya akışkan modernite (Bauman, 2016: 11) dediğimiz bir süreçte yaşıyor. Söz konusu bu düzen içerisinde iktidar odaklarının gerek ekonomik gerekse siyasi gücü elinde tutabilmesinin yolu ise bireylere bu düzeni kabul ettirmesinden geçiyor. Modernitenin kullandığı 'disipline edici' güçlerle bunun mümkün olmadığını bilen güç odakları günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi ve ürettiği gözetim araçlarından faydalanıyor.

'Gözetim Toplumu'nun ortaya çıkışında teknolojik gelişmeler esas gerçekçe gibi görünse de teknolojinin ekonomik güç ve denetim mekanizmalarınca yorumu günümüzün gözetim toplum modellerinin çerçevesini belirler. 'Güvenlik' adı altında güç odaklarının tercihlerine göre oluşturulan bu sistemde bireylerin hayatta kalmasının tek yolu ise sistemin hızına ayak uydurmak ve bu hızı yakalamanın tek yolu da sistemin sürekliliği için gerekli teknolojilere sahip olmak gibi algılanır. Sistemdeki iletişim altyapısını oluşturan e-posta hesaplarının olmadığı, dünyanın herhangi bir yerinde olmuş olaylardan haberdar olmamızı sağlayan medya ve sosyal medya araçlarının bulunmadığı bir dünyayı artık tahayyül etmek olanaksız.

Küresel kitle kültürünün yaygınlaşmasıyla birlikte yeni iletişim teknolojilerinin kapsamı günden güne artarken, gözetim sorunu ekonomik ve politik boyutlara da sahip bulunmaktadır. Ekonomik birer birim olarak kullanıcıların tek tek potansiyel müşteri olarak her tür bilgileri, ekonomik faaliyetlerinin dökümü, kredi kartı kullanım verileri ve diğer her türlü çevrimiçi ekonomik faaliyetlerinin izlendiği bir süreç yaşanmaktadır (Çakır, 2014: 395).

Bu konuda uzun zamandır çalışma yürüten kuramcılardan David Lyon elektronik teknolojilerin denetimin daha derine sızmasını kolaylaştırdığını söylerken (Lyon, 1997: 61) modern toplumların sadece bilgi toplumu değil aynı zamanda birer gözetim toplumu olduğunu ileri sürmektedir (Lyon, 1997: 305). Gözetim toplumu ile

ilgili yapılan en çarpıcı ve kapsamlı incelemelerden biri, postmodern kuramın en başta gelen isimlerinden biri konumundaki Michel Foucault tarafından dile getirilmiştir. Gözetim toplumunu anlatmak için İngiliz filozof ve toplum kuramcısı Jeremy Bentham'ın 1700'lerde tasarlamış olduğu hapisane mimari modeli olan panoptikon'u kullanan Foucault gözetimi yalnızca organizasyonlar bağlamında değil, toplumun geneline etki eden daha geniş bir disiplin şeklinde analiz etmiştir. Foucault'ya göre, "özgürlüğü keşfeden Aydınlanma Çağı, disiplinleri de keşfetmiş ve modern toplum bir anlamda gözetim ve disiplinin egemen olduğu bir toplum haline gelmiştir" (Foucault, 2013: 245-85). Aynı konuda biraz daha kötümser olan Mark Poster, yine panoptikon'dan yola çıkarak ortaya koyduğu ve günümüz bireylerinin gönüllü olarak oluşturduğunu düşündüğü süperpanoptikon modelini "duvarsız, penceresiz, gözetleme kulesiz bir gözetim yeri" olarak tanımlar. Yani panoptikon ve süperpanoptikon ayrıştırmasını yaparken birincinin klasik anlamda hapsettiğini süperpanoptikonun ise bir noktaya kadar serbest bırakıp izlediğini belirtir (Çakır, 2014: 396). Bir hegemonya kavramı olarak iktidarı, salt siyasi iktidar biçiminde algılayan sığ yaklaşımı aşır, adeta gündelik yaşamın her anında var olan ve insan vücudunun en ücra noktalarına dahi nüfuz etme kabiliyeti olan bir olgu olarak ele almak gerektiğini ifade eden Foucault'ya (Foucault, 2012: 23) hak vermemek mümkün değil.

İKİNCİ BÖLÜM

ANTONIO GRAMSCI VE İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA HEGEMONYA VE SİVİL TOPLUM TARTIŞMALARI

2.1. Hegemonya Kavramının Tarihsel Kökeni

Avrupa dillerinde kullanılan pek çok sözcük gibi “hegemonya” kelimesinin de Antik Yunan ve Roma’ya uzanan kökleri vardır (Gökten, 2013: 19). Bu kavram Antik Yunan’da bir devletin diğerleri üzerindeki tahakkümünü veya liderliğini ifade etmekte, coğrafi olarak merkezileşme veya yayılma anlamına gelecek şekilde kullanılmaktadır. “Hegemonya kavramı, köken olarak Antik Yunan’da bir devletin askeri ve politik liderliği anlamında kullanılmış ve dört temel unsurla ifade edilmiştir. Bu unsurlar; a) bir tarafta hegemon veya lider bir devlet ve diğer tarafta onun müttefiki olan birbirinden bağımsız devletlerden oluşan ikili yapı, b) yapının tam bir bütünlük arz etmeyip polis devletlerinden oluşması c) bu polis devletlerinde her bireyin ortak çıkarlarla birbirine bağlı olması ve d) hegemonyanın analitik olmaktan çok tarihsel bir eğilime sahip olmasıdır” (Gökten, 2013: 20). Antik Yunan’da hegemonya tanımı yapılırken bu kelimenin bir devletin üstün bir savaşçılık deneyimine sahip olması ve otoriteyi kendi elinde tutması sonucunda da diğer devletler üzerinde diplomatik ve askeri denetim kurması biçiminde tanımlanması sonucunda kavram sadece askeri güç ifadesine indirgenmiş ve son derece önemli olan iktisadi ve ahlaki boyut gözardı edilmiştir.

Bu kavram siyasal anlamıyla 1890’larda Plehanov tarafından Rus işçi sınıfını analiz ettiği çalışmalarda kapitalist toplumlarda işçi sınıfı ve köylüler üzerinde henüz yeni kurulmaya başlayan burjuva egemenliğini belirtmek amacıyla kullanılmıştır (Anderson, 1988: 30). Daha sonrasında Gramsci tarafından içeriği

geliştirilen bu kavram günümüzde iktisadi, toplumsal, kültürel ve ahlaki unsurları da bünyesinde bulunduracak şekilde genişletilmiş ve bu unsurlara ilave olarak baskı ve rıza da içeriğe dâhil olmuştur (Çoban, 2013: 51).

Hegemonyanın çok genel bir ifadeyle iki farklı anlam taşıyacak şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bu kullanımların birincisinde hegemonya ifadesi, ekonomik güçten çok askeri ve politik bir güç bağlamında ele alınmaktadır. İkinci kullanımdaysa birbirinden ayırt etmenin çok güç olduğu hegemonik güçlerin bir tür benzerlikler sıralaması dâhilinde birbirlerini takip ettiği ve hegemonyanın bu iki güç arasında el değiştirdiği savunulmaktadır (Gökten, 2013: 22).

Günümüzde literatürde hegemonya konusundaki tartışmalar Antonio Gramsci merkezinde yapılmaktadır çünkü Gramsci kavramı kuram düzeyine çıkarmış, yeni kavramlar eklemiş, içerik olarak zenginleştirmiş ve pek çok sosyal sorunun bu kuram bağlamında tartışılmasını olanaklı kılmıştır. Hegemonya esas olarak, bir toplumda tahakküm kuran konumdaki hâkim ya da yönetici sınıfın mevcut iktidarını yönetilenler nezdinde doğal ve meşru göstermesi ve buna paralel olarak kendi sınıfsal çıkarlarını herkesin ortak çıkarları gibi ifade etmesi durumudur. Bu kavram Antonio Gramsci tarafından kapitalist bir toplumda, yönetici sınıfın ideolojisini kitlelere genellikle güce hiçbir şekilde başvurmaksızın empoze edişini açıklamak amacıyla kullanılmıştır. Marx'ın tarihsel materyalizm analizlerinde kullandığı hegemonya kavramı sonrasında Antonio Gramsci sayesinde çok daha büyük bir anlam ve içeriğe ulaşmıştır.

Gramsci, sivil toplumun burjuva hegemonyası sürmesi anlamında en önemli araç olarak öne sürerken, hâkim sınıfların kurmuş olduğu tahakkümün, güç kullanımı ya da doğrudan denetim yoluyla değil, bağımlı sınıf ya da toplulukların gönüllü olarak sunduğu toplumsal rızayla sağlanır. “Hâkim sınıf alternatif bakışları, farklı söylemleri dışlar ya da marjinalleştirirken, belli düşünce ve bakışlar üretip onları

yerleşik hale getirir. O, burjuva kapitalizminin inanç sisteminin, söz konusu ideolojinin ilkelerini kitleler için özlenen idealler olarak veya şeylerin doğal düzeni diye takdim eden sanatlar ve kitle iletişim araçları tarafından iletildiğini savunur” (Akarsu, 2010: 112).

Raymond Williams hegemonyayı şu şekilde tanımlar:

“Hegemonya kavramı egemen sınıfın geliştirdiği ve yaydığı eklemlenmiş ve biçimsel anlamları, değerleri ve inançları dışlamaz. Yalnızca bunların bilinçten farklı olduğunu kabul eder, yani bilinci bu değerler ve anlamlara indirgemez. Tersine egemen olma ve boyun eğme ilişkilerini pratik bilinç ve tüm yaşama sürecinin yoğunlaşması olarak ele alır. Dolayısıyla hegemonya artık ne yalnızca ‘ideolojinin’ üst düzeyi ne de ideolojinin çoğunlukta ‘idare etme’ ya da ‘beyin yıkama’ olarak görülen denetleme biçimleridir. Hegemonya yaşamın tümünü kapsayan pratikler, beklentiler bütünüdür. (Bizim enerji duyularımız kendimizi ve dünyamızı biçimlendiren algılarımız. Hegemonya pratikler olarak yaşantılandığında doğrulayıcı görünen anlamlar ve değerler dizgesidir. Dolayısıyla da toplumda birçok insan için gerçeklik duygusu, toplumun çoğu üyeleri için yaşantılanan gerçekliğin ötesine geçmek çok zor olduğu için, yaşamlarının birçok alanlarında mutlak bir duygu oluşturur.) Başka bir deyişle bu en güçlü anlamıyla bir ‘kültür’dür, ama belirli sınıfların yaşanmış egemenliği ve boyun eğmesi olarak görülmesi gereken bir kültür (Williams, 1990: 88-89).”

Gramsci’ye göre “siyasetin ve ideolojinin tüm dalgalanmalarını ekonomik yapının dolaysız bir ifadesi olarak sunmak ve böyle açıklamak ilkel bir çocukluktur ve bununla teorik düzeyde mücadele etmek gerekmektedir. Siyaset ve ideoloji gibi üst-yapı ögeleri olmaksızın üretim ilişkilerinin değişmesi beklenemez zira sosyal grupları siyasal ve ideolojik düzeyde örgütleyen ve onların bilinçlenme şekillerini koşullandıran bu üst yapı ögeleridir” (Vergin, 2008: 85, 86-88). Buna göre devlet,

toplumu açık bir biçimde ifade edilmeyen bir ideoloji aracılığıyla idare etmektedir ve bu, ideolojide toplumu oluşturan bireylerin büyük çoğunluğunca içsel hale getirilmiş değerler silsilesine dayanmaktadır. Başka bir deyişle devlet tek başına basit bir baskı aygıtı olarak işlev göstermez. Bastırıcı boyutu ve siyasal iktidar üzerinden sağladığı egemenliğine ek olarak, devletin kesinlikle hesaba katılması gereken kültürel iktidarı aracılığıyla sahip olduğu bir ideolojik hegemonyası da mevcuttur.

2.2. Hegemonya Kuramında Sivil Toplum Kavramının Yeri

Gramsci'nin yukarıda anlam olarak kısaca bahsedilen Hegemonya kavramına getirdiği yeni bakışa geçmeden önce bu bakışın dolayımını oluşturan “sivil toplum” kavramını ele almak ve sivil toplum kavramının gelişme süreçlerine göz atmak gerekiyor.

2.2.1. Onsekizinci Yüzyıl'ın Ortalarına Kadar Sivil Toplum Yaklaşımı

Sivil toplum ile ilgili pek çok tanım mevcut ve bunlar içerisinde en bütünsel olanı Pierson tarafından yapılan “sivil toplum, devletin idari teşkilatlanmasının dışında, özerk, gönüllü, bir hukuk düzenine tabi olmakla birlikte kendi iç düzenini kendisi belirleyen, toplumsal yaşamın organize bir bölümü olarak tanımlanabilir (Pierson, 2004: 51)” şeklindeki tanım. Kuşkusuz sivil toplum kavramı sanayi sonrası toplumunun kavramıdır. 18. yüzyılın ortalarına kadar devlet ile sivil toplum arasında bir ayırım dile getirilmiyordu. Zira o zamana kadar yönetenler tanrının hükmüyle hareket eden ve adeta gökten inmiş yetki ve imtiyazlarla tebayı yönetmek üzere görevlendirilmiş olan prensler, krallar, padişahlar ve imparatorlardı. 1789 Fransız İhtilali sonrasında gelişen yenilikçi ve toplumcu hareketler neticesinde o zamana kadar yönetilen olarak konumlandırılan ve yönetme anlamında hiçbir hakka sahip olmayan halk, siyasal anlamda bazı haklara kavuşmuş ve o hakların savunucusu ve garantörü olarak da o dönemin sınıflı toplumunun yönetsel aygıtı konumundaki modern devlet ortaya çıkmıştır.

“Kapitalist üretim ilişkilerinin gelişmesi ile eş zamanlı olarak modern devletin ortaya çıktığı söylenebilir (Boztemur, 2006: 161)”. Ulus-devlet olgusunun ortaya çıkma sürecinin temelinde ekonomik bağımlılık mekanizmalarının gelişmeye ve merkezi-ulusal devlet şekillenmelerinin kurulmaya başlaması yatmaktadır. “Sivil toplum kavramı Batı toplumlarının gelişim sürecinin ve Batı siyasal geleneğinin içinde ortaya çıkıp gelişmiştir. Aynı gelenek içinde siyasal-yönetimsel sistem, demokrasi ve demokratikleşme arayışlarının birçok ana temasını çevreleyen, onlara yol gösteren bir kavramdır. Kavramın düşünsel temelleri, Antik Çağda Aristo ve Çiçero, Orta Çağda Thomas Hobbes, John Locke, Montesquieu ve J. J. Rousseau’nun eserlerinde yer verdikleri devlet-toplum ilişkileri bağlamında incelenebilir” (Kabasakal, 2008: 10). Bahsedilen düşünürlerin biçim verdiği düşünce geleneği, Batı toplumlarının yaşadığı Aydınlanma çağına kadar tüm kavram ve kuramlara açıkça yön vererek egemen hale gelen gelenek biçiminde varlığını sürdürmüştür.

2.2.2. Thomas Hobbes’ta Sivil Toplum Yaklaşımı

İşte bu noktada Thomas Hobbes, insanın doğal hayat dahilinde sürekli bir kavga, mücadele ve birbiriyle rekabet içinde olduğunu, bunun sonucunda da ölüm korkusu ve güvenlik gereksiniminin ortaya çıktığını, bu ihtiyaç ile ortaya çıkan devletin özünün tüm haklarını bir kral veya kendisini temsil eden bir meclise devrederek, kolektif otoritenin bir toplumsal sözleşmenin sonucunda temsili olarak tek bir kişide toplanmasıyla oluştuğunu belirtir (Hobbes, 2017: 33). Bu model kapsamında ele alınan sivil toplum, sonradan kurulmuş ve kurumsal yapısını bu süreçte kazanmış bir toplumdur ve insanlar arasındaki sosyal sözleşme sonucunda ortaya çıkan şey bir toplum değil bir devlettir. Hobbes, bahsedilen sözleşmenin sonucunda ortaya çıkan devletin özünü tanımlamak için şu sözleri kullanır: “büyük bir topluluğun üyelerinin birbirleriyle yaptıkları ahitlerle, her birinin huzur ve sükunu

ve ortak savunmaları için, içlerinden birinin, onun uygun bulacağı şekilde, hepsinin birden gücünü ve imkanlarını kullanabilmesidir.” (Hobbes, 2017: 36).

Hobbes, ortaya atmış olduğu “toplumsal sözleşme” kuramıyla sivil toplum ve devlet arasındaki ilişkiyi ortaya koysa da sivil toplum ile siyasal toplum ayrımını net bir biçimde yapmaz. Hobbes sivil toplum ve devlet ilintisini betimlemek için “doğa durumu” açıklamasından yararlanır. Hobbes’un getirmiş olduğu “doğa durumu” kavramına yüklediği anlam hem bireylerin kendi aralarında hem de devlet ve bireyler (toplum) arasında olan savaş, kargaşa ve kaosu ifade eder. Hobbes “bireylerdeki bencil, saldırgan, rekabetçi ve savaşçı davranışın ancak güçlü bir devlet otoritesi altında oluşturulacak toplumsal sözleşme ile sona ereceğini” vurgulamıştır (Hobbes, 2017: 77). Bu toplumsal sözleşme ile birlikte bireyler sahip oldukları haklarını aslında devlete devrederler. Hobbes’a göre “devlet, bireylerin kendi kendini koruma anlayışını bir tarafa bırakarak herkesin güven ve huzurunu sağlayacak bir kişi veya meclisi görevlendirmek amacıyla karşılıklı ve kendi iradeleriyle sözleşmeleri sonucu ortaya çıkmıştır” (Hobbes, 2017: 78). Devleti mutlak egemen bir güç olarak ifade eden Hobbes; “sivil toplum”, “siyasal toplum”, “politik düzen”, “devlet” kavramları arasında belirgin ve keskin ayrımlar yapmaz.

2.2.3. Hegel’e Göre Sivil Toplum

Önceleri, toplumsal sözleşmeyi savunan filozofların yorumuyla doğal halinden çıkıp, bir siyasi otorite temelinde biraraya gelmek şeklinde ifade edilen sivil toplum kavramı, bu haliyle devletle özdeş kılınmıştı. Zamanla bu özdeşlik yerini, “devlet-sivil toplum” ikiliğine bıraktı. Bu yaklaşımın en net ifadesi Hegel’in görüşlerinde mevcuttur. Hegel’in dile getirdiği sivil toplum, “özel” çıkarlar ile “evrensel” çıkarların birbiriyle uzlaştırılmaya çalışıldığı bir buluşma noktası olarak değerlendirilir. “Bu haliyle sivil toplum, aile ile devlet arasında yer alan bir sosyal alan olarak belirlenirken özel kişiler, gruplar ve faaliyetleri hukuk tarafından

düzenlenen, bu nitelikleriyle de devlete doğrudan bağlı olmayan kurumlardan oluşan bir yapı” olarak tarif edilir (Neocleous, 2015: 18).

Hegel sivil toplum - devlet ayrımını net bir şekilde ortaya koysa da devlet için, sosyo-ekonomik yaşamın düzenlenmesi ve toplumun kontrol altında tutulması anlamında geniş bir hareket alanı tanımlamaktadır. Buna göre Hegel devleti; sosyal eşitsizliğin, adaletsizliğin giderilmesi ve toplumdaki temel hak ve özgürlüklerin görünür hale getirilmesi açısından bir araç olarak ortaya atmaktadır. Hegel 19. ve 20. yüzyıllardaki refah devleti ve liberal yaklaşımların büyük önem atfettiği sivil toplum olgusunu, “devletin yetkilerini sınırlayan kavram” olarak değil aksine devlete bağlayan bir olgu olarak ele almıştır.

2.2.4. Marx’ın Sivil Toplum Yaklaşımı

Hegel’in devlet-sivil toplum tezlerinden yola çıktığını kabul etmekle birlikte onun yaklaşımını ters çeviren Karl Marx ise “sivil toplum-devlet ilişkisini tarih sahnesinden hiçbir zaman silinmeyecek perspektifi olan alt yapı (üretim biçimi ve sosyo-ekonomik ilişkiler) üst yapı (din, sanat, kültür, ahlak vb.) zeminine taşımıştır. Marx’ın toplumsal kuramlarının özünde alt yapının üst yapıyı etkilediği ve oluşturduğu ancak bu etkileşimin tek taraflı olmadığını vurgusu yapılıdır. Hegel’de ise durum tam tersidir. Hegel devleti sivil toplumu kontrol altında tutan aygıt olarak görürken Marx sivil toplumun devleti kontrol ettiğini belirtir” (Elgür, 2016: 74). Marx sivil toplumu, siyasi alan dışı bir sosyal alan olarak tarif etmektedir. Marx’ın sivil topluma dair görüşleri onun herşeyi açıklamak için kullandığı ekonomi-politik merkezli yaklaşımının ürünleridir. Marx, sivil toplumu artı-değer sömürsünün gerçekleştiği, sınıfsal bölünmelere göre biçimlenen bir alan olarak betimler (Neocleous, 2015: 29-30).

“Marx’a göre sivil toplumun resmi eşitlik ve özgürlük alanının, kabaca özel sermayenin kontrolünü elinde tutanların, bu kaynaklardan yoksun olanların, iş

gücünü sömürmekte serbest oldukları bir sosyal düzeni tanımlamaktadır. Marx, Hegel'in aksine, ilişkide belirleyici ve hâkim ögenin devletten ziyade sivil toplum olduğunu dile getirir, fakat devletin sahip olduğu güçlerin artmasıyla bu sorunun üstesinden gelinemeyeceğini ileri sürer” (Neocleous, 2015: 32). Bu yüzden ideal toplumda devletin yetkileri sınırlıdır ve ortak amaç etrafında bir araya gelmiş topluluklardan oluşan toplumda bir süre sonra devletin tüm yetkileriyle birlikte kendiliğinden ortadan kalkacağını belirtir.

2.2.5. Tocqueville'in Sivil Toplum Yaklaşımı

Tocqueville, toplumsal siyasetin tek başına devlet tekelinde olmadığını belirtir ve ABD örneğinden yola çıkarak siyasi toplumun içerisinde şekillendiği bir sivil toplum tasviri yapar. Tocqueville ve sivil toplumu analiz eden diğer kuramcılar arasındaki en temel fark günümüzün refah devleti sonrasına tekabül eden liberal demokrasilerinde var olduğu ileri sürülen sivil toplum yaklaşımına temel oluşturmasıdır. “Tocqueville devletten ve siyasal sistemden bağımsız örgütlenmelerin, toplumsal örgütlenmeler ve derneklerin sivil toplumu oluşturduğunu belirten ilk devlet düşünürüdür. Tocqueville’de; devletten bağımsız, çoğulcu ve öz örgütlü bir sivil toplum, demokrasinin olmazsa olmaz koşuludur” (Keane, 1994: 82).

Bu noktada Tocqueville, ortak çıkarlar dahilinde bir araya gelen yurttaşlar tarafından oluşturulan gönüllü birliktelikler, örgütlenmeler ve bu çerçevede ortaya çıkan dernek türü yapıların devlet dışı organizasyonlar olarak sivil toplumun nüvesini oluşturduğunu belirterek bu oluşumların demokrasi açısından ön koşul olduğunu vurgulamıştır. Tocqueville, esas olarak sivil toplumu katılımcı demokrasinin ön koşulu haline getirerek günümüz sivil toplum anlayışının liberal düşüncede temel bulmasını sağlamıştır. Tocqueville’e göre “sivil toplum çoğulcu örgütlenmeler sistemi diyebileceğimiz ve ihtiyaçlara çözüm bulabilmek, devletin baskıcı davrandığı durumlarda müdahale edebilmek, demokrasinin korunmasını

sağlamak gibi faaliyetleri içeren esasen toplumun kendini korumak adına oluşturduğu bir güvencedir” (Yetiş, 2005: 14).

2.2.6. Antonio Gramsci'nin Sivil Toplum Yaklaşımı

Marksist gelenekten gelse de, Antonio Gramsci'nin ileri sürdüğü sivil toplum kuramında temel olarak Hegel'in görüşlerini kullanır. Gramsci'nin Hegel yorumunda esas olarak Marx ve Engels'e dönük üstü kapalı bir eleştiri de mevcuttur. Bunun ötesinde, Gramsci sivil toplum kavramına tamamen Marksist bir bakışla yaklaşırsa da, kendine özgü bir sivil toplum anlayışı ortaya koymuştur (Bobbio, 1982: 22). Gramsci, sivil toplumun, sadece ekonomik ilişkilerden ibaret bir alan olmadığını vurgular, sivil toplum alanındaki meselelerin öz itibarıyla siyasi olduğu saptamasını yapar ve bunu “devlet = siyasi toplum + sivil toplum” formülüyle açıklar (Gramsci, 1986: 19).

Gramsci, sivil toplumu üç bölüme ayırarak bir yeniden kavramlaştırır. Bu kavramlaştırmaya göre sivil toplum, (yalnızca zorlayıcı bir idari aygıt olarak düşünüldüğünde) siyasi toplumun (ya da dar anlamda devletin) karşısında yer almakla kalmaz, ailenin özel alanı ve ekonomik ilişkilerin de dışında yer alır. Gramsci bu yaklaşımıyla Marx'dan ayrılırken Marx için sivil toplum daha çok, kamusal alanda etkin olan ekonomik faaliyetler olarak görülür. Gramsci ise sivil toplumun siyasi yönünü daha fazla ön plana çıkarır. Gramsci'ye göre, sivil toplum alanındaki meseleler aynı zamanda siyasi anlam taşır (Gramsci, 2009: 27). Sivil toplum yalnızca ekonomiye ilişkin sözleşmelerin yapıldığı, üretim sonucu elde edilen ürünün paylaşıldığı bir alandan ibaret sayılamaz. “Sivil toplumda partiler, dini gruplar, iletişim organları vb., kitlelerin siyasi kimliklerinin biçimlenmesinde, sivil toplumun kendi kurumsal yapısının ve sınırlarının belirlenmesinde etkin olur; bu yolla, siyasi görüşlerin düzenlenmesine ya da siyasi fikirlerin bir anlam kazanmasına katkıda bulunur. O halde, Gramsci, sivil toplumun yalnızca ekonomik faaliyetlerle

sınırlanmayacağını söylemekte, onu geniş anlamda devletin bir parçası olarak görmektedir (Gönenç, 2001: 37).”

Gramsci'ye göre, sivil toplum devletin temsil ettiği resmi ilişkiler dışı gelişen, üretim etkinliği haricinde kalan ve özel alan olarak bahsedilebilecek olan felsefi, edebi, sanatsal, kültürel vb. partiler ve basın gibi örgütlenme ve birlikler gibi kurumların tümünü içerisine almaktadır. Sivil toplum, toplumsal pratikler alanıdır ve temel olarak entelektüel ve moral düzlemde ideolojinin pratikteki hareket etme alanıdır. “İdeoloji, sadece üstyapısal alanda işleyen toplumsal bir pratik olmaktan çok, üretim süreçlerinin şekillenmesinde işlevsel olan, bu sayede altyapı ile üstyapının uyumunu sağlayan temel toplumsal pratiktir. Kapitalist toplumda, hegemonik sınıf bir krize girecektir. Rızaya dayalı sistem çökmeye başladıkça, egemen sınıf da sertleşecek, baskıya dayanacaktır. Organik kriz, sistemin temeliyle ilgilidir” (Gramsci, 2009: 81). Kriz kaçınılmaz olarak kronik hale gelmiş bir boyuta ve yapısal bir niteliğe sahiptir.

Gramsci'nin bu konudaki önemi, Hegel ve Marx'ın analizlerinde ifadesini bulur ve tek taraflı bir etkileşimi ifade eden alt yapı üst yapı ilişkisini karşılıklı bir etkileşim bağlamında ele alarak Marx ve Hegel'i kendi ortaya atmış olduğu sivil toplum kuramında buluşturmuş olmasıdır. Gramsci, sivil toplumu tarif ederken onu tek başına bir ekonomik ilişkiler ağı şeklinde ifade etmeyen ve ideal sosyalizme giden yolda bir izlek şeklinde tarif eder. Ona göre, sivil toplum, devletin ideolojik ve kültürel hegemonya alanındadır ve sivil toplumun bu alana denk düşerek devletin bir parçası olduğunu görmek gerekir. Gramsci tam da bu noktada devletin ikna edici rolü ile birlikte siyasal toplumun sivil toplum içinde zamanla eriyeceğini, buna paralel olarak devletin de ortadan kalkacağını ve demokratik toplum inşasının bu şekilde gerçekleşeceğini öngörmektedir (Gramsci, 1986: 76).

2.2.6.1. Gramsci'nin 'Sivil Toplum' Tanımı Konusunda Marx'tan Farklılıkları

Gramsci'nin sivil toplum kavramı Marx tarafından dile getirilen sınıf temelli devlet açıklamasından bir miktar farklıdır zira Gramsci sivil toplumu nitelerken onu ekonomik niteliklerinden bağımsız olan, değişik düşünce ve yaşam tarzlarının açığa çıkmasına olanak tanıyan ve kendiliğinden rızanın yeniden üretildiği özgül bir üstyapısal uğrak işlevi gören bir yapı şeklinde ifade eder. “Politik toplum ve sivil toplum kavramlarına yönelik analitik ayrıştırma sistemi, sınıfsal egemenliğin yeniden üretiminde zor ve rıza ya da hegemonya ve tahakküm ilişkilerinin örgütlenmesine yardımcı olur. Sivil toplum, özsel olarak ikna, kendiliğinden rıza, oydaşma, hegemonya ve entelektüel ahlaki liderlik işlevleriyle nitelenirken; politik toplum ise, bu işlevlerin diyalektik karşıtı olan zor, tahakküm ve diktatörlük ile özdeşleştirilir” (Morton, 2011: 66).

Gramsci'ye göre sivil toplum dahilindeki bireylerin biçimsel boyutta özgür ve eşit bileşenler olmalarına ve devlet bir araya gelmiş tüm bu bireylerin birliği üzerinde hakimiyet kurmuş egemen ve sınıfsız bir kurum şeklinde varlığını sürdürmesine rağmen, bu birliği bir arada tutan ideoloji zorunlu olarak sınıfsal hâkimiyetin yeniden üretilme gereksinimiyle üst-belirlenir. Yani, devlet, kapitalist üretim biçiminin egemenliğindeki bir toplumsal bir araya gelişin bu bir aradalığını sağlarken, bir boyutuyla sınıfları ekonomik sınıf mücadelesinden yalıtıp bu sınıfları o topluluğu meydana getiren eşit ve özgür bireyleri oluşturacak biçimde inşa edip, diğer boyutuyla da kendisini tüm bu sınıflar karşısında tarafsız bir yapılanma şeklinde konumlandırır. Bu durum da devletin o toplumu oluşturan tüm sınıflar karşısındaki tarafsızlığını pekiştiren bir durumdur (Hanifeoğlu ve Yetiş, (2013: 181).

2.3. Antonio Gramsci'nin Hegemonya Kuramındaki Genel Tartışmalar

2.3.1. Gramsci'de Hegemonya Kuramının İçeriği

Birçok Marksist ve post-Marksistin temel dayanak noktalarından biri olan Gramsci, Sovyet ekolünün hariç tutulduğu Batı Avrupa Marksizmi içerisinde ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Gramsci'nin yaklaşımı, sınıf çelişkisi içinde yer alan aktörlerin ideolojik ikna gücünü vurgulayabilmeye olanak sağlamaktadır. Gramsci bir toplumsal sınıfın diğeri üzerindeki hâkimiyetini tarif etmek için “hegemonya” kavramını kullanır. Üstelik Gramsci hegemonya analizini yaparken tek başına siyasal ve ekonomik bir kontrolün ifadesini belirtmez, diğeryandan egemen sınıfın kendi dünya görüşünü, ezilen sınıfın görüşü olarak bir kabul ettirme anlayışı ve aynı zamanda alt yapı ve üst yapının organik ilişkililiği bağlamında bir kavram olarak da kullanır. Yani, aslında Gramsci'de hegemonya kavramının birçok farklı kullanımı mevcuttur. Bu bazen doğrudan zorla empoze etmeyi bazen de medya araştırmalarında çok sık kullanılan “rıza üretimini” ifade edecek şekilde egemen olan ile ezilen sınıf arasındaki karşılıklı kabul ve etkileşimi açıklar (Anderson, 1976: 12). “İdeolojik egemenlik ve boyun eğdirme bir soyutlama içerisinde değil, yaşamsal bir önemi olmakla birlikte her zaman sınıfların ve sınıf bölümlerinin tüm düzeylerdeki - ekonomik, siyasal ve ideolojik ilişkilerinin bir görünümü olarak anlaşılmaktadır. Hegemonya kavramı Gramsci tarafından sınıflar arasındaki bu ilişkileri irdelemek için ortaya konmuştur.” (Hall, 1999a: 86)

Her ne kadar hegemonya ve tahakküm arasında diyalektik bir karşıtlık ilişkisi bulunsa da temelde “zor” ve “rıza”, “tahakküm” ve “hegemonya” yan yanadır. Devlet aygıtının zorlamalarına karşın ekonomik ilişkilerin yeniden düzenlenmesini sağlayan hegemonya, bir taraftan zor kullanımını geri plana iterken diğeryaraftan onun gizlenmesini de sağlar. Egemen sınıflar, uzlaşmaz bir karşıtlık içinde olduğu alt-sınıflar ve kendisine tabi olan tüm toplumsal kesimler üzerinde hem baskı araçlarıyla (kolluk kuvvetleriyle zor uygulama, üretim araçlarının mülkiyetini elinde bulundurma) tahakküm uygular hem de ittifak kurduğu, yönlendirdiği ve

liderlik ettiği toplumsal kesimleri sürecin içerisine dahil ederek, etkisi altında tuttuğu ideolojik aygıtlar (medya, sanat, din gibi st-yapı kurumları) zerinden tüm toplum üzerinde hegemonya kurar. Böylece devlet, ordu ve polis gibi zor aygıtlarının gerekli durumlarda hegemonik sistemi tekrar sağlamak, statükoyu korumak ya da mevcut durumu kabullenmeyip direnenleri baskı altında tutabilmek için gelecekte kullanmak amacıyla saklar (Gramsci, 1986: 278).

Hegemonya, Gramsci'ye göre, toplumun tüm kesimleri ve bileşenleri üzerinde belirli düzeyde bir üstünlük sağlama biçimidir. Bu stnlk, aile, eğitim, sanat, din, gündelik hayat gibi tüm toplumsal örüntüleri kapsar. Egemen olmayla hegemonik olmayı birbirinden ayırmak gerekir. "Hegemonya, kapitalist bir ekonomik sistemde temel bir sınıfın diğer müttefik sınıfları yanına alarak, karşıt ve tabi sınıf ya da sınıflarla arasındaki mücadele pratiği içinde ulaşılan ve nihai olarak da sistemin bir bütün olarak yeniden üretimini olanaklı kılan bir ideolojik sentezdir" (Hall, 1999a: 88).

2.3.2. Gramsci'ye Göre Kitle İletişim Araçlarında Rıza retimi

Gramsci, hegemonyanın rıza boyutunu ele alırken tahakkümü tam olarak göz ardı etmez. Bunun tam tersi, devletlerin her ihtiyaç duyduğunda elinin altında tuttuğu polis ve asker gibi baskı araçlarına ve onun çıkarları doğrutusunda yasalar yapan veya düzenlemeler getiren diğer kurumlara başvurabileceğini, hegemonya kurabilmesi için böylesi bir güvencenin şart ve zorunlu olduğunu ifade eder (Gramsci, 1986: 221). Gramsci'nin hegemonya kuramı konjonktürel nitelikler içermesi temelinde önemli imkânlar da yaratmaktadır. Ona göre, kamuoyu durağan değil sürekli değişen bir şeydir ve Kitle iletişim araçlarını rızanın üretiminde başat faktör olarak görür. Kitle iletişim araçları rızanın üretiminde uzlaşma gerçekleştirerek hegemonyayı korur (Hall, Lumley ve McLennan, 1985: 41). Buna göre tüm gücü ve bunu istediği zaman kullanma yetkisini elinde tutan egemen

sınıflar, kendi içlerinde de ayrışmalara sahiptir ve bu sınıflar aralarında zaman zaman farklı davranma vge hatta bölünmüşlük olduğunu ifade eder (Gramsci, 1986: 222).

“Modern iletişim araçlarının mülkiyeti de geniş ölçüde bu sınıfın ya da sınıfların elinde olduğundan, üretilen rızaya da fazlaca bir güç ve iktidar payesi atfetmemek gerekir. Çünkü bahsedilen egemen güçlerin de kendi yaşam alanları için gerekli olan paradigmlar içinde ideolojilere ihtiyaçları vardır” (Köse, 2007: 135). Ünsal Oskay rıza üretiminde kitle iletişim araçlarının önemine büyük dikkat çeker. Oskay haberin kitle iletişim araçlarında sunumuyla ilgili “Okuduğumuz her haber, onlarca kişinin belirli bir iş bölümü içinde oluşturduğu bir üründür. Endüstriyel bir üründür. Bilinç endüstrisinin endüstriyel bir ürünüdür.” sözlerini kullanmaktadır (Oskay, 2001: 53). Buradan da anlaşılacağı üzere kitle iletişim araçları Gramsci’nin belirttiği anlamda rızanın üretimi açısından büyük önem taşır.

2.3.3. Gramsci’de Politik Toplum ve Sivil Toplum

Marx ve Gramsci, kendilerinden önceki düşünürlerin öne sürdüklerinden bağımsız olarak, “devlet” – “sivil toplum” arasındaki karşılıklı ilişkiyi “diyalektik çelişki” biçiminde ortaya koyarlar. Devlet, sivil toplum dahilinde ortaya çıkan eşitsizlikleri gidermek için bu alana çeşitli biçimlerde müdahalede bulunabilir. Ancak, Gramsci devletin bu alana yönelik müdahalesini analiz ederken Hegel’in devleti mutlaklaştıran ve sivil toplum durağındaki mevcut ilişkileri koruyan yaklaşım biçimiyle değil, en nihayetinde kendisini de sönmümlendirecek biçimdeki yeni bir “etik-politik” projenin temeli şeklinde dile getirir. Gramsci’nin bu anlamda takip ettiği düşünsel öncülleri göz önünde bulundurduğunda, tarihsel bloğun sadece iki kurucu ögesini temsil eden “temel yapı” ve “üstyapı” ögeleri tarafından oluşturulması biçiminde değil, buna paralel olarak üstyapısal düzeyde konum bulan “devlet” - “sivil toplum” ikiliğinin kuramsallaştırılması biçiminde tezahür ettiği görülür. “Ekonomik alandan siyasal alana diyalektik geçişi dikkate alan bir bakış

açısı, kuramsal düzeyde üretilen soyut gerçekliğin farklı düzeyleri arasındaki organik birliğin kurulmasıyla olanaklı hale gelebilir. Dolayısıyla, Gramsci, üstyapılar kurumunun iki önemli durağı şeklinde kurguladığı devlet-sivil toplum arasındaki ikiliği çatışkı (antinomy) olarak değil, diyalektik bir ikilik (dichotomy), yani karşılıklı ilişki mantığına uygun olarak ele almaktadır” (Portelli, 1982: 73).

Bir tarihsel bloğu meydana getiren değişik düzeyler arasındaki etkileşimin yapısal tezahürüne dönük yorumlar çok farklı düzeylerdeki tartışma eksenlerinin ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Buna göre “iki temel üstyapısal düzeyden biri olan sivil toplum özel diye adlandırılan organizmalar bütünü oluştururken ikincisi ise politik toplum ya da devlet şeklinde ifade edilir. Üstyapının bu iki düzeyi egemen grubun toplum üzerinde uyguladığı hegemonya işlevine, diğer yanda devlet ve hukuki hükümet aracılığıyla uygulanan doğrudan tahakküm ya da komuta işlevine karşılık gelir” (Yetiş, 2009: 131).

Üstyapının burada bahsi geçen iki farklı uğrağı arasında yapılan ayırım terminolojik bağlamda incelendiğinde “politik toplum” ve “sivil toplum” şeklinde iki farklı yapıya denk geldiğini söyleyebiliriz. Gramsci “politik toplum” terimini dar ve geniş biçimiyle iki farklı anlamda kullanır. “Politik toplum teriminin dar anlamda ifadesi sınıfsal üstünlüğün yeniden üretiminde zorlama (tahakküm/egemenlik, zor, baskı) işlevini yerine getiren kurum ve aygıtların yer aldığı devlet alanını oluşturur. Sivil toplum ise, sınıflar arasındaki hegemonik mücadelenin gerçekleştiği, devlet aygıtlarının kuramsal yapısının dışında kalan toplumsal ilişkiler, kurumlar/örgütlenmeler örüntüsüdür” (Bank, 2012: 38). Devletin dar anlamdaki tarifinde ifadesini bulan karşıtlık, “devlet” ve “sivil toplum” arasında ortaya çıkmaktadır. Bu durumda hegemonya (yönetim) sivil toplum tarafından, zor kullanma hakkı (egemenlik) devlet tarafından kullanılır. Sivil toplum ve devlet arasında bir karşıtlık mevcuttur ve bu temelde egemen sınıf, toplum üzerinde

hegemonya kurar, devlet ve hukuk temelinde kurduğu iktidarla da doğrudan egemenlik uygular.

Gramsci yapmış olduğu devlet analizinde öncülü Marx'tan farklılaşır. Örneğin Gramsci ekonomik niteliği arka planda olmakla birlikte değişik düşünce ve yaşam tarzlarının ön plana çıktığı ve kendiliğinden rızanın yeniden üretildiği özgül bir üstyapı uğrağını daha temelde görür. “Politik toplum ve sivil toplum kavramlarına yönelik analitik ayrıştırma sistemi, sınıfsal egemenliğin yeniden üretiminde zor ve rıza (hegemonya ve tahakküm) ilişkilerinin örgütlenmesine yardımcı olur. Sivil toplum, özsel olarak ikna, kendiliğinden rıza, oydaşma, hegemonya ve entelektüel ahlaki liderlik işlevleriyle nitelenirken; politik toplum ise, bu işlevlerin diyalektik karşıtı olan zor, tahakküm ve diktatörlük ile özdeşleştirilir” (Buttigieg, 1995: 17).

2.3.4. Gramsci’de Dar ve Geniş (Entegral) Anlamıyla Devlet Yaklaşımı

Dar anlamıyla devlet, sınıf egemenliğinin yeniden üretim sürecinde, kontrol altında tutulan bazı temel ekonomi mekanizmalarına ek olarak, zor ve baskı araçlarının da seferber edilmesiyle, tahakküm temelli siyasal iktidar pratiklerine kurumsal bir görünüm sağlanan aygıtların bir toplamını ifade eder. Her biri farklı işlevlere sahip ordu, polis, yargı, sivil bürokrasi gibi kurumsal/örgütsel organizasyonlar, mevcut toplumsal-siyasal düzenin sürdürülmesine dönük faaliyet yürüten devletin baskı aygıtlarını teşkil eder. Geniş anlamıyla devlet kavramı ise, siyasal hükümet ile özdeş görülen diğer durumdan farklı olarak, üstyapısal bağlamda analitik formüle edilen ikili ayrımın bütünselci bakışla tekrar bir araya getirilmesi bağlamında kullanılır. Gramsci tarafından entegral terimiyle açıklanan bu geniş (ya da diğer bir ifadeyle genişletilmiş) devlet kavramı, bir taraftan üstyapının iki boyutunun, diğer taraftan da bunlara karşılık gelen fonksiyonların bir araya gelişine

dayanır. Gramsci analitik bağlamda farklı ele aldığı bu iki boyutu tekrar birleştirir ve entegral devlet analizi üzerinden zor ve rızanın eşzamanlı bir sentezini yapar.

Gramsci tarafından dile getirilen sivil toplum teorisinde devletin ikinci görünümünü ifade eden bu kavram, biçimsel organizasyon süreçlerindeki tüm farklılıklarına rağmen, zor işlevini yürüten siyasi toplumu ve hegemonyanın ortaya çıktığı sivil toplum bir arada anlamlandırır. “Entegral devletin içerdiği denge, farklı oranlarda bile olsa zor ve rıza işlevlerinin uyumlu bir eklemlenme içinde bulunmasıyla sağlanan hegemonik oydaşmanın belirleyici olduğu bir sosyo-politik düzeni niteler. Böylece, devlet, birbiriyle yakından ilişkili, ancak analitik olarak ayrıştırılması gereken iki ayrı uğrağın sentezi olarak ortaya çıkar. Entegral devlet kavramı, Gramsci’nin karakteristik formülasyonu, politik toplum + sivil toplum ya da diktatörlük + hegemonya biçiminde özetlenebilir. Bir başka ifadeyle, devlet deyince yalnızca hükümet aygıtı değil, özel hegemonya aygıtı veya sivil toplum anlaşılmaktadır” (Hanifeoğlu ve Yetiş, 2009: 179).

Özetlemek gerekirse, Gramsci’nin dar ve geniş devlet tanımları birbirinin alternatifi olarak görülmemelidir. Gramsci burada “egemenlik” ve “hegemonya” kavramları arasında kuramsal bir kırılmanın varlığından bahseder. Gramsci, bir sınıfın siyasi anlamda egemen sınıf konumuna gelmeden önce de topluma yön veren konumda olabileceğini ve hatta bu görevi üstlenmesi gerektiğini düşünür. Gramsci’yi bu boyutuyla ele alan Poulantzas, egemen sınıfların ideolojik hegemonyasını sürdürmeyle ilgili üstyapıya yüklediği daha büyük önem bağlamında Gramsci ile birleşirken; hegemonyanın, sosyalist devrim sonrasında, ideolojik aygıtları elinde bulunduran devletin belirli bir zamana yayılmış dönüşümünün artık başarıyla tamamlandığı bir noktada kurulabileceği yönündeki, niteliksel bağlamda daha ileri bir aşamayı tarif ettiği ölçüde de Gramsci’den uzaklaşır (Poulantzas, 2006: 35).

2.3.5. Gramsci’ye Göre Aydınlar

Gramsci'ye göre aydınlar, temel toplumsal sınıflar karşısında bağımsız bir konumda değildir. Gramsci bu konuda “Bağımsız bir aydınlar sınıfı bulunmamaktadır” (Gramsci, 2009: 60) derken, aydınların, temel toplumsal sınıflar olmadan var olamayacağını tanımlar. Gramsci, aydınlara ideolojiyi yaratmak açısından çok önemli bir rol atfeder. Gramsci'ye göre geleneksel aydın kategorisine girenler hatalı bir yargıyla kendilerini toplumsal sınıflardan özerk bir konumda görürler. Bu kapsama giren ressam, filozof, yazar, din adamı vb. kendilerine hayat veren bir üretim tarzı bulunmadan varlıklarını sürdürürler. “Tarihsel anlamda can çekişen sınıfa bağılıdır ama yine de belli bir özgürlüğe sahipmiş gibi davranırlar. Zamanlarının çoktan geçmiş olduğunu gizlemek için idealist bir ideoloji üretirler” (Bekmen, 2008: 60). Olaylara yaklaşımları tarihselci bakıştır.

“Gramsci'ye göre Ortaçağ Avrupa'sındaki rahipler, felsefeciler ve bilim adamları örneğiyle somutlanabilecek geleneksel aydınlar, üretim şekilleri içinde ve dönüşüm sürecinin somut görünümleri bağlamında, bir önceki tarihsel bloğun kendi içinden çıkardığı temel bir sınıfın karşısında olan siyasal ve toplumsal biçimler açısından en karmaşık ve köktenci değişikliklerle bile kesintiye uğratılamayan bir tarihsel sürekliliği temsil eden entelektüel toplulukları niteler” (Ramos Jr., 1982: 9). Buna göre “bu kesimler uzun süre dinsel bir ideoloji, okul, eğitim, adalet, hayırseverlik, yardım çalışması vb. gibi belirli işler sayesinde gücü ellerinde tutmuştur” (Choudray, 1990: 742). Gramsci tarafından yapılan geleneksel aydın tarifi, bir klasik aydın imgesi taşır ve devlet veya egemen sınıf ile arasında bir bağa sahip değildir. Organik aydınlar bu anlamda üretim tarzında meydana gelen dönüşüme bağlı şekilde, sınıfın özel ihtiyaçlarına yanıt verme noktasında işlev sergileyen aydınlardır (Gramsci, 1986: 79).

Gramsci tarafından sosyolojik boyutta yapılan geleneksel-organik aydın karşılaştırmasında kullanılan organik aydın kavramı geleneksel aydın kavramının tam karşıtı olarak ifade edilir. Bu grupta yer alan aydınlar mevcut sistemin mutlak

doğruluğunu kabul ederek onun propagandasını yapan ve egemen sınıfın sahip olduğu ideolojinin yayılması için bir şekilde çaba gösteren aydınlardır. Bu gruba dâhil olan aydınların ne kadar organik olduklarında, üyesi oldukları örgütsel kurumun temsiliyetini üstlendiğini iddia ettiği sınıfa olan yakınlıkları belirleyicidir. “Kendi sınıflarının kolektif bilincini, ideolojisini, siyasal, toplumsal, ekonomik düzlemde dile getirirler. Aydınlar kilise, devlet yönetici blok adına işgörürken politik partiler, basın sayesinde temel sınıfların birinin kendiliğinden desteğini sağlamak için sürdürülen mücadelede öncü bir rol oynarlar. Hegemonyanın kuruluşunun farklı yolları olabilir: muhalif aydınları devşirme, tarafsızlaştırma, muhalif politik gündemi kendi gündemine aktarma bunun yollarından birisidir. Bir diğeri ise toplumun tümüne bilinç ve ahlaki anlamda liderlik yapar” (Herrera-Zgaib, 2009: 143-164).

2.3.6. Gramsci’de Egemenlik ve Hegemonik Kavramları

Yukarıdaki bölümde ele aldığımız gibi, Gramsci hegemonyayı rızanın örgütlenmesi biçiminde tanımlamaktadır. Hegemonyanın sağlanmasında rıza unsuru olarak ele alınan toplumsal kabulün elde edilebilmesi için bu meşruiyet zorunludur. Rızanın örgütlenmesi anlamında hegemonyanın, dayatma, baskı kurma, zorlama ve manipülasyondan ziyade daha hafif boyutlu bir yönlendirme, örgütleme, ittifak kurma ve önderlik etmeyi çağrıştıracak biçimde kullanıldığı söylenebilir. Gramsci tarihsel bloğu öz itibarıyla, “belirli bir zaman ve mekândaki, belirli bir altyapı-üstyapı bütünlüğü” olarak tanımlar (Gramsci, 1986: 39). “Bir yanda üretim ilişkileri ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan toplumsal sınıfları kapsayan bir altyapı, diğer yanda ise ideolojik ve siyasal öğelerden oluşan bir üstyapı söz konusudur. Hegemonya ise, bir seçkin grubun dayatması değil, ona tabi olan alt grupların, bu seçkin grubun değerleri ve önderliğini kabul etmesine ve bunun doğru olduğuna inanmalarına dayanmaktadır” (Anderson, 2007a: 71-72).

Gramsci, hegemonyanın kurulup sürdürülebilmesi için ideolojiye ve bunun da oluşumu ve toplumun diğer kesimlerine yayılması için entelektüellerin üstlendiği role büyük önem atfetmektedir. “Egemen” ise genel itibariyle siyasal, ekonomik ve kültürel anlamda yönetimin kurulması ve sürdürülmesine işaret ederken, liderlik ve önderliğe yapılan vurgu ise, belirli sınırlar dahilinde oluşturulan ittifakları göz ardı etmeden, baskın konumda olan kesimin politik, ahlaki ve entelektüel öncülüğü elinde bulundurmasına işaret eder.

Burada hegemonyanın salt baskı ve zoru ifade etmediği ve salt belli bir sınıfın çıkarlarının dayatılması olmadığı belirtilerek, gücün ve iktidarın ancak boyun eğenlerin rızasıyla kazanıldığı ifade edilmektedir. Bir başka deyişle, hegemonya, yönetici konumda bulunanların kendi varlıklarını sürdürebilmesi ve hâkimiyetini devam ettirebilmesi için, hakimiyeti altında olanların rızasını ve onayını elde etmesini sağlayacak farklı stratejileri bir araya getirmesini ve bu doğrultuda belli ittifaklar kurmasını ve bazı ödünlerde bulunmasını şart koşturmaktadır. Böylece, hegemonyanın, dayatma, manipüle etme, cezalandırma, disipline etme, baskı altında tutma ve kontrol etme durumundan ziyade, yönetme, yönlendirme, örgütlenme ve önderlik etme anlamlarını taşıdığı görülmektedir.

2.3.7. Gramsci’ye Göre Karşı-Hegemonya

“Hegemonya ideolojik bir mücadele içinde tanımlanıyorsa, o zaman karşı-hegemonyadan da söz edilebilir. Karşı hegemonya, yönetici sınıfın ihmal ettiği genel kültür alanında yürütülecek ideolojik ve siyasal yeniden anlamlandırmanın ürünü olabilir. Kültürün ihmal edilmiş değerleri, gelenekleri, konuşma biçimleri, ritüelleri karşı hegemonyanın kurulma alanıdır” (Bekmen, 2008: 61). Buna göre, işçi sınıfı da kendi hegemonyasını kurma noktasında mücadele etmek zorundadır. Tüm toplum çıkarlarının temsilciliğini üstlenmeli bu noktada entelektüeller de proleter bir karşı-hegemonya tesis etmelidir. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle sisteme karşı mücadele

yürütecek ve sonrasında da işçi sınıfının çıkarları doğrultusunda hareket edecek organik aydınlar haline gelecek yarı-aydınların devşirilmesi gerekir. Zor aygıtının ötesinde, iktidar rızaya da dayanır (Bekmen, 2008: 62).

Hegemonya konusunda detaylı yayınları olan Raymond Williams konuyla ilgili şunları söylemektedir:

“Hegemonya her zaman bir süreçtir. Bir dizge [sistem] ya da yapı değildir. Özgül ve değişen baskı ve sınırları olan yaşantılar ilişkiler ve etkinlikler bütünüdür. Pratikte hegemonya hiçbir zaman tek değildir. Herhangi somut bir çözümlemede görüldüğü gibi iç yapıları oldukça karmaşıktır. Ayrıca edilgen bir tavırla bir egemenlik biçimi olarak var olmaz. Sürekli olarak yenilenmesi, yeniden yaratılması, savunulması ve değiştirilmesi gerekir. Aynı zamanda kendi dışındaki baskılar tarafından sürekli olarak sınırlanır, değiştirilir ve sınanır. Dolayısıyla hegemonya kavramına pratiğin sürekli ve gerçek öğeleri olan karşı-hegemonya ve alternatif hegemonya kavramlarını eklememiz gerekir (Williams, 1990: 90)”.

2.3.8. Gramsci İçin Hegemonya Kuramında İdeoloji

Politik alanda, hegemonya kavramı, sınıflararasında tesis edilen bir siyasi ittifak stratejisi biçiminde ifade edilirken Gramsci hegemonyayı egemen sınıfın bir başka sınıfa egemenlik kurma pratiği olarak ele alır. Gramsci’ye göre, toplumsal sınıflara ait çıkarların ideolojik düzlemde temsil edilmesi olasıdır ve bu ilişkinin temelinde sınıfsal çıkarlardan hareket edilerek tarif edilebilecek bir dünya görüşü yatar. “İdeoloji artık negatif değil, pozitif ya da nötr bir kavram, ‘toplumsal sınıfların dünya görüşü’ olarak ele alınmaktadır. İdeoloji, temel toplumsal sınıfların çıkarlarını ifade ettikleri ve bu çıkarların dolayısıyla siyasal alanda kendilerini tanımladıkları bir temsiller düzeyine dönüşmüştür” (Ramos Jr., 1982: 9).

İdeoloji kavramı, Gramsci ile birlikte “toplumsal sistemin çatışmalı yapısını bir arada tutan ve temelde toplumsal sistemin kendini yeniden üretmesini sağlayan egemen ideoloji biçiminde ele alınmaya ve toplumsal yeniden üretim sürecinin bütünüyle kontrol edilebilmesini sağlayacak bir kavram” (Mouffe, 1979:5) anlamında hegemonya kavramı ile birlikte kullanılmaya başlanmıştır.

“Hegemonya, farklı ve karşıt sınıflar arasında çatışma ve uyumun yarattığı, doğrudan hiçbir sınıfın maddi çıkarlarına indirgenemeyecek bir sentez konumudur. Buna bağlı olarak, hegemonik mücadele içinde kurulmuş ideolojik öznelerin açık, gözlenebilir bir sınıfsal aidiyetleri olamaz. İdeolojik özneler ortaya çıkan yeni ortak iradenin yarattığı sınıflararası öznelerdir” (Bekmen, 2008: 61). Hegemonya kurma çabası esas olarak, ideolojik alanı ortak iradeyi meydana getirecek bir dünya görüşünü oluşturmaya dönük dönüştürme çabasıdır. Bahsedilen bağlamda ideoloji, özneleri oluşturma amaçlı bir pratiği ifade eder. Ortak irade, tarihsel bir biçimleniş olmasının yanı sıra aynı zamanda sınıfa özgü bir durumdur. Hem bir sistematiğten hem de eklektik ve bütünsellikten yoksun olduğu için birbiriyle çelişen bazı düşünceleri bünyesinde taşıyabilir. Kendisinden önceki ideoloji ve sosyal sınıflardan gelen bir bilgi birikimini tesis eder. Kozmopolit, karma, önyargı ve sezgiler içeren bir yapıya sahiptir. “Öznelerin kurulma pratiği olarak hegemonya, farklı sınıfların dünya görüşlerinin birbirine eklenmesidir. Yöneten sınıfla yönetilenler arasında bir tür ideolojik homojenliğin kuruluşudur. Bu durumda, hegemonik ideoloji nihai olarak egemen sınıfın egemenliğini nasıl yeniden üretir? Çimento görevi de gören bu eklemleyici-ideolojik öğeler, her durumda temel ekonomik sınıfın maddi çıkarlarının ve dünya görüşünün bir ifadesidir” (Bekmen, 2008: 62).

Gramsci'nin ideoloji konusundaki yaklaşımı, hegemonya kuramı, kültür sorunlarına dönük yoğun ilgisi, toplumsal yapılanmanın üstyapısına dair çözümlenmeleri ve kapitalist devletin salt çıplak zora dayanmanın çok daha ötesinde, bu zoru görünmez hatta gereksiz hale getirecek bir iktidar biçimlenişine sahip

olduğuna dikkat çekmesi, taktiklerin, ikna ve rızanın önemini vurgulaması bakımından ideoloji kuramlarında ayrı ve önemli bir yeri vardır. “Özellikle kapitalist devletin klasik Marksizm’deki gibi ‘basitçe burjuvazinin baskı ve şiddete dayalı yönetim aygıtı’ olarak ele alınıp tanımlanmasının eksik olduğu; devletin tekelinde bulunan fiziki güç/zor kullanma olanağı dışında bir de çoğunluğun rızasını sağlamaya yardımcı olan eğitim, basın, din, hukuk, kültür vb. ideolojik üstyapı kurumlarınca desteklenen bir ikinci yönünün bulunduğu, dolayısıyla kapitalizmin kendini yeniden üretmek için kültürel ve ideolojik boyuta daha çok ağırlık verdiği düşüncesi de bu yeni tezlerin geliştirilmesinde etkili olmuştur” (Parlak, 2005:35).

Bu düşüncelerin temelinde Gramsci’nin sosyalist devrimin, tarihsel ilerlemecilerin bahsettiği gibi (Koyre, 2004: 93) kapitalizmin kendi iç çelişkilerine bağlı olarak kendiliğinden, zorunlu bir istikamet olarak gerçekleşeceği tezlerine karşı, ‘bilinçli ve amaçlı bir ideolojik mücadele’ yapılması gerektiğine dair inanç ve düşünceleri yatmaktadır. Böylece, sosyalizmin kurulmasına hedefine dönük devrimci mücadelenin başarıya ulaşabilmesi için Gramsci, devrimcilerin de bir “karşı-toplumsal iktidar ideolojisi” ya da yeni boyutta bir bütüncül ve kültürel yapı meydana getirmelerinin şart olduğunu vurgulamaktadır (Saybaşılı, 1999: 54-55).

Bu anlamda ideoloji, insanların kendi pozisyon ve mücadelelerinden elde ettikleri bilinçle hareket etmelerine bağlı olarak, süregelen bir mücadele ya da savaş alanı olarak ele alınmaktadır (Mouffe, 1979: 185). Kısacası, Gramsci’nin, açık bir şiddet ve baskı uygulamadan kapitalizmin nasıl varolmaya devam ettiği ve kitleleri yönettiği sorusuna aradığı cevap, egemen ideoloji ve hegemonya kavramları bağlamında ideoloji kavramının yeniden ele alınmasını gündeme getirmiştir (Üşür, 1997: 25). Gramsci’de ideoloji, bir mücadele sorunu biçiminde ifade edilmektedir. “Bir üstyapı teorisyeni olan Gramsci’de üstyapılar, kültür ve sivil toplumu, sermayenin ihtiyaçlarına giderek daha uygun kıldıkları için hayati öneme sahiptir. Aile, hukuk, eğitim, kültürel kurumlar, kilise ve siyasal partiler gibi pek çok sivil

toplum ögeleriyle birlikte yeni birey ve medeniyet tipleri yaratarak kapitalizmin hakimiyet alanını genişletme görevi üstlenirler” (Parlak, 2005:36). Ancak Gramsci, bunun salt bir ekonomik çıkar konusu olmanın çok daha ötesinde bir anlam ifade ettiğini, hegemonya kavramının siyasal, kültürel ve toplumsal otorite olarak kavramsallaştırılması gerektiğini dile getirir.

2.4. İletişim ve Medya Çalışmalarında Hegemonya Kuramı

Hegemonik olarak hakimiyet durumu genel biçimde siyasal, iktisadi ve kültürel manada yönetimin kurulmasını ve sürdürülmesini işaret ederken belli sınırlar dahilinde tesis edilen ittifakları dışlamaksızın hegemonik olanın politik, ahlaki ve entelektüel öncülüğü üstlenmesine işaret eder. Bu noktada hegemonya ve ideolojiyi birbirine bağlayan Terry Eagleton’a göre “ideoloji, bir dil meselesinden öte bir söylem meselesidir; anlamlandırma meselesinden çok, belirli somut söylemsel etkiler yaratma meselesidir” (Eagleton, 1990: 90). “Söylem” ve “anlamlandırma” konularını temel sorunsallarından biri olarak gören iletişim çalışmaları da medya ve ideoloji ilişkilerin, açıklamak anlamında hegemonya kuramını faydalı bir araç olarak kullanmıştır.

Gramsci entelektüellerin ideolojik anlamdaki hegemonyanın kurulması noktasında üstlendiği öneme dikkat çeker. Zira Gramsci’ye göre entelektüeller, geniş manada örgütleyici işlevini üstlenen herkesi kapsar (Gramsci, 1971: 5). Bu noktada Gramsci hâkim sınıfın dünya görüşünün, bütün toplumun ortak duyusu haline gelecek şekilde entelektüeller kanalıyla yayıldığını söyler. Bir başka deyişle Gramsci entelektüellere neredeyse ideolojiyi yaratma gibi bir görev verir (McLellan, 2005: 32). Gramsci, entelektüellerin öncü konumunun önemine dair böyle güçlü bir vurgu yapmasına rağmen tüm entelektüellerin aynı niteliklere haiz olmadığını ifade ederek, geleneksel aydın ve organik aydın kategorisi şeklinde bir ayrımda bulunur. Bu tanıma göre organik aydınlar, belli bir tarihsel durumun organik ifadesidir.

Geleneksel entelektüellerse egemen bloğa göbekten bağı olmanın yanı sıra aynı zamanda onun bir parçası olan, köken olarak daha önceki tarihsel dönemin izlerini taşıyan, statükocu ve öncesinde organik entelektüel olmakla birlikte, mevcut yaşanan dönemde bu vasfını tümüyle kaybetmiş entelektüelleri ifade eder.

“Yaşanmış bir hegemonya her zaman bir süreçtir. Bir dizge [sistem] ya da yapı değildir. Özgül ve değışen baskı ve sınırları olan yaşantılar ilişkiler ve etkinlikler bütünüdür. Pratikte hegemonya hiçbir zaman tek değildir. Herhangi somut bir çözümlemede görüldüğü gibi iç yapıları oldukça karmaşıktır. Ayrıca edilgen bir tavırla bir egemenlik biçimi olarak var olmaz. Sürekli olarak yenilenmesi, yeniden yaratılması, savunulması ve değıştirilmesi gerekir. Aynı zamanda kendi dışındaki baskılar tarafından sürekli olarak sınırlanır, değıştirilir ve sınanır. Dolayısıyla hegemonya kavramına pratiğin sürekli ve gerçek öğeleri olan karşı-hegemonya ve alternatif hegemonya kavramlarını eklememiz gerekir” (Williams, 1990: 107).

Gramsci devlet ile sivil toplum alanının, devletin zor ve siyasi egemenliğe dayanan “iktidar alanı” ve sivil toplumun rızaya dayanan “hegemonya alanı” olmak üzere iki farklı türden iktidar ilişkisine karşılık geldiğini söyler (Gramsci, 1971: 34). Ona göre temel soru, nasıl olup da kapitalizmin baskı ve şiddet içeren boyutunun bu baskıyı meşru ve görünmez kıldığı ve sivil toplum alanında kitlelerin onayı temelinde bir entelektüel ve ahlaki egemenliğe fırsat sağladığıdır.

2.4.1. Kültürel Çalışmalarda Hegemonya Kuramı: Raymond Williams, Pery Anderson, Stuart Hall

Gramsci, ideolojik hegemonyayı köklü değışim ve dönüşümler anlamında en önemli faktör şeklinde görür. Bu yaklaşıma göre, kitle iletişim araçları aynı zamanda birer ideolojik mücadele alanıdır. “Gramsci’ye göre devlet, kendisi

aracılığıyla yönetici sınıfın, egemenliği yalnızca haklı gösterip koruduğu değil ama yönetimi altında tuttuklarının etkin rızasını da kazanabildiği pratik ve teorik etkinliklerin karmaşık bütünlüğüdür” (Ramos Jr., 1982: 11). Burada hegemonya kavramı önemli bir noktadır. Gramsci'nin toplumsal değişim süreçlerinde üstyapıya veya kültüre yaptığı vurgu, başta İngiliz Kültürel Çalışmalar ekolünden Raymond Williams olmak üzere, medyayı kültürel pratiğin bir parçası şeklinde ele alma eğilimindeki pek çok radikal medya kuramcısında etki yaratmıştır. Gramsci'nin yorumu; hegemonyayı yalnızca hâkim fikirler açısından değil bir mücadele alanı olarak ezilen sınıf ve toplumsal gruplar açısından incelediği için böyle bir çabaya imkân sağlamaktadır. Ortak duyu olarak farklı ideolojilerin karışması, sınıflar ve sınıf ittifakına yapılan vurgu, hegemonyanın sağlanmasında rızanın önemi ve aydınların rolü, Kültürel Çalışmaların etkilendiği noktalardır (Kellner, 2016: 133).

Raymond Williams, kültürü ve medyayı toplumsal gruplar tarafından çıkar çatışmalarının meydana geldiği bir alan olarak tanımlarken ve bu çıkarlar çatışmasını da kültürel faaliyetler olarak belirtir (Williams, 1990: 90). Onun için, medya metinleri-maddi tahakkümden çok kültürel liderlik peşinde koşan toplumsal ajanların çatışmalarını yansıtmaktadır, Williams'ın kültür tanımı aslında ideoloji tanımının bir uzantısıdır. Ona göre ideolojinin bir tanımı da; anlam ve fikir üretiminin genel sürecidir. Yani ideoloji anlamın toplumsal üretimini isimlendiren bir kavramdır. Williams'a göre bir kültürün yararı gerçek ihtiyaçları ne kadar tatmin ettiğiyle ölçülebilir. Tüketim mallarının bugünkü güncelliği yani kitlesel olarak tüketiliyor oluşu ise toplumsal anlamların, değer ve ideallerin bir başarısızlığıdır.

Gramsci'nin Hapishane Defterleri'nde geçen “devlet, sivil toplumu tepeden tırnağa en genel varoluş tarzlarından bireylerin özel hayatına kadar, bir ağ gibi sarar ve hizaya sokar” (Gramsci, 1971: 12) ifadesini Perry Anderson şöyle açıklar: “Gramsci'de sivil toplum ekonomik ilişkiler alanının dışında devletle ekonomi arasındaki üst yapısal ara kurumlar sistemi anlamındadır. Ekonomik yapı ile yasama

ve zorlama mekanizmalarıyla devlet arasında sivil toplum yer alır” (Anderson, 2007b: 31).

İşte Kültürelci yaklaşımların kendilerine alan yarattıkları yer de bu sivil toplumdur. Sivil toplumun varlığı üzerinden ideolojiye dayanan bir kitle iletişim araçları tanımlaması geliştirilmiştir. Medya, kamunun sesi olduğu iddiasına dayanarak ve kamusal savları kullanmasıyla bir konsensusu yani uzlaşmayı ve çatışmacı olmayan durumu dayatır. Kriz durumlarında, sorun çıkaran alt-kültür gruplarına veya öğrenci gösterilerine odaklanarak, haberler aracılığıyla olayların tanımlanmasında, anlamlandırılmasında önemli bir rol oynar ve böylece de yasa ve düzenin meşrulaştırılmasına katkıda bulunur.

Gramsci'nin hegemonya kuramı, Kültürel Çalışmalar Ekolünde Stuart Hall'ü de çok etkilemiştir. Gramsci'ye göre hegemonya; “sadece alt bir sınıfın kendi çıkarlarına uymaya zorlamaya muktedir olduğu zaman değil, aynı zamanda bu sınıflar ve toplum üzerinde tam bir toplumsal otorite kullanıldığı zaman vardır. Güç ve halkın rızası birleşimine dayanmaktadır” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 291). Bu anlamda, kitle iletişim araçları rıza üretim aracı olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla, hegemonyanın oluşumu ancak kitle iletişim araçlarının bu görevlerini başarılı bir biçimde yerine getirmeleriyle mümkündür. Bir başka ifadeyle, medya, hakim sınıf çıkarlarına paralel yorumların yeniden üretilmesine hizmet etmenin yanı sıra rızanın kazanıldığı veya kaybedildiği bir ideolojik mücadele alanı biçiminde konumlanmaktadır (Tılıç, 1998: 45).

İdeoloji konusu kültürel çalışmacıların da ilgi alanı dahilinde yer almıştır. Özellikle kitle iletişim araçlarının ideolojik ve dilsel yapılanmalarına odaklanan kültürelci çalışmacılar, başat konumdaki ideolojik tanım ve temsillerin dolaşımında ve bunların tahkim edilerek daha da sağlam hale getirilmesinde medyanın önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadırlar (Çebi, 2002: 107). Stuart Hall'ın medyanın

ideolojik rolleri ve ideolojinin doğası ile ilgili araştırmasında Hall, izleyicileri iletinin hem alıcısı hem de kaynağı olarak nitelendirmektedir. “Stuart Hall ideolojiyi yanlış bilinç olarak ele alan yaklaşımın savunucularına şu soruyu sorar: nasıl oluyor da kitleler ideolojik manipülasyon ve çarpıtmaya yenik düşmüşken küçük bir ‘bilen’ azınlık bütün bu olup bitenlerden kendini sıyrabilmektedir?” (Mattelart, 1998: 87).

“İdeolojiyi bir doğru ve yanlış meselesi olarak ele alan bu yaklaşımın temel yanlılığı ideoloji dışı bir Arşimet noktasının var olduğunu ve sadece küçük bir siyasal/entelektüel azınlığın bu noktadan gerçeğin bilgisine ulaşabileceğini varsaymasıdır. Buna göre kitleler muhakeme kabiliyetinden yoksun ideolojik ahmaklar olarak ifade edilir” (Hall, 1996: 2). Bu durumda Hall’e göre hegemonya farklılığın kaybolması veya yıkılması anlamına gelmez. Kolektif iradenin farklılıklar üzerinden inşasını ifade eder ve yok olmayan farklılıkların birbirine eklenmesinden ibarettir. “Gramsci’yi verimsiz okuyan insanların onda dokuzu demek istediğinin o olduğunu düşünseler de, hegemonya herkesi aynılaştırmak, herkesi dahil etmek demek değildir. Gramsci hegemonya kavramını, tam da bu dahil etme düşüncesine karşı çıkmak için kullanmaktadır (Hall, 1998: 83).”

2.4.2. Louis Althusser’in Hegemonya Kuramına Yaklaşımı

Althusser’in hegemonyayı açıklamaya dönük kuramsal yaklaşımı, Gramsci ile benzerlik gösterir. “O da, gelişmiş bir kapitalist sistem içinde ideoloji ile iktidar arasındaki bağlantıyı ortaya koymaya çalışmıştır. Althusser’in egemen ideoloji yaklaşımının temelinde yatan amaç, açık bir zora dayanmayan yönetme süreçlerinin bilgisini ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda Althusser ideolojiye, toplumsal bütünlüğü yeniden üreten önemli bir işlev yüklemektedir. Sistemin yeniden üretilmesinin temeli siyasal ve ekonomik iktidarın ideolojik bir ikna sürecine dayanarak varolabilmesinde yatar” (Üşür, 1997: 41).

Batı toplumlarında rızanın toplumun tamamına hakim olan kurumsal mekanizmalar aracılığıyla üretildiği konusunda Gramsci ve Fransız düşünür Althusser hemfikirdir. Louis Althusser Gramsci'nin burjuva hegemonyasına gösterilen rızayı sağlayan aygıtları belirtmiş olsa da, bu aygıtlara dönük sistematik bir inceleme sunmadığını ileri sürmektedir (Althusser, 2008: 12). Bu anlamda Fransız düşünür Louis Althusser, burjuva toplumlarda rıza sağlama aygıtlarının ayrıntılı bir incelemesini yaparak konuya daha yakından bakılabilmesini sağlar. Althusser'in bu konudaki önermelerini bu kadar önemli haler getiren şey, onun ideoloji kuramına getirmiş olduğu bu boyuttur. Bu anlamda Althusser'in ortaya attığı Devletin İdeolojik Aygıtları (DİA) kavramı, bir hegemonya düzenine gösterilen toplumsal rızayı anlamaya çalışmak bağlamında son derece faydalıdır.

Hegemonik ideolojinin taşıyıcılığı anlamında ikisi de partiye önemli bir rol atfederler. Parti ideolojik bir kültürel mücadele de vermeli ve sivil toplumun pek çok alanında bir karşı kültür oluşturmalıdır. Bunun yoluysa bir eğitim kurumu biçiminde organize edilmiş bir parti kurmaktan geçer. Aile, eğitim, sanat, din, gündelik hayatı dahilinde bir toplumsal üstünlük oluşturulmalıdır (Bekmen, 2008: 76). Althusserci yaklaşıma göre ideoloji, özneleştirilmiş bireylerin gerçek varoluş koşullarını yeniden anlamlandırarak kurgulayan bir ilişkisel boyuta da gönderme yapabilmektedir. Bu temelde ideoloji, o sistem dahilinde yaşayan bireylerin egemen söylem tarafından toplu halde itaat altına alma sürecinin taşıyıcısı olarak da yorumlanabilir.

2.4.3. Postmodern Yaklaşımlarda Hegemonya Kuramı

1980 sonrası yıllarda kültürel çalışmaların birçok türünde kendisine yer bulan ve zevk, tüketim ve kimliklerin bireysel inşasına özel vurgu yapılan, postmodern bir durum biçiminde ifade edilebilecek dönüşümü, McGuigan kültürel popülizm olarak adlandırır (McGuigan, 1992: 14). Bu açıdan medya; kültür, kimlik, zevk ve otoriterlik malzemelerini üretiyor böylece kültürel ürünlerin tüketicisi

konumundaki kitleler de popüler olanın bir parçası oluyordu ya da onun bir temsiline dönüşüyordu (Kellner, 2016: 133). İşte postmodern yaklaşım da bu izlek üzerinden ilerledi. Postmodernist yaklaşım hegemonya ve ideoloji üzerine araştırmalar yaparken bunları “kökeninde kitlesel üretim ve tüketimin bulunduğu sermaye ve sosyal düzenin yeni rejimi olan Fordizm tekeller devlet kapitalizminden, yeni bir bilgi/eğlence toplumundaki farklılıkları, çeşitlilikleri, eklektizmi, popülizmi ve güçlenen tüketiciliği uluslararası ve küresel sermayeyi karakterize eden post-Fordizm (Harvey, 2014:76) veya post-modernizm (Jameson, 1991:32) olarak adlandırılan aşamaya geçişi teorize etti” (Kellner, 2016: 134). Böylece yayılan medya kültürü, postmodern mimari, tüketimin mabedi haline gelen alışveriş merkezleri ve postmodern gösteri kültürü ile postmodern imgelem ve tüketim kültürü bağlamında sermayenin en son aşaması olarak ifade edilen teknokapitalizmin yeni bir aşamasının öncüsü ve mekânı konumuna geldi.

Hegemonya kavramı postmodern düşünce bağlamında, Ernest Laclou ve Chantal Mouffe tarafından başka biçimde ele alınarak yeniden gözden geçirilmiştir. Bu yaklaşıma göre, “hegemonyanın mevcut doğasını vurgulayan düşünürler, kendi yaklaşımlarını Marksist teorinin ideolojik anlamda öngöremediği bazı noktaları düzeltmek amacıyla olduklarını belirtirler” (Mouffe, 1979:17). Bu noktada kültürel hegemonya üzerine çalışmalar yaparak bu kavramı postmodern açıdan yeniden değerlendiren Frederic Jameson önceki düşünürlerin aksine, hegemonya ideolojisinin taşıyıcı olarak görülen televizyon ve sinemanın medya hegemonyasının kuramsallaştırılması açısından doğru bir nokta olmadığını ileri sürer (Jameson, 1987:199). İdeolojik anlamda hegemonyayı, tektipleştirme, homojenleşme olarak ele alan ve bunun temelinde de ekonomik ve siyasi güçle paralel olarak ithal edilen hegemonik Batı kültürünün ya da daha net ifade etmek gerekirse Amerikan kültürünün olduğunu ileri sürer. Bu durumu Jameson tam olarak şu şekilde ifade eder: “Amerikan televizyonuna, müziğine, yiyeceğine, giysilerine ve filmlerine yer açmak için yerel popüler ya da geleneksel biçimlerin saf dışı edilmesi ya da

dilsizleştirilmesi yoluyla dünya kültürünün tek tipleştirilmesi, birçokları tarafından kürselleşmenin esası olarak görülmüştür. Ve ABD modellerinin başka her şeyin yerini almasından duyulan bu korku, şimdi kültür alanından, geri kalan diğer kategorilerin üzerine dökülmektedir (Jameson, 2000:40)”. Ona göre tüm postmodern kültür ABD’nin tüm dünya üzerinde sahip olduğu ideolojik hegemonyanın ve onun temelinde yatan askeri ve ekonomik gücünün bir sonucudur.

2.4.4. Ekonomi Politik Yaklaşımlarda Hegemonya Kuramı

“Gramsci’nin kendi hegemonya kuramını geliştirdiği süreç savaş sonrası dönemdir ve Gramsci’nin hegemonya kavramı sivil toplumun bütün kurumlarını içine almakta, kültürel sürece de önem vermektedir. Gramsci’ye göre devlet sadece politik toplum değil, sivil toplum ve politik toplumun birleşimidir. Gramsci’nin hegemonya kavramında kültürel ve ideolojik boyut daha fazla öne çıkarılmıştır” (Çoban, 2013:52).

Ekonomi politik merkezli yaklaşım “büyük resmi görmeyi hedefler ve küçük parçalarla uğraşmaz. Bu yolla medya ve ekonomi politik ilişkiler üzerinde çıkarımlara ulaşmaktadır. Dünya üzerinde parayı ve iktidarı elinde bulunduranların yakın ilişkilerini irdelemek yaklaşımın ana hedefini oluşturmaktadır” (Schudson, 1989:271). Gramsci’nin hegemonya kavramını atarak bu alana dönük yaptığı teorik çözümleme oldukça büyük katkıdır. “Gramsci, hegemonya kavramını basitçe diktatörlük ve liderlikten ayırmıştır ve geniş bir devlet tanımı içinde bir sosyal sınıfın, tâbi grupların rızasını alarak değerlerini ve önderliğini kabul ettirdiği siyasal bir liderlik durumu olarak tanımlamıştır” (Bates, 1975:352).

“Kapitalizmin ideolojik hegemonyası, kendisini çok farklı şekillerde ele verir. İktisadi, askeri, kültürel, toplumsal, ahlaki hemen her alan, işlik ve işlik dışı (leisure) boş zaman süreçleri kapitalizmin ideolojik hegemonyasını kurduğu, kendisini yeniden ürettiği, varlığını/gücünü perçinlemek için her tür enstrümanı

kullandığı birer iktidar alanı olarak fonksiyon görür” (Rojek, 1995:18-22.). Yani kapitalizm mevcut hegemonyasını hayatın tüm alanlarına yaymaya çalışır.

Ekonomi politik yaklaşımın günümüzdeki savunucularından Giovanni Arrighi, hegemonyayı kapitalist bir dünya sistemi bağlamında ele alır. Günümüzde kapitalist bir dünya sisteminde yaşadığımız için, egemen gücün tek dayanağı rıza veya zora başvurmak değildir. Mesela zora başvurmanın tehlikeli ve rıza elde etmenin ise yetersiz olduğu durumlarda, hile ve yolsuzluk yoluyla da meşruiyetini sağlanmaya çalışabilir. Hegemonya, günümüzde evrensel ödeme aracı konumundaki parayı da kullanır. Ona göre dünya sistemini kapitalist olarak tanımlamamıza yol açan şey, sermaye birikiminin dünyadaki geç dağılımı anlamında oynadığı özel roldür (Arrighi, 1994:365).

2.4.5. Eleştirel Çalışmalarda Hegemonya Kuramının Yeri

Eleştirel Kuram, Frankfurt Okulu düşünürleri tarafından geliştirilerek kullanılan ve toplumun incelenmesi ve eleştirilmesi için sosyal bilimler ve ilgili disiplinlerden elde edilen bilgilerin kullanılması gerektiğini öneren bir yaklaşım olarak ifade edilebilir. Eleştirel kuram Marksizmi, aydınlanmanın bir ürünü olarak ele almış, pozitivist ise gözlem ve deneye dayalı bilgi üretim şekli açısından ve tarihe verdiği önem derecesi bağlamından eleştirmiştir (Jay, 2001:131). Bunun yanında eleştirel düşüncenin işlevi sadece çeşitli olguları tarihsel gelişme süreçleri bağlamında ele almak değil, olgu kavramının ötesine geçebilmek, ilgili olgunun ortaya çıkışı sürecini ve dolayısıyla da göreceli durumunu anlamaktır (Horkheimer, 1998:111).

Birçok Eleştirel Teori analisti, toplumu, rekabet eden ideolojilerin egemenlik için mücadele ettikleri zemin olarak görür ve Gramsci'yi takiben, hegemonyayı bir egemenlik kurma süreci olarak tanımlarlar. Hegemonyayı toplumdaki bir grubun başkalarına önderlik ettiği bir süreç olarak kavramlaştırırlar.

Eleştirel Teori takipçileri, hegemonyanın, güç kullanmadan toplumu birbirine bağlayan şey olduğuna dikkat çekerler. Buna göre, üst sınıflar ekonomik gücünü ancak “entelektüel ve manevi liderlik” elde ederek sağlayabilir. Üst sınıflar bu liderliğe ulaşmak için tavizler verirler. Başka bir deyişle, kültür, hegemonya mücadelesinin sürdürüldüğü zeminlerden biridir (Seiler, 2012:5).

Bu okulun önemli düşünürlerinden Habermas da, kendi geliştirdiği İletişimsel Eylem Kuramını, kapitalizmden ve günümüzün ekonomik ve toplumsal ilişkilerden yola çıkarak şekillendirmiştir. Ona göre “egemenin toplumda kurmak istediği hegemonya bağlamında yaşadığı meşruiyet krizlerinin birey-toplum üzerinde yarattığı kimlik bunalımları sonucunda ortaya çıkan ‘anomi’ durumu karşısında bir uzlaşma arayan iletişimsel eylem kuramı bireylerin gündelik hayatlarına inmeyi ve aralarındaki etkileşimi incelemeyi amaçlayarak yeni bir toplumsal teori olarak kendisini ortaya koymaya çalışır” (Habermas, 2001: 572).

Genel anlamda Eleştirel Kurama göre “sanayi toplumu ve kapitalizm sadece ekonomik bir temelle açıklanabilecek bir şey olmaktan çıkmış kültürel olanı da kapsayarak anlaşılabilir bir yapıyla belirmiştir” (Geuss, 2002:21). Buna paralel olarak da “yalnızca politik hegemonya değil, aynı zamanda gündelik yaşamı örgütleyen ve bireyleri konumlandıran bilinç mekanizmalarının üretimi ve işlevselliğidir sorun. Bunlar bir şekilde içiçe geçmiş, üretim-tüketim mekanizmalarıyla bilinç biçimleri birbirine eklenmiştir” (Demirović:5). Kendini insanlığın mevcut maddi ve kültürel varlığını herhangi bir korku yaşamaksızın olumlu boyutta yeniden üretebileceği daha iyi bir toplum yaratılması hedefine adanmış olan Eleştirel Teoriye göre hegemonya ortadan kalkmadan bu olumsuz durum ortadan kalkmayacaktır (Çiğdem, 2008: 123).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MEDYA İKTİDAR İLİŞKİLERİNİ ÇÖZÜMLEMEDE HEGEMONYA KURAMININ YERİ

3.1. Tarih Boyunca İletişim Süreçlerinde İktidarın Konumu

İnsanlar tarihleri boyunca kendilerini doğaya ve çevre koşullarına karşı güçsüz ve çaresiz hissettikleri için bir arada yaşamak durumunda kalmışlardır. Bu bir arada yaşama da hukuk ve devlet gibi bazı ortak yaşama kuralları ve mekanizmalarını doğurmanın yanı sıra ilişkilerin doğal sonucu olarak duygu ve düşünceleri diğerlerine aktarmanın yollarını keşfetmeyi de beraberinde getirmiştir. Yani iletişim süreçlerini.

“İletişim faaliyeti bir anlam yaratma faaliyetidir ve bu, süreçte belli bir tarihsel ve toplumsal bağlam içerisinde gerçekleştirilir. Bu yüzden insanı, toplumu ve iletişimi doğru bir şekilde incelemek için tarihsel bir bakış açısına sahip olmak gerekir. İletişim ilişkisinde üretilen her türlü anlam, toplumsal olarak üretilir ve ancak diğer insanlarla kurulan üretim ilişkileri bağlamında gerçekleştirilir. (Yaylagül, 2008:10)”

İletişim, insanın içinde bulunduğu toplumun koşullarıyla sarmalanmıştır. Binlerce yıl süren sözlü iletişim süreçleri tarihsel ilerleme içinde yazılı, görsel vb. çok boyutlu evrelere yönelmiş, matbaanın icadı ile başlayan yayınlama faaliyetleri özellikle 19. Yüzyılda kitle iletişim araçlarının gelişimini hızlandırmış ve

çeşitlendirmiştir. Basılı gazeteler, dergiler, kitaplar, ilerleyen süreçte sinema, radyo, televizyon ve günümüzde çok boyutlu haliyle internet yayıncılığı oldukça çeşitli ve karmaşık yapısıyla, mülkiyetiyle, işleyişiyle ve yaydığı kültürle medya olarak karşımızda durmaktadır. Medya kurumlarının tümü bu ilişkinin temelindeki işleyişi anlamaya odaklanmıştır.

Bu ilişkinin altında yatan temelleri ortaya çıkartmak için medya ile iktidar arasındaki ilişkileri ele almak gerekmektedir. Ve tabii bunu yapabilmek için de bir iktidar analizi yapmak zorunludur. Teun Van Dijk yekpare bir iktidar analizi yapmanın zorluklarına değindikten sonra yine de böyle bir analizin mutlaka yapılması gerektiğini dile getirir. Bunu yaparken de iktidarın özelliklerini şu şekilde sayar:

“1) Toplumsal iktidar gruplar, sınıflar ya da öbür toplumsal oluşumlar arasındaki ya da toplumsal üyeler olarak kişiler arasındaki ilişkinin bir özelliğidir. 2) Analizin basit ama temel bir düzeyinde, toplumsal iktidar ilişkileri karakteristik olarak etkileşimde tezahür eder. 3) Toplumsal iktidar sıklıkla dolaylıdır ve insanların ‘zihinleri’ yoluyla işler; örneğin, insanların kendi eylemlerini planlamak ve icra etmek için ihtiyaç duydukları zorunlu enformasyonu ya da kanaatları (opinion) idare ederek. (...) Gelgelelim, iktidarın bu ‘zihinsel dolayımı’nın, iktidar uygulamasına maruz kalanlara değişen derecelerde özgürlük ve direniş alanı bıraktığına dikkat edilmeli. 4) İktidar, eğer temeli toplumsal olarak anlamlı kaynaklardan oluşuyorsa bir toplumsal denetim biçimidir. 5) İktidarın uygulanması ya da korunması bakımından hayati olan bir öge de, B üzerinde A’nın zihinsel denetim uygulayabilmesi için A’nın arzularını, isteklerini, yeğleyimlerini ya da niyetlerini B’nin bilmesi gerektiği olgusudur. 6) Günümüz Batı toplumlarındaki total toplumsal denetim, iktidar faillerinin iktidar alanı ve kapsamı tarafından daha da sınırlandırılır. Yani, iktidar failleri yalnızca bir toplumsal alanda –

siyaset, ekonomi ya da eğitim – ya da okullardaki derslikler ya da mahkemede olduğu gibi özgül toplumsal durumlarda güçlü olabilirler. 7) Toplumsal iktidarın uygulanması ve korunması ideolojik bir ön çerçeveyi öngerektirir. Toplumsal olarak müşterek bir grubun ve üyelerinin çıkarla ilişkili temel bilişlerinden oluşan bu çerçeve esasen iletişim ve söylem yoluyla kazanılır, onaylanır ya da değiştirilir. 8) İktidarın çeşitli karşı-iktidar biçimleri ya da tahakküm altındaki grupların direnişleriyle (ya da böylesi grupları temsil eden eylem gruplarıyla) ilişkili olarak analiz edilmesi gerektiği yinelenmeli. Bu aynı zamanda toplumsal ve tarihsel meydan okuma ve değişimin analizi için gerekli olan bir koşuldur” (Van Dijk, 1994:271-327).

Tüm bu analiz ön koşullarını saydıktan sonra bu çerçeveyi göz önünde bulundurarak medya-iktidar ilişkilerinin tarihsel biçimlenişine bakabiliriz.

3.2. Ondokuzuncu Yüzyıldan Günümüze Medya-İktidar İlişkileri

19. yüzyıl modern medyanın oluşumu anlamında bir dönüm noktasıdır. Sanayi toplumuna geçişle birlikte toplumsal yapıda yaşanan değişimler medyayı da etkilemiş ve yeni süreçler görülmeye başlanmıştır. “19. Yüzyıl boyunca haberlerin aktarımına ve yeniden üretilmesine yönelik teknolojilerin performanslarında o kadar önemli bir değişim görülür ki, birinci ‘enformasyon devriminden’ bahsetmek mümkündür.” (Barbier ve Lavenir, 2001:131). Bu devrim beraberinde pek çok haberleşme özgürlüğü uygulamasını da getirmiş ve bu alanda kısmi bir özgürleşme yaşanmıştır. Fakat bu özgürlük çok uzun sürmemiş ve egemen yapılar bu noktada müdahale etmekten kaçınmamıştır. Öncelikle özel teşebbüsle yürüyen enformasyon faaliyetlerinin bu dönemden itibaren artık hükümetlere bağlanması yukarıdan kontrolünün de ne kadar önemli olduğunu gösterir. Postayla haberleşme daha ilk zamanlardan itibaren kamu denetimi altındadır. Çok daha önceki bir tarihte, 1657’de İngiliz Posta hizmetlerinin kamuya devredilmesiyle ilgili bir kararda bu durum

açıkça ifade edilmektedir: “Posta, ancak yazılı olarak iletilebilecek birçok tehlikeli ve sapkın niyeti keşfetmenin ve öngörmenin en iyi yoludur.” (Barbier ve Lavenir, 2001:133). Bu “tehlikeli” ve “sapkın” niyetin ehlileştirilmesi ve mevcut iktidarın güdümüne sokulması için çeşitli denetim mekanizmalarının devreye girmesi uzun sürmez.

Medya, tarih boyunca, iktidar tarafından en güçlü destek ayağı ve aparat olarak kullanılmıştır. 19. yüzyılın başları itibarıyla sanayi devriminin karakterize ettiği toplumlarda bireyin giderek topraktan ve feodal ilişkilerden koparak yalnızlaşması ve kent hayatının baskın hale gelmesi sonucu güçsüzleşip kolayca yönlendirmeye açık hale gelmesi, kitle iletişim araçlarının sahip olduğu etkiyi artıran etmenlerden biri olmuştur. Fabrikasyon üretim çeşitlenip arttıkça üretilenlerin tüketilmesine dönük olarak tüketimi de artırmak için reklam ve ilanlar devreye girmiştir. Reklam ve ilanlar ise kitle iletişim araçlarının başlıca gelir kaynağı haline geldikçe mülkiyet ve iktidar ilişkileri çerçevesinde medyanın yayın politikalarında giderek daha fazla belirleyici olmaya başlamıştır. İşte medyanın doğuşu olarak tanımlanabilecek bu genel çerçevenin temelinde bulunan propaganda ve ikna süreçleri, bu tezin konusunu oluşturan *medya-iktidar ilişkilerinde hegemonya* konusunu irdelememiz için bize anahtar kavramları sunmaktadır.

Gökhan Evliyaoğlu'nun belirttiği gibi, “canlı bir organizma gibi düşünebilen toplumun, gerçek bir canlı gibi, hayatını sağlıklı olarak sürdürebilmesi için dış ortamdaki değişikliklerden haberdar olması gerekli ve şarttır. Üstelik gerçek bir canlıdan daha fazla olarak bir toplumun kendi iç ortamındaki değişikliklerden de aynı ölçüde haberdar olması gerekir” (Evliyaoğlu, 1987:37). İşte bu noktada ortaya çıkan ihtiyaç iletişim araçlarının ortaya çıkmasını tetiklemiş, teknik ve teknoloji geliştikçe bu içerik aynı kalmak üzere, aktarımın biçimi karmaşıklaşmıştır. Nasıl insan ve diğer canlılar içerisinde buldukları ortamı anlayabilmek için bir takım duyularını seferber ediyorlarsa, bu durum yaşayan bir organizma olan toplumlara da uygulanabilir. Diğer canlılara göre olayları yorumlamak anlamında farklı özelliklere

sahip olan insan diğer canlı varlıkların iletişim yapılarını aşan bir ağ meydana getirmiştir. Bu durumu Evliyaoğlu şu şekilde açıklamaktadır:

“Toplumun, değişken dış ve iç etkenlere karşı kendi hayati dengelerini koruyabilmeleri için bir canlı organizma gibi dış ve iç aleminden haberdar olması gerektiğine göre, canlılarda bu (haber alma işlemine) vasıta olan duyu organları gibi toplumun da duyu organları olmalıdır. Nitekim ilkel toplumlardan bu yana farklı nitelik ve yeteneklerle yetişmiş, yerleştirilmiş, farklı özellikleri olan insanlar ve insan gruplarıyla toplum kendi duyu organlarını organize etmiştir.” (Evliyaoğlu, 1987:97)

Pek çok yerde kabul edildiği gibi, düşünce beyan etme ve düşünce özgürlüğü talebinde bulunma Aydınlanma döneminde ortaya çıkmıştır (Çiğdem, 2001:15). Aydınlanma döneminden önce düşüncenin ifadesine yönelik olarak, onun disipline edilmesi ve bir düşünce olarak eksiksiz kılınması çabası ön plandaydı. Aydınlanma ile birlikte düşüncenin beyan edilmesi için istemlerde bulunma dönemi başlamıştır. Bu istemlerde bulunma, fikrin ifadesi için güçlü olma zorunluluğu ve örgütlenmeyi de beraberinde getirmiştir. Burada örgütlenme derken asıl kastedilenlerden biri, kanaat her zaman kamusal anlamda işlevsel olacağından bir araca (medium) ihtiyaç duyulur. Böylece düşüncenin beyan edilmesini olanaklı hale getiren araçlar ortaya çıkmıştır. Yani kitle iletişim araçlarının ve medyanın örgütlü anlamda ilk nüveleri ortaya çıkmıştır.

“Burada medya derken, bir topluma; mesaj ve bilgilerin saklanması, uzaktan iletilmesi ve kültürel-siyasi pratiklerin güncelleştirilmesi yönündeki üç temel işlevi tamamen veya kısmen yerine getirme olanağını sağlayan bütün iletişim sistemleri kastedilmektedir. Şu ya da bu biçimde saklamak, sonuç olarak enformasyonları biriktirme imkânını vererek onları bir perspektif içerisine yerleştirmek ve belirli yoğunlukta bir düşünsel çalışma yürütmek anlamına geliyor; yani bilginin ve onun eleştirisinin gelişimine izin vermek. Yazılı veya başka kitle iletişim araçları

yoluyla uzaktan iletişim kurmak demek, aynı zamanda mekân ve zamanın buyruğundan kurtulmak, bilgilerin ortaklaştırılmasını sağlamak, bir de bu bilgilere bağlı pratikleri ve modelleri yeniden örgütlemek demektir... Demek ki sonuç olarak, klasik tanımdan hareketle, (medya olarak) kitle iletişim araçları dendiğinde her türlü iletişime olanak sağlamak üzere kurulmuş olan sosyal yapılar ve biraz genişletildiğinde bu yapılar için gerekli araçlar anlaşılacaktır” (Barbier ve Lavenir, 2001:7)

Aslında medya, 19. Yüzyıldan sonra siyasal anlamda giderek daha çok model alınan ve önem kazanan demokrasi sorunsalının çözümü açısından bizi oldukça anlamlı olabilecek bir ikileme karşı karşıya bırakmaktadır. Bir yandan, iletişim ve haberdar olma anlamında bilgi edinme özgürlüğü gerçek anlamda demokrasinin olmazsa olmaz koşullarından biri olduğu için medya kuruluşları demokrasinin temel kurumlar içerisinde bulunmaktadır. Diğer yandan ise aynı medya kurumları güçlü bir tekelleşme eğilimini içerisinde barındırdığı için bu özgürlüklerin kullanımının çarpıtılması, kısıtlanması ve iktidar ilişkileri meydana getirmesi amacıyla kullanılan araçlara dönüşme potansiyelini de içinde barındırmaktadır. Medya, günümüz toplumlarında iktidarı elinde bulduranların iktisadi, siyasal ve kültürel cephelerini aynı anda içerisinde barındırmakta ve bu iktidar biçimleri onun bünyesinde katmanlı ve karmaşık ilişkiler ağı şeklinde sürekli devrede bulunmaktadır. Bu sebeple özellikle demokratik toplumlarda ideal anlamda özgürlüğün taşıyıcısı durumunda olmaları gereken gazete, radyo, televizyon veya elektronik haberleşme yoluyla yayın yapan medya kuruluşları içerisinde bulunduğumuz dönemin iktidar ilişkilerinin önde gelen aktörleri durumundadır.

Medyanın önce meta ve dolayısıyla sonrasında iktidar ilişkilerinin aracı olması sadece günümüze özgü bir durum değildir. Her ne kadar bazılarına göre, haber daha matbaanın ilk icat edildiği günden önce bile meta olsa da, “1440’larda Gutenberg’in matbaayı icat etmesiyle birlikte haber, alınıp satılabilen bir mal haline geldi. Böylece haberin pragmatik tanımı, taze ve yeni olan, halkın para verip elde

edebileceği her türlü bilgi olmuştur” (Çaplı, 2002: 67) ve habercilik gerçek olanın mümkün olan en geniş kitlelere ulaştırılması gibi toplumsal ve kamusal bir dürtüyle ortaya çıkmıştır. Örneğin Hegel günlük gazeteyi burjuvazinin İncil'i olarak tanımlamaktadır (Talu, 2000:8). Modern dünyanın egemen sınıfının üyesinin bilgi edinmek için enformasyon amaçlı olarak gazeteyi düzenli olarak, mümkünse her gün okuması şarttı. Burjuva sınıfı için gazete (burada kitle iletişim araçlarının örgütlü anlamda en eski üyesi olduğu için gazete ele alınmıştır), onun iktisadi, siyasal ve kültürel anlamdaki hâkimiyetini yeniden üretmesi için zorunlu olan araçlardan biri durumundadır. Gazete, okuma - yazma oranının sınırlı olduğu 19. yüzyıl boyunca, hâkim zümrelerin iktidarlarını yeniden üretme sürecinde önde gelen araçlardan biriydi. Aynı zamanda, diğer iktidarlar ve iktidar karşıtı hareketler için de son derece önemli bir araçtı.

“19. yüzyılda doğmuş olan büyük iletişim şebekeleri aynı zamanda demokrasinin çiraklık dönemiyle bağlantılıdır. Bu şebekeler enformasyonun kontrolüne yönelik tasarlanan, ekonominin ve siyasi yaşamın değerlerinin organizasyonu ile uyum içerisinde bulunan birtakım sistemlerin kullanılmasını kışkırtır ve aynı zamanda uzaktan iletişime bağlı yeni davranış kodlarının öğrenilmesi için bir fırsat olur”. (Barbier ve Lavenir, 2001:131)

Toplumsal kararların oluşmasında kamuoyunun rolünün giderek artmasıyla birlikte basın yayın kuruluşlarının kamuoyunu biçimlendirme ve şekillendirme anlamında sahip oldukları işlevler ön plana çıkmaya başladı. Önce gazeteler, sonra radyo, ardından televizyon ve şimdilerde elektronik ortamlarda yayılan bilgiler insanların bir araya geldikleri “agora” işlevini üstlenmeye başladılar. Bilindiği gibi, klasik demokrasi modelinin beşiği sayılan Atina demokrasisinde kent devletini ilgilendiren genel kararlar agorada yani tüm yurttaşların katıldığı ve tartışmalarında yer aldığı toplantılarda alınırdı. Atina’da yurttaşlık hakkının sadece özgür statüde doğmuş, yetişkin erkeklere tanındığını unutmadan günümüz medyasının kamuoyu

oluşturma işleviyle antik dönem Atina'sının agorası arasında oldukça fazla benzer yön bulunmaktadır. Eğer günümüz demokrasilerinin agorası bir yanda yasama anlamında karar alma mekanizmasının bulunduğu meclisler ve diğer yanda da kamuoyu oluşturma ve yönlendirme birimi olarak medya ise günümüz demokrasilerinde de yurttaşlık haklarını kullanabilme olanağının Atina'da olduğu gibi sadece belirli bir zümrenin hâkimiyetinde olduğu çok açıktır. Medya bu agoraya katılma hakkını dağıtan aracı kurum durumundadır ve bu gücü elinde bulundurur. Agoranın gündemini belirleme, o gündemin nasıl ve kimler tarafından ele alınacağını tespit etme yetkisi bugün medyaya sahip olanlar ve onların yöneticilerinin elinde bulunmaktadır.

“19. Yüzyılda iletişim araçlarının ticarileşmesi, siyasi haberlerin üretim sürecini daha merkezi bir hale getirmiştir. Bu gelişmeler gazeteciliğin işlevsel içeriğini değiştirerek, siyasi mesajların yurttaştan yurttaşta iletildiği, okuyucunun siyasal katılıma çağırıldığı gazete olgusundan, mesajların, otoriter bir biçimde, normal koşullarda varlıklarının pek önemsenmediği bir okuyucu kitlesine iletildiği, yeni bir modele dönüşümü gerçekleştirmiştir. Kısacası, gazetelerle ‘aktif halk’ arasındaki bağlantı tümüyle ortadan kalkmıştır.” (Çaplı, 2002: 67)

Ünsal Oskay'ın belirttiği üzere, günümüzdeki iletişim öğelerinin hem en fazla geliştiği ve hem de şimdiki manipülasyon eğilimlerinin ortaya çıktığı dönem olarak 19. yüzyıl son derece önemlidir. “19. yüzyıl bu açıdan bizim dünyamızın başlangıcıdır. Bugünkü özgürlüklerimiz olduğu kadar, bu özgürlüklerimizin daha gelişkin olanlarını aramaktan bizi alıkoyan şimdiki yanılsamalarımızın da başlangıcı gene 19. Yüzyıldadır.” (Oskay, 2000:107) Bu sebeple iletişim sorunlarımızın ve iletişim alanındaki olanaklarımızın iyi anlaşılması için, 19. Yüzyıldaki kültürel değişimler daha iyi araştırılmalıdır.

“Ondokuzuncu ve yirminci yüzyıllarda inşa edilen fikirler pazarı, alt sınıfların ideolojik ve kültürel bağımsızlığını yok

ederken, fiilen üst sınıfların inanç ve fikirlerini yaymaktadır. Batılı hükümetler bu fikirler pazarının kuruluşuyla sosyo-ekonomik konum ile ideolojik güç arasında sağlam ve kalıcı bağlar kurmaya zorlanmış, böylece üst sınıfların birini desteklemek üzere diğerini kullanmalarına olanak tanımıştır” (Chomsky, 2002:11).

19. Yüzyılı karakterize eden özelliklerden biri de çatışmaların ve savaşların iktidar belirleme anlamında yaygın olduğu bir dönem olmasıdır. Bu yıllarda dünyayı biçimlendirme anlamında zaman zaman eski basit askeri modelin gelişmesine de tanıklık edilmiştir. Ancak bu yöneme nadiren başvurulduğu için özellikle günümüzde hâkimiyet kurma araçları daha modern ve karmaşık araçlar olmaya başlamıştır. Oskay bunları şu şekilde sıralar:

“Bizi çok yakından ve dolaysız olarak ilgilendirmesi gereken dünya siyaset arenasında amaçlarına erişmek için, siyaset dört araç kullanmaktadır: Propaganda, diplomasi, ekonomi ve savaş. Bunlardan her biri, sırasıyla, ikna stratejisini, pazarlık stratejisini ve zor kullanmanın stratejisini şekillendirirler. Sırasıyla, kullandıkları nakiller ise semboller, anlaşmalar, mallar ve şiddettir.” (Oskay, 1992:269)

Bazen bunlar iç içe geçerler ve dünyanın şekillendirilmesi anlamında birbirine hizmet eder hale gelirler. Her birinin dönemlere, ülkelere ve toplumlara göre kullanılma durumu değişiklik gösterebilir. Ancak biz bu tez bağlamında şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki; 19. Yüzyıldan günümüze medya-iktidar ilişkileri, gelişmiş demokratik ülkelerde bile birbirinden kopmak şöyle dursun, birbiri ile daha çok iç içe geçmiş, daha karmaşıklaşmış ve birbirine daha bağımlı hale gelmiştir. Hegemonya anlamında bu durum çok büyük önem taşımaktadır. Çünkü özellikle medya, kendisinden tarafsızlık ve bağımsızlık beklenen ve kendisinin de bu yönde iddiaları olan çok sayıda kitle iletişim kurumundan oluşur. Medyanın iktidar grupları

ile yakınlığı değişik hegemonya biçimlerini ürettiği için, onu bu grupların sözcüsü ve savunucusu haline getirir. Özellikle 1970'lerden beri artan küreselleşme süreci çerçevesinde küresel medyanın yayın politikaları, küresel ulusötesi şirketlerden bağımsız kalmak yerine onların sözcülüğünü yapan anlayışları yaygınlaştırmıştır.

3.3. Medya İktidar İlişkileri Çerçevesinde Medyada Yaşanan Sorunlar

Medya ve iktidar alanındaki çatışmaların ya da iliştilirilm² anlamında iyi ilişkilerin yaşanması açısından en verimli dönemler kuşkusuz savaş dönemleri olmuştur.

“Amerikan kamu yetkilileri Birinci Dünya Savaşı sırasında hem doğrudan stratejik nedenlerle hem de fikir konusunda iletişim araçlarının kontrolünün önemini anlamıştır. Devlet Bakanlığı ve Senato, ulusal basın ajansı Associated Press ile bağlarını güçlendirmeye karar verir. Devlet Bakanlığı, daha önce çatışma sırasında, ajansa Latin Amerika ülkelerine savaşın gidişatının yanı sıra, ABD üzerine “nesnel” haberler iletmeyi arzuladığını bildirmiştir.” (Barbier ve Lavenir, 2001:149)

Medya mevcut toplumsal yapıların kolektif seslenicisi durumunda olduğu için bu yapıların kendi içerisinde verdiği mücadeleden ve iktidarla ilişki kurma biçimlerinden etkilenir. “Medyanın yapısı, aynı zamanda yerleşik öğretilere uyum sağlamayı özendirecek biçimde düzenlenmiştir. Bu gayet açıktır ki reklamlar arasındaki kısa sürede ya da 200 kelimeyle farklı bir savı ileri sürmek ya da kanıtlamak olanak dışıdır” (Atılğan, 2001:244). Bu bağlamda medya sadece mevcut iktidar tarafından yürütülen faaliyetlerin savunusunu ve buna paralel çıkarları

² ‘İliştirme’, önce Körfez Savaşı, daha sonra Irak’ın işgali yıllarında medya literatürüne giren ve Türkçe bir karşılık bulmanın zor olduğu ‘Embedded’ kelimesi için kullanılmıştır. Bu kelime Amerikan askeri birlikleriyle birlikte hareket eden, savaşı onların gözüyle gören, yazan, tıpkı bir asker gibi emirlere uyan, sözleşme imzalayan gazeteci için kullanılıyordu.

gündemine alabilir. Her iktidar bazı yerleşik ayrıcalıklı durumlar yaratır ve medyada sunulanlar yapı itibariyle bu ayrıcalıkların devamına hizmet eden bir doğrultuda var olmak durumundadırlar. Bu anlamda iktidarla dirsek temas ilişkileri içerisinde yer almayan bir medya organizasyonunun varlığını sürdürmesi pek olasılık dâhilinde değildir.

3.3.1. Medyanın Endüstrileşmesi ve Haberin Sanayileşmesi Süreci

19. yüzyılın başından itibaren kapitalist sistemin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan hammadde ve kaynak sıkıntısı ile birlikte burjuvazi bu kaynaklara erişim amacıyla sömürgecilik faaliyetlerine girişmiştir. Bu dönemde dünyanın büyük bir çoğunluğu, sömürge toplumlara dönüştürülmüştür. 20. Yüzyıl boyunca gelişen ulusal kurtuluş mücadeleleri ve anti-emperyalist bilinçle birlikte sömürgecilik faaliyetlerinin yürütüldüğü ülkeler genellikle ulus temelli olarak bağımsızlıklarını kazanmışlardır.

Önce hammadde kaynakları ve büyük köle işgücü olanaklarını kaybeden kapitalist sistem özgürlük mücadeleleri sonucu krize girmiş ve krizden kurtuluşun çaresi olarak yeni bir tür sömürgecilik tarzı geliştirmiştir. Bu sömürgecilik içerisinde, dış güçlerin doğrudan işgali değil fakat yine uluslararası tekellerin kontrolünde sözde demokratik görünüşe sahip, 4-5 yılda bir yapılan göstermelik seçimlerle meşruiyet kazandırılan kukla yönetimler eliyle içselleştirilmiş bir yönetim söz konusudur. “Büyüyen kapitalist sistemin yeni dinamikleri yeni bir sömürgeleştirme tarzını ve yeni bir tür emperyal yönelimi yarattı: Sadece çok eski zenginlik ve yağma düşkünlüğü değil, ama daha özgül olarak, iç pazarı yöneten kapitalist zorunlulukların, rekabetçi üretim ve sermaye birikim zorunluluklarının dışarıya doğru yayılması söz konusudur” (Wood, 2003:164). Ve bu işgal eskisine göre daha başarılıdır.

20 ve 21. yüzyılda bir ülkenin tüm kaynaklarının sömürge ilişkilerine açılması için o ülkenin silah zoruyla işgal edilmesi gerekliliği ortadan kalkmıştır. Böylelikle farklı muhalefet biçimlerinin önüne geçilmiş olmasının yanı sıra o ülke vatandaşlarının sessiz tüketiciler olarak üretilen ürünlerin gönüllü tüketimine dâhil edilmesi avantajı da doğar. Bağımsız bir ülkede yaşandığı sanısı, üretimi de tüketimi de artıran bir işlev görür. Büyük bir iktidar hegemonyası ve ona bağlı alt yönetimler söz konusudur.

Özellikle 1970'lerin ortasından sonra gelişmiş batılı ülkelerin tüm dünyayı evrensel bir tek pazar haline getirme politikalarının sonucu, **küreselleşme** olarak anılmaktadır. Küreselleşme süreci ile birlikte eski ulus-devlete dayalı yapılanma biçimi aşınmaya başlamış ve dünya geneline erişebilen çokuluslu ve ulus ötesi dev şirketler, devlet bütçelerini aşan yüksek gelirleri ile ekonomik, siyasal, kültürel, bilimsel ve diğer her alanda hayatın tüm süreçlerini belirlemeye başlamışlardır.

“Burada devletin ideolojik aygıtlarının yerini, imparatorluğun kontrol mekanizmaları almıştır. Buna göre, karşı konulamaz ve geri dönüşü olmayan bir gelişme olan küreselleşme, ulus devletlerin egemenliğinde bir gerileme yaratır. Ulus devlet egemenliğinin üç temel özelliği olan askeri, siyasal ve kültürel egemenliği imparatorluğun merkezi güçlerine devretmiştir.”
(Hardt ve Negri, İmparatorluk, 2001:328)

Kültürel anlamda egemen ideolojilerin aktarılmasında medyaya büyük roller düşmektedir. Ayrıca bu aktarımı yaparken yerel görünüm altında yapılması da büyük öneme sahiptir. “Küresel sermaye, yerel sermayeler aracılığıyla, diğer siyasal ve ekonomik seçkinlerin işbirliği içinde hüküm sürebileceğini anlamış bir sermaye biçimidir. Onları silip atmaya kalkışmaz; onların aracılığıyla işler.” (Uluç, 2003:211) Küresel ilişkilerinin yasında, sert bir cisimle şekil verilemeyen bir nesnenin eritilerek istenilen şeklin verilmesindeki benzeyen bir mantık devrededir.

Medya, toplumsal bilginin, kültürün oluşturulması ve yeniden üretilmesi anlamında en önemli ideolojik araçlardan biri durumundadır. Medyanın üstlendiği en önemli görevlerden biri haber vermek ve kurmuş olduğu organizasyon yapısını kullanarak kamuoyunu bilgi sahibi olmadıkları konularda bilgilendirmektir. Bu noktada, habercilik, kamuoyunu en doğru, tarafsız, hızlı ve güvenilir bir şekilde bilgilendirme işi olarak tanımlanmaktadır. Demokratik toplumlarda haber medyasının temel işlevi, mevcut siyasal ve ekonomik iktidar ve güç merkezlerine karşı kamuoyunun yanında olarak gerçekleri sunmak şeklinde tanımlanabilir. “Haber” sözcüğü iletişim sözlüklerinde “henüz olmuş, dikkate değer veya olağandışı olay” olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 1995:47). Haberin bir diğer unsuru da yayınlanmış olmasıdır. Yani haber, “daha önce bilmediğimiz, yeni, ilginç bir olayın haberci medyada yayınlanmış halidir. (Arşan, 2003:136)”

Haberin pazara sunulan diğer ürünler gibi metalaşmasıyla birlikte habercilik bir sektör ve sanayi haline gelmiştir. Yani medya endüstrileşmiş ve haber sanayileşmiştir. Bu noktadan itibaren gerçeğin ne olduğu değil hangi haberin satacağı ön plana çıkacaktır. Bu noktadan sonra artık “haber, ya öncelikle ve en iyi biçimde bir tarih, ya edebiyat malzemesi, ya toplum koşullarının bir kaydı, ya halkın tutkularının bir ifadesi ya da gazetecilerin önyargılarıdır. Bütün bunların hepsi de olabilir ama en kötü biçimiyle sadece bir ‘dolgu’, reklâmlar gelene kadar izleyicinin ilgisini ayakta tutan bir ‘tuzak’tır. (Postman ve Powers, 1996:28)”

İnsanları bilgilendirmek için oluşturulan medya kurumları, kitle iletişim araçlarının sahibi olan veya onlarla aynı safta bulunan zümrelere manipülasyon yoluyla kâr sağlamasının yanında sektör olarak da kâr üreten bir alan durumundadır. Kitle iletişim tarihi boyunca habercilik tüm dünyada önemli oranlarda ekonomik kâr elde eden sektörleri yaratmış ve bunun arkasında yatan en belirleyici etken ekonomi-politik süreçler olmuştur. Medya eğlence üreten dev bir sektöre dönüşmüş ve haberci sadece bu sektörün bir çalışanı durumuna gelmiştir. Günümüzde televizyon

haberlerinde görmeye alıştığımız görüntülerden biri de izlediğimiz ekranın köşesinde o haberi “üreten” ajansın logosudur. Habercilik bir sektör, haber de artık bir “ürün” olduğuna göre ajanslar çektikleri görüntüleri ve ürünlerini mümkün olan en iyi fiyatla pazarlamaya çalışan pazarlamacılar durumuna gelmişlerdir.

Haberlerde, geniş bir izleyici kitlesine hitap edebilmek için genellikle ele alınan olayların duygusal boyutu ön plana çıkartılır. Bu duygusal boyut her zaman eğlendirici olmamaktadır. Televizyon, kurmaca dünyası ile küçük sıkıntılar, mutluluklar ve sevinçlerle canlanan ama genelde tekdüze yaşamımıza bir başka boyut katar. “Öyle ki, tamamen gerçek olaylara ve karakterlere dayalı olan haberler ve haber programları bile, geleneksel anlatı ile yeniden kurulmuştur. Yani gerçek, insanları, soruları, olayları (iyi-kötü, kahraman-kötü adam, birey-toplum, biz-düşmanlar gibi) iki karşıt gücün çatışmasıyla tarif edilen anlatılara dönüşmüştür” (Poyraz, 2002:70).

Yeni haber medyasında her türlü olay metalaştırarak haberleştirilmekte ve eğlence unsuru haberin ana unsuru haline getirilmektedir. Burada Neil Postman’ın belirttiği gibi;

“... eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisidir. Neyin gösterildiğinin ya da hangi bakış açısının yansıtıldığının hiçbir önemi yoktur; her şeyin üstünde tutulan varsayım, hepsinin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır. Bu nedenle, bize her gün trajedi ve barbarlık örnekleri sunan haber programlarında bile televizyon muhabirlerinin bu haberleri yarınla ilişkilendirme teranelerini dinleriz. Peki, ne adına? Birkaç dakikalık cinayet ve sakatlama görüntülerinin bir ay boyunca uykusuz geceler yaşanmasına neden olacak malzemeyi meydana getireceği düşünülür. (Postman, 1994:100)”

Ölüm iyi bir sansasyon aracı olarak, gösterilebilir ve dolayısıyla izlenebilir olduğunda iyi bir seyirlik olaya dönüşür. Örneğin çoğu gazete ve dergide gördüğümüz cinayet haberleri de insanların sadece izlediği seyirlik bir forma dönüşmüştür.

“Cinayet haberleri ve cinayet dergileri okuyucuya, meraklısına zevk verir. Hiçbir yıkıcı, tahrip edici potansiyele sahip değildir: Toplumu ve cinayeti tutucu bir şekilde anlar ve cinayet egemen hukuk ve düzen çerçevesi içerisinde değerlendirilir. Cinayet ve caniler düzen ve hukuka karşı tehlikelidir. Ayrıca gerici ve iç karartıcıdır. Cinayet ve sansasyonel haberler ve hikayelerde yaratılan ahlaki moral panik baskıcı hükümet ve adalet organlarının intikamını haklı çıkarmada kullanılır (Alemdar ve Erdoğan, 1994:31)”.

Özellikle küreselleşme süreci sonucunda ortaya çıkan dijital çağ olanca hızıyla devam ederken, medya sektöründeki yoğunlaşma da artıyor. Medya endüstrisi dahilindeki şirketlerin denetimi ve kontrolü giderek az sayıdaki büyük şirketin elinde toplanıyor, dev medya kartelleri oluşuyor ve kamuoyunun istenen şekilde yönlendirilmesinde de bu dev medya kartelleri büyük rol oynuyor. Medya endüstrisindeki yoğunlaşma ile birlikte bazı şirketler, belirli alt sektörlerde sahip oldukları birden fazla ürün ve kuruluşla o sektörde yer alan farklı hedef kitlelerini ve dolayısıyla da piyasayı kontrolleri altında tutmaya çalışıyor. Bazı gruplar genel izleyiciye hitap eden bir televizyon kanalının yanında ek olarak bir de haber kanalı kurma veya farklı hedef kitlelere seslenmeye dönüş çok sayıda farklı gazeteler ve dergiler çıkartma hedefini güderken bazıları çapraz mülkiyet olarak da ifade edilen bir yoğunlaşma sonucunda, belirli bir araç üzerindeki denetimlerini birleşme ve satın almalarla daha da güçlendirmeyi hedefliyor (Sönmez, 2010:21).

Medya endüstrileri tarafından üretilen ürünler artık tek başına ulusal pazarlara dönük olarak değil, uluslararası pazarlar da hesaba katılarak üretiliyor. Medya endüstrisinde faaliyet yürüten şirketlerin yüksek kâr hedefleri sektördeki uluslararasılaşmanın önünü açtı. Sermayenin uluslararasılaşmasıyla beraber şirket satın almalar, birleşmeler ve çeşitli işbirliği anlaşmaları da yoğunlaşmıştır. “Özellikle ABD’de medya endüstrisi, sayısı 10’u geçmeyen dev bütçeye sahip çokuluslu şirket tarafından yönlendirilmektedir. ABD’de film stüdyoları, televizyon şebekeleri ve küresel müzik pazarının yüzde 85’ini bu çok uluslu şirketler kontrol etmektedir” (Thussu, 2007:29-30). Bu tekelleşme de ifadenin yönü açısından tayin edici olmaktadır.

3.3.2. İnfotainment Sorunsalı

Medya mevcut gerçek yerine hayali, kurgusal ve suni gerçeği bir ürün haline getirerek en alıcı ambalajlar içerisinde pazarlıyor. Medya gerçeği öldürüyor ve yerine sahte ve sanal bir gerçeklik dünyası yaratıyor. Bunu yaparken de, öldürmek için zehri en tatlı yiyeceğin içerisine koyuyor. “İnsanlar, kısa dönemler için de, güvenilir saydıkları kaynaklardan gelen iletileri de, güvenilir saymadıkları kaynaklardan gelen iletileri de ilgi çekici bulmakta, ikisine de kulak vermekte, dinledikleri ya da okudukları iletinin içeriğini eşit derecede algılayıp akılda tutmaktadır” (Oskay, 2001:87). İnsanlar bütün bu medya mekanizması tarafından etkisinden kaçamayacakları yoğun bir mesaj bombardımanına tabi tutuluyor.

Habercilik anlamında yaşanan ise görselliği ön plana çıkararak kurgusal, sahte gerçeklerle bir anlamda asıl gerçeğin örtülmesidir. Zaman zaman asıl gerçeğin değil de sanal gerçeğin doğru kabul edilmesine insanların bizzat kendisi gönüllü olur. Oskay’a göre bunun nedeni, insanların yaşadıkları toplumsal hayatın rasyonel olmayan boyutu karşısında seçeneksiz ve yalnız hissetmeleridir (Oskay, 2001:88). Ve egemenler bu seçeneksizliği çok da iyi kullanırlar. İletişim psikolojisi sonuçları göstermiştir ki, insanlar mesaj almak anlamında gördükleri gerçeklere değil görmek

istedikleri Şeye inanrlar. Tahakküm ideolojisi asıl gerçeğin üzerini örtüp sahte mitler ve sabun köpüğü uçuculuğunda olan “soap operaları” üreterek kendi durumlarını meşrulaştırırlar. Nazi döneminde Propaganda Bakanı olan ve aynı zamanda o dönemin ideolojik muhtevasını belirlemiş kişilerin en önde gelenlerinden biri durumundaki Joseph Goebbels'in söylediği gibi; söylenen yalan ne kadar büyükse inanan da o kadar fazla sayıda olur ve bir yalan ne kadar uzun süreyle tekrarlanırsa o kadar fazla sayıda insan buna inanır. Zaten Goebbels'e göre Hıristiyanlık 2000 yıldır aynı Şeyi tekrarlaması sayesinde tüm toplum dahilinde bu kadar etkili olmuştur (Oskay, 2001:87).

Kendi hayatının öznesi olma durumundan çıkarılmış ve nesneleştirilmiş olan insan kendi hayatının seyircisi durumuna düşürülmüştür.

“Bu durumuyla insan konumu doğal yasalar ile açıklanamayan toplumsal bir ara varlık olduğundan tüm homo sapiens türünü ilgilendirmesi gereken genel bir kimlik krizine girmesi kaçınılmaz olmakta ve daha bugünden televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçları üzerinden dünyada olup bitenleri öğrendiğini sanan bizlerin konumu giderek Platon'un ünlü mağara öyküsünde tanımladığı insanların durumuna benzemektedir. Bugün, bilgisayar ve enformasyon teknolojisinin bu kavranması zor gelişmesi (Cengiz Han'ın saldırılarından ayırmak için olsa gerek) pozitif barbarlık olarak adlandırılmaktadır. (Teber, 2001: 140)”

Tuchman “haberi” bize öğrenmek istediğimiz, öğrenmeye ihtiyaç duyduğumuz ve bilmemiz önemli olan konuları bize söyleyen bir çerçeve olarak değerlendirir. “Dünyaya bakan bir pencere olarak haber, diğer çizilen çerçevelerde olduğu gibi, gerçekliği belli bir bakış açısıyla resmetmektedir. Haber böyle bir çerçeve olarak değerlendirildiğinde, pencerenin küçük mü, büyük mü, temiz mi, kirli mi, caddeye mi yoksa arka bahçeye mi baktığı gibi sınırlamalar da kaçınılmaz olarak

doğal etkenlerdir” (Poyraz, 2002:67). Son yıllarda giderek yoğunlaşan bir süreçle haberi izlenir kılmak yani satmak için içerisinde eğlendirici öğeler daha fazla kullanılır olmuştur. Kapitalist kitle iletişim anlayışında ileti “mesaj” (haber, program, eğlence, spor) içine hapsedilmiştir. Bu hapsetmeyle mesaj yansızlaştırılmış ve ona genellik karakteri verilmiştir. Aslında toplumsal iletişimin mesajları materyal ilişkilerdeki egemenlik mücadelesinin belli yer, zaman ve araçtan geçen belli biçimdeki ifadeleridir (Erdoğan, 1997:46).

Yaygın piyasa koşullarında medyanın genel anlamda sundukları içerisinde bilginin kullanımı giderek gerilemiş ve haberin içeriği de zamanla çok değişmiştir. Çünkü gazetelerin verdikleri haberler ve televizyonlardaki haber bültenleri en başta olmak üzere toplumsal ve siyasal içeriğe sahip tüm programlar ve yapımların arkasında bir ticari amaç aranır hale gelmiştir. “Haberin sıradan bir meta olarak kabulü gazetecilik mesleğinin farklı bir kamusal hizmet olma özelliğini de ortadan kaldırmaya başlamıştır. Basının kamuoyunu bilgilendirerek aydınlatma ve onun özgürce oluşumuna katkıda bulunmasını sağlayan habercilik işlevinin yerini, haber (information) ve eğlence (entertainment) sözcüklerinden türetilen infotainment yani habeglence süreçleri almıştır” (Tılıç, 1998:47).

Kamuya faydalı hizmet sunuyor olmanın tek ölçütü izlenme oranı olduğundan, eskiden eleştirildiği haliyle haberlerin kuru ve tekdüze oluşunu aşmak için habercilik abartılı ve sansasyonel sunuşlarla yapılmaktadır. Bu da vasat bir kültürün sürekli olarak yeniden üretimine neden olmaktadır. Böyle şamatalı sunuşların ardında sıkça karşılaşıldığı üzere haber çarpıtma (misinformation) ve haber gizleme (disinformation) yöntemleri gözlerden kaçabilmektedir. “Diğer işyerlerinde olduğu gibi medya kuruluşları da alıcılara ürün satar. Onların piyasası reklamcılar, ürünü ise izleyicilerdir ve gözler reklam oranlarını büyüten daha zengin izleyicilere dikilmiş durumdadır” (Chomsky, 2002:12). Bu tür haberlerde kriz dönemlerinde artış görülmüştür. “Sonuçta vur patlasın çal oynasın türünden haber

programları yapma eğilimi ortaya çıkıyor. Haberler televoleleşiyor. En çok reyting alan ana haber programları, haberleştiren değil, haberi bile eğlence sosuna bulayarak veren yani ‘habeğlendiren’ programlar oldu çıktı.” (Tılıç, 2001:63). Özetle söylemek gerekirse, eskiden radyo ve televizyonlarda bir kamu hizmeti olarak görülen ve sunulan kamusal yayıncılık, habercilik ve gazetecilik bütün dünya çapında büyük yaralar almıştır. Artık önemli olan insanları ekrana çekecek türden haberleri bulup üretmek ve reytingi yükseltmektir. Zaten reklam verenlerin de isteği bu yöndedir.

Fakat aslında infotainment ya da “habeğlendirme” süreci bununla sınırlı değildir, aynı zamanda gerçekleri ve insanların tepki verebilecekleri olayları sulandırarak veya acı ilaçları tatlandırarak insanların bünyelerinin kabul edebileceği noktaya getirmektir. Propaganda yapmanın en önemli ipuçlarından biri olacak şekilde, zehri en tatlı içeceğin içerisinde azar azar sunmaktadır. Böylece kişi zehirlendiğini fark etmemektedir. “Medya, bir yandan reklâm/ilan ile tüketim ihtiyacını körüklemeye çalışırken, diğer yandan ülkede kaos olmaması için statükonun korunmasına hizmet etmektedir. Kurulu statükonun devamı, medyanın ve çıkar birliği içinde olduğu siyasi ve ekonomik iktidarların mevcut faaliyetlerini kolayca yapmasına olanak sağlar” (Miege, 2011:57). Bu nedenle magazinleştirilen habercilik anlayışı toplumsal pasifizasyona hizmet ediyor, boş ve değersiz bilgilerle oyalanması hedeflenen halk, asıl bilmesi gereken konuların gözünün önünde kaçırıldığını fark edemiyor. Tabi ki bu noktada Thussu’nun da belirttiği gibi (Thussu, 2007:63) küresel infotainment, bu alanda faaliyet yürüten çok uluslu şirketler tarafından yürütülen neoliberal gündemi örtme amacına hizmet etmektedir.

3.3.3. Sahibinin Sesi Olmak: Habercinin Dönüşümü

Medyanın gerçek haber verme ve objektifliğini korumak anlamında görevini yerine getirmesinin belirleyeni anlamında en büyük yeri medya ve sahiplik ilişkileri tutmaktadır. Tılıç’ın açıkladığı gibi (Tılıç, 2001:62) yeni sahiplik yapısı

editöryal bağımsızlık açısından oldukça vahim sonuçlar doğurmakta, medya yöneticileri meşruiyet üretimlerinde mesleki ilkelerden çok medya-sahibinin mülküyle olan ilişkilere yaslanmaktadırlar.

Thussu'nun da bu konuda belirttiği gibi şirketlerin haberlerin içeriğine yönelik etkisi bazen çok doğrudandır (Thussu, 2007:64). Chomsky burada “Kâr Açlığı” adlı bir belgesel programı yayınlanmasının ardından Gulf-Western adlı bir şirketin daha önceden sağlamış olduğu desteği kaybeden WNET TV istasyonunu örnek veriyor. Bu program sonrasında TV istasyonu iş dünyasından çok sayıda tepkiyle karşılaşmış ve aynı hatayı yapmayacağı noktasında uyarı yapılmıştır (Chomsky, 2002:13). Burada Türkiye’den de pek çok örnek verilebilir. Sermaye yapısının değişimi; global düşünüp yerel uygulayanların sayısının artması; izleyicilerin, okuyucuların ‘tüketiciler’ olarak anılmaya başlamaları; özelleştirme hareketleri; rekabet artışı ve tüm olup bitenlerin iletişim alanına yansması 1990’ların ikinci yarısından itibaren yeni bir medyanın ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir (Hızal, 2002:100).

Tılıç’ın belirttiği gibi,

“patronunuz POAŞ’ın özelleştirilmesiyle ilgileniyorsa, nükleer santral ihalesine girmişse, orada çalışan bir gazeteci olarak özelleştirmeye karşı çıkan işçileri nasıl haber yapacaksınız ya da nükleer santrallerin tehlikeleri üzerine nasıl haber yapacaksınız? Bu konulardan bazen işten olma endişeleri ile uzak duruyorsak, bazen de kurumumuzun çıkarlarını meslek ilkelerinden daha fazla içselleştirerek, çalıştığımız grubun çıkarlarının cansiperane savunucusu oluyoruz. (Tılıç, 2001:62-63)”

Böylece medyanın gücü sayesinde medya sahibi kendi çıkarına bazı imtiyazlar elde etmiş oluyor. İnsanların en temel ihtiyaçlarından olan ve karşılıklı bir alış-veriş ifade

ve iletişim bu noktadan itibaren sermaye sahiplerinin tek yönlü bir propagandif mekanizmasına dönüşmeye başlıyor.

Günümüz medyasının egemen unsurları sadece gündemi belirlemekle kalmazlar. “Kısacası, büyük medyalar (özellikle, başkalarının genellikle izlemekle yetindikleri gündemi belirleyen elit medyalar), ayrıcalıklı izleyicilerini diğer işyerlerine ‘satan’ kuruluşlardan oluşur. Bunların sundukları dünya tablosu satıcılarla alıcıların perspektif ve çıkarlarını yansıtıyorsa buna şaşırılmaz” (Chomsky, 2002:12). Yine Chomsky’nin belirttiği gibi (Chomsky, 2002:27), büyük medya patronları birer şirket yöneticisi oldukları için ait oldukları sınıfın çıkarlarını savunmaktadırlar. Hatta sadece bir sınıfın çıkarını savunmakla kalmamakta, kendilerine görev olarak ‘halkın kendi düşüncesinin kendi kendine oluşmasına olanak vermemek’ yaklaşımını benimsemektedirler. Çünkü temel konularda düşüncenin kendi kendine oluşmasına izin verilmesi durumunda halk düşüncesi kendiliğinden akarak önceden tahmin edilemeyecek noktalara gidebilir ve bilindiği üzere günümüzün kitlesel tüketim toplumlarında sürprize yer yoktur. Hatta bu amaç doğrultusunda aldatıcı faaliyetler yapılması bile gündeme gelebilir. Bu konuda Chomsky, Sir Lewis Namier’in şu sözlerini aktarmaktadır “Kitlelerin düşünme tarzları ve eylemlerindeki özgür irade, gezegenlerin dönüşünde, kuşların göçünde ve yaban faresi sürülerinin denize girişinde görülenden daha fazla değildir” (Chomsky, 2002:29). Yani bu anlayışa göre kitlelerin karar alma süreçlerine kendi düşünceleri doğrultusunda anlamlı bir şekilde müdahil olmaları sadece felaket getirebilir. Biraz daha derine inildiğinde bu mantık, insanların kendilerinin yarattığı gerçek dünyalarının, sanal dünya tasarımıyla değiştirilmesini gerekli kılabilir. Bu amaç doğrultusunda sanal toplumsal kurumları bir arada tutacak psikolojik harç medya tarafından sağlanır. İnsanların bir arada özgürlük içerisinde yaşadıkları sanrısının yaratılması anlamında medyanın da önemli rolü vardır.

Canlı yayınlarla sanal bir gerçeklik yaratılmakta, asıl gerçek bu şekilde kurban edilmektedir. “Daha önce de söylediğimiz gibi, televizyon basitlik medyasıdır; dolayısıyla aşırı bilgi verme (surinformasyon) neredeyse otomatik olarak bilgi vermemeye (desinformasyon) yol açar. Reel zamanda yayınlanan, çoğunlukla içi boş haber çığı, izleyiciyi (veya dinleyiciyi) aşırı heyecandırır ve onda, haber edindiği yanılması uyandırır.” (Ramonet, 2001:277) Kurgusal anlamda pek çok uydurma görüntü Irak istilas sırasında kullanılmıştır. Petrole bulanmış karabatak kuşu görüntüsü, Irak’a yapılan saldırıların meşrulaştırılması için kullanılmış, sonradan bu görüntülerin aslında yıllar önce Fransa’da çekildiği anlaşılmıştır. Ayrıca sanal anlamda oluşturulan görüntüler gerçeğin o kadar önüne geçmiştir ki, savaşta ölen binlerce sivilin görüntüsü sonradan uydurma olduğu anlaşılan karabatak görüntüsünün yarattığı kadar etki yaratamamıştır. Bu oyunu ve yarattığı etkinin gücünü Oskay şu şekilde açıklamaktadır:

“Bu kitleler yalnızca dizileri izlerken değil, Körfez savaşındaki olayları, Saddam’a ilişkin doğru ya da magazinleştirilmiş haberleri, savaşta belirleyici duruma gelmiş gibi görünen teknolojinin işleyişini izlerken de gerçeği değil, medya tekellerinin ve bunların arkasındaki metropol ülkelerdeki egemenlik yapısının kurguladığı ideolojik bir ‘dünya tasvirini’ izlemektedir. Dünyanın bu ideolojik tasviri, kitlelerin hayatı ve insanları, realiteyi algılama kalıplarının olduğu gibi yinelenmesine dayanan bir kolaj gibidir. Bu dünya tasvirinin kitlelere sentimentalize edilmiş görüngülerinin işlendiği bir ‘soap opera’ formundadır. Marx’ın Yahudi Sorunu’nda anlattığı süreçle kendi yalnızlığı içerisinde çırılçıplak kalmış olarak evlerimizde izlediğimiz TV dizilerinin aynılığı ile kiteselleşmiş, edilginleşmiş, seyircileşmiş bizleriz (Oskay, 2001:112-113)”.

Fotoğrafın ve görüntünün propagandif silah biçiminde kullanıldığını belirten Berger’in de söylediği gibi (Berger, 1986:81) toplumun nabzını tutmak için halk

kitleleri herhangi bir eylem öncesi ve sonrasında iktidar tarafından kamuoyu oluşturma hedefiyle bir görüntü bombardımanına tutulur.

“Kitle iletişim araçlarının bu denli çoğaldığı, hayatımızın her alanını bu denli kapladığı günümüzde görebildiğimiz, izleyebildiğimiz, öğrenebildiğimiz hayatın gerçek yüzü değil de, onun sistem açısından yapılmış kurgusal bir replikası ise; sokaklarımızdaki binaların duvarlarından tutun da, odalarımıza dek her yanı dolduran iletiler gerçek bir iletişimden çok bir gürültünün serpintileri ile yaşadığımız, kabullendiğimiz bugünkü hayat tarzımızı yeniden değerlendirmemiz gerekiyor (Oskay, 2001:114)”.

Günümüz dünyasını bir “görünümler evreni” olarak nitelendiren Baudrillard'a göre bu aynı zamanda bir “caydırma evrenidir”.

“Caydırmanın en önemli silahıysa görüntüler + söz = medyadır. Gerçeğin ya da gerçekliğin tamamını görüntü veya sözlere dönüştürerek, gerçeği ya da gerçekliği teknolojinin yardımı ile saf dışı bırakan bu sistem, kitleleri bitip tükenmek bilmeyen bir görüntü, ses ve yazı bombardımanına tutarak onları ikna etmeye, yani kendisinin sağlıklı, güvenilir ve başarılı bir sistem olduğuna inandırmaya ve bu inancı ayakta tutmaya çalışmaktadır (Baudrillard, akt. Adanır, 1998:13)”.

Artık her türlü görüntü, savaş ve anlam yaratma mekanizmasına emanet edilmiştir. Medya ideolojik mücadele alanının bir öznesi olarak bu anlamda çalışmalar yürütmüştür (McLellan, 2005:53). Bu noktada sanal senaryolarla sanal gerçeklik yaratmanın dönemi hâkimiyetini ilan etmiştir.

“Halkın görüşlerini ve onayını yaratma dönemi artık haber yaratma dönemine dönüştü. Yakında haber ajansları işe gazeteci yerine aktör almaya başlayacak. Amerikan eğlence programları gittikçe daha şiddetli, savaşçı bir görünüm aldıkça,

Amerika'nın savaşları da eğlence programlarına benzer oldu ve bu iki endüstri arasında ilginç örtüşmeler ortaya çıktı. Katar'da General Tommy Franks'ın Şok ve Dehşet Operasyonu'nun haberlerini yayınlarken kullandığı 250 bin dolarlık televizyon sahnesinin tasarımcısı, aynı zamanda Walt Disney, Metro Goldwyn Mayer ve 'Günaydın Amerika'nın sahne tasarımlarını yapmıştı. Amerika'nın haber ve eğlence endüstrisi bir kaç dev şirketin kontrolünde. Bunlar, AOL-Time Warner, Disney, Viacom ve News Corporation. Dışişleri Bakanı Colin Powell'ın oğlu, Federal İletişim Komisyonu Başkanı Michael Powell, iletişim endüstrisinin daha da kuralısızlaştırılmasını, yani güç odakları arasındaki bağların daha da rahatlatılmasını önerdi.” (Roy, 2004)

12 Eylül ile birlikte toplumsal muhalefete ve bu muhalefetin yanında duran aydınlara, yazarlara, gazetecilere ve habercilere yönelik baskılar artmıştır. Ahmet Oktay tarafından aktarılan bilgilere göre 1980-1984 yılları arasında çok sayıda gazete ve dergi süresiz olarak kapatılırken bazıları da süreli olarak kapatılmaktan, her türlü baskı ve sansürden nasibini almıştır (Oktay, 1993:132). Bazı gazeteciler baskı ve tehditlerle sindirilmiş, bazıları da sinmeye gönüllü olmuşlar, bunu kendilerine pozisyon açmanın fırsatı olarak görmüşlerdir.

İktisatçı Mustafa Sönmez sektörde o dönem yaşanan dönüşüme yönelik yapmış olduğu analizinde 1980'lerin ortasından itibaren Türkiye medyasının farklı bir nehir yatağında yüzmeye başladığını iddia ediyor (Sönmez, 2003:35). Sönmez'e göre “bu yeni dönemde medya artık bir sanayi kompleksi içerisinde yeniden üretimini kendisini de büyüterek sağladı. Bu yeni dönemde medya dışı sermaye mevcut sektöre herhangi bir sanayi dalına girer gibi girdi ve bunun kurallarını da taşıırken sektörün eskilerine de aynı kurullarla bir sanayi kompleksi çerçevesinde üretimi gerçekleştirme ya da sektörden zorunlu olarak ayrılma şartlarını dayatmış oldu” (Sönmez, 2003:42). Büyük sermayenin bu dönemde medyaya yönelik ilgisinin artmasında medyanın sahip olduğu “ikna” gücünü paylaşma, siyasi çevrelerde itibar

sağlama, gerektiğinde bu güçlü silahı kendi amaçları doğrultusunda savunma veya saldırı güdüsüyle kullanma, diğer sektörlerdeki yatırımları için etkinlik alanını genişletme, devletle iyi ilişkiler sayesinde o dönemin yeni gelişmesi olan kârlı özelleştirmelerden daha iyi pay alma çabası etkili oldu.

1990'lı yıllarla birlikte Doğu Bloğunun da ortadan kalkmasıyla artık karşısında dengeleyici konumda herhangi bir güç bulamayan neoliberalizm, zaferini ilan etmiştir. Önce Yeni Dünya Düzeni adı altında başlayan bu dalga, bu adın açıkça toplumsal mühendislik kokması nedeniyle “Küreselleşme” adını alarak iyice hız kazanmıştır. Böylece halktan kopuk, elitist, çıkarı statükonun sürmesinden yana olan, sahibinin sesi olacak şekilde var olan eşitsiz sistemi savunan “seçkin” bir zümre ortaya çıkmıştır. “Medyaları yöneten ‘seçkin’ profesyoneller seslendikleri insanlardan çok kopuklar; onlara hesap verme zorunlulukları yok. Müşterilerden ‘seçkin’ profesyonellere akan enformasyon, pazar araştırması verilerinden (okur ve izleyici ölçümleri) oluşuyor ve denetim amaçlarına hizmet ediyor (Şahin, 1991: 40)”.

1980'li yıllardan itibaren üst orta sınıfın en tepelerine doğru tırmanmaya başlayan yeni hâkim medya sınıfı, sahip olduğu imtiyazları yitirmemek için kendisinden istendiği şekilde yazmaya başlamıştır. Bu nedenlerle köşe yazarlığı iktidarla halk arasındaki kritik öneminden dolayı özgür bırakılan bir alan olmaktan çıkmış, bu durum bir yanda iktidara yakın olumlamacı ana akım yazımcılığı diğer yanda da her türlü riski göze almak durumunda kalan muhalif ve eleştirel yazımcılığı birbirinden uzak noktalarda konumlanmak zorunda bırakmıştır.

3.4. Ekonomik Gereklilikler

“Reklam, tarihi oldukça eski olan ve değişik iletişim kanallarını kullanarak faaliyet gösteren önemli bir satış ve pazarlama yöntemidir. Gerçek anlamda ilk reklam örneklerine M.Ö. 3000'li yıllarda rastlanmıştır. Çığırtağın yaptığı reklamlar, tabelalar ve tekrarlar reklamların ilk oluşumunu göstermiştir” (Barbier ve

Lavenir, 2001:10). Habermas 1500'lerde profesyonel anlamda ilk gazetenin ve ilk medyanın doğuşunu açıklarken Avrupa'nın Medici, Fugger, Walser gibi büyük, soylu ailelerinin kendi aralarındaki iç haberleşmeler ve bunun da ötesinde bahsi geçen bu büyük ailelere tüm dünyadan gelen veya kuryeler kullanarak büyük bir güvenlik dahilinde birbirlerine gönderdikleri mektuplardaki değerli bilgi çıktıktan sonra kalan kısım, yani haberlerin ticari olarak işe yaramayan kısımlarından oluştuğunu dile getirir (Habermas, 2015:78.). Matbaanın icadı medyayı ve onun ekonomik destek anlamında varlığını sürdürmek biçimindeki bir zorunluluk olan reklamı da daha yaygın hale getirmiştir. Yani medya ve reklam birbirinden ayrı düşünülemez iki olgu durumundadır.

Sanayi devrimiyle birlikte üretim ve tüketimin kitleselleşmesi ve daha da ticarileşmesi satış kanallarını artırma anlamında reklamın dolayısıyla da medyanın kullanımını artırmıştır. Önce radyo sonrasında da televizyonun hayatlara dâhil olması ile birlikte medyanın ve dolayısıyla onun arkasındaki ekonomik güç olan reklamların toplumun en derin katmanlarına kadar nüfuz edebilme gücü gelişmiştir. Reklam, haber ve eğlence arasındaki çizgilerin daha da belirsiz hale geldiği günümüzde ise bir yayının reklam olmadan hayatını sürdürmesi düşünülemez durumdadır. Kapitalist toplumda hegemonya anlamında belirleyici konumundaki şirketlerin kâr hanelerinin daha artırılması hedefiyle tüketimin körüklenmesi daima çağdaş reklamcılığın temel gündemi konumundadır (Radford, 2004:78). Gramsci'nin belirttiği gibi hegemonik güç varlığını sürdürmek için tahakküm altındakilerin gönüllü rızasına gereksinim duymaktadır ve bu gönüllü durumun sürdürülmesi için de tüketimin artırılması dolayısıyla da reklamlar üzerinden medyanın seferber edilmesi zorunlu bir durum olarak ortaya çıkmaktadır (Gramsci, 1986:77).

Kitle iletişim araçları, yönetici elitlerin kendi felsefelerini, kültürlerini ve ahlaklarını genele kabul ettirerek zenginliklerini, güçlerini ve statülerini devam ettirmek için kullandığı araçlardır (Lull, 1995:64). Kitle iletişim araçları

hegemonyayı korumak ve kitlesel rıza üretimi elde etmek adına genellikle göz boyamacılığa başvurur ve bunda en büyük payı üstlenen reklamlar yoluyla sahte bir dünya yaratılmaya çalışılır. Bu amaç doğrultusunda kullanılan hayali üretim araçları asla gösterilmez. Yani sentetik olarak üretilmiş yapay medya ürünleri alıcılara sanki doğalmışcasına sunularak kitlesel bir ilüzyon yaratılır. Kitle iletişim araçlarının sağladığı teknik olanaklar bu yanılsamayı daha ileri boyuta taşıyarak kitlenin içinde bulunduğu gerçeklikten kopmasına neden olur. Tüm bu yanılsamalar üzerinden yapay hayatlar üretilerek insanların düşünmeden onay vermesi ve birlikte davranma ihtimali yok edilmiş atomize birey şeklinde mükemmel birer tüketici olmaları beklenir.

3.5. Hegemonik Söylemi Sürdürme Beklentisi

Gramsci'ye göre hegemonik söylemin sivil toplum içerisinde üretildiği fabrikalardan en önemlisi kiliseydi (Gramsci, 1986:89). Yani kilise sivil toplumun önemli varlık alanlarından birisini oluşturuyordu. Örneğin hegemonya kuran adına devleti temsil edenlerle kilise temsilcilerinin vardığı uzlaşlar, sivil toplum açısından büyük çaplı kazanımları meydana getiriyor ve kilisenin ideolojik türdeşliği ve ideolojik yapısının taşıdığı önemle birlikte devlet, toplum üzerindeki etkinliğini yeniden üretmeyi başarıyordu. Bu bağlamda Hristiyanlık ve de bunun o dönem Avrupa ve Amerika'daki temsilcisi olması açısından kilise, dinsel topluluk içerisinde bir öğreti birliği sağlama bağlamındaki tavrı itibariyle, toplumun yüksek katmanlarıyla alt katmanları arasında en azından dinsel temelde radikal bir kopma yaşanmamasına dönük entelektüel çabalar içerisindeydi. Uzlaştırıcılık ve arabuluculuk anlamında sivil toplum ve hegemonya açısından kültürel ve entelektüel boyuttaki öğeler ön plana çıkarılıyordu.

Kilisenin günümüzde sivil toplum ve hegemonya açısından işlevini yitirmesiyle birlikte hegemonik söylemin sürdürülmesi görevi daha geniş kitlelere

anında ve eş zamanlı olarak ulaşmayı mümkün hale getiren medya tarafından üstlenilmektedir. Fiske, metin ile okur arasındaki etkileşim sonucu reklamlar aracılığıyla üretilen anlamların, başat konumdaki değerler sistemine ve topluma belli ilişkiler dizgesiyle bağlı olarak ideolojinin desteğini kullanmak suretiyle inşa edildiğini belirtiyor (Fiske, 1996:212).

İletişimin ve tüm anlamların arkasında bir toplumsal ve siyasal boyut bulunduğunu ve bu anlamların toplumsal bağlamları ortaya koyulmadan anlaşılacaklarını daha önce belirtmiştik. Burada amaç daima statükoyu koruma hedeflidir çünkü iktidarı elinde bulunduran sınıflar tek başına malların değil, aynı zamanda düşünceler ve anlamların üretimi ve dağıtımını da kontrol altına almaya çalışırlar. Bu durum siyasal propaganda için de geçerlidir. Başta kriz dönemlerinde olmak üzere mevcut iktidarın kitle iletişim araçlarının, hegemonik söylemleri meşrulaştırarak toplumsal rızayı nasıl üretilip koruduğunu ortaya koymak amacıyla kamusal senaryo sürecindeki farklı söylemleri inceleyen Yasemin İnceoğlu sıkça Gramsci ve Chomsky'e gönderme yaptığı yazısında bu yaklaşımları şu şekilde 8 başlık altında toplayarak özetlemektedir:

“1-Gündemi Yönlendirme Söylemi

Kitle iletişim araçlarında yer alacak olaylar bir konulaştırma sürecinden sonra aktarılır. Chomsky'e göre, kitle iletişim araçlarının gündemini siyasi iktidarı paylaşanlar belirler. İktidar, kitle iletişim araçları üzerinden, kamusal tartışmaların çerçevesini ve gündemini belirleyerek, bu konuları kamu gündeminden uzaklaştırma yeteneğine sahiptir.

2-Bunalımı Yaygınlaştırma Söylemi

Bunalımı yaygınlaştırma Keane'in bakış açısından, yurttaşlar arasındaki bunalım duygusunu kolektifleştirerek ve bunalımın tedavisi için sıkı önlemler alınması gerektiği yolundaki resmi iddiaları yayararak, örtük bunalımın açık bunalım haline

dönüştürülmesini kitle iletişim araçları üzerinden sağlamak şeklinde tanımlanabilir.

3-Siyasetsizleştirme/Kayıtsızlaştırma Söylemi

Kitle iletişim araçları siyasal kayıtsızlığın en önemli besleyicileridir. Adorno'nun belirttiği gibi artık bireyler kamusal konulara tepki verme dürtüsünden yoksunlaşmıştır. Yani, kamusal senaryonun siyasetsizleştirme/kayıtsızlaştırma etkisiyle, Baudrillard'ın vurguladığı gibi, politik tutkular yerini siyasi tiksinnmeye bırakmıştır. Böylece, birey giderek inisiyatifini kaybetmiş, siyasi ve ekonomik konulara ilişkin kamusal alanın arkasındaki gerçeklerden de uzak kalmaya başlamıştır.

4-Bilgisizleştirme Söylemi

Sholle'a göre bilgi, üretilerek değil, yok edilerek sisteme rıza yaratılmakta ve meşruiyet sağlanmaktadır. Kitle İletişim Araçları haber görüntüsü altında bilgisizleştirici haberler sunar. Bunun için, siyasal konulara ilişkin bilgiler kitle iletişim araçlarında her gün azalmaktadır. İktidar otoritesini zedelemeyecek bilgileri vermekte cömert davranır. Sır, iktidarın en önemli araçlarından birisidir. Kitle iletişim araçları gizli kapaklılık görevini yerine getirmek üzere kullanılır.

5-Normalleştirme Söylemi

Bireyler statükonun kendi aleyhlerine olacağını bilse de bunu kaderci bir yaklaşım içinde kabul etme eğilimi taşırlar. Bu söylemin en önemli adımlarından birisi, mevcut durumun insanların kaderi olduğuna ikna etmektir.

6-Umut Geliştirme ya da Kıрма Söylemi

İnsanı bir şeyi yapmaya ya da razı etmeye hazır hale getirmenin en uygun psikolojik şartı, bu davranış sürecinden memnun kalacağı umudunu vermektir. Fromm bunu, insana yapması gereken şeyi yaptırmayı sevdirmek olarak yorumlar ve toplumsal yapı böyle bir tutumla şekillendiğinde, insanın kendisine zorla dayatılan şeyleri yapmaktan zevk alır hale geleceğini vurgular.

7-Alternatifsizleştirme Söylemi

Siyasal iktidar, kitle iletişim araçları üzerinden statükoya alternatif olabilecek her türlü yapılanmanın önünü keser. Sholle bunu fosilleştirme diye tanımlar.

8-Sivil İtaatsizliği Kırma Eylemi:

Siyasal sistemin ‘bekçilik’ rolü haberlere verildiğinden sivil itiraz, protesto girişimleri ve benzeri sivil itaatsizlik girişimleri iletişim araçlarının süzgecinden geçirilir ve olaya karışanlar kızgın kalabalıklar olarak gösterilerek toplum vicdanına havale edilir. İktidarın ekonomik uygulamalarına yapılan protestolar kitle iletişim araçlarında çoğunlukla haksız bir eylem olarak gösterilir ve hükümetin haklılığı vurgulanır. (İnceoğlu,2006)”

3.6. Hegemonik Söyleme Karşı Alternatif Söylem

Fakat bu durum hegemonik söyleme karşı muhalefet eden seslerin de çıkması için ortam oluşturmaktadır. “Öte yandan Gramsci’nin hegemonya kavramı kontrolün ve sansürün yoğun olduğu ülkelerde sessizliği dağıtmak ve gerçeği ortaya çıkarmak adına karşıt enformasyon modelini açıklamakta da işlevseldir” (Downing, 2001:15). Mevcut hegemonyanın organik aydınları ana akım medya üzerinden iktidar veya egemen konumdaki düşüncelerin temsilciliğini üstlenirken alternatif medyada yaymış oldukları düşünceler ve mevcut düzene muhalefet edenlerin söylemine dahil olma ve onların görünürlüğünü artırma amacıyla karşıt hegemonik siyasi bir projenin entelektüel öncülüğünü üstlenebilir.

Mevcut statükodan rahatsız olanların ifadesini taşıyan muhalif söylem yeni bir alternatif olarak toplumun karşısına muhalif medya şeklinde çıkar. Her etkinin bir tepki doğurması gibi hegemonik söylem bir de karşıt söylemi beraberinde getirir. Bu konuda araştırma yapan pek çok akademisyen muhalif ya da alternatif medyaya

dönük bazı tanımlamalarda bulunmuşlardır. Bunlardan birine göre alternatif medya şu özelliklere sahip olmalıdır; “1) Alternatif bir basın organı toplum içinde azınlıkta olan düşüncelerle alakalı olmalı 2) Toplumdaki yaygın/baskın düşüncelere karşı olmalı 3) Ana akım gazetelerde göremediğimiz haberlere sahip olmalı (Atton, 2001)”.

Başka bir çalışmada ise alternatif medya şu şekilde tanımlanmaktadır:

“İlk olarak kurumsallaşmış medya ortamının dönüşümü için aktif bir düzeltme isteğiyle yurttaşlık kolektivite tarafından harekete geçirilir. İkinci olarak yurttaş medyası sosyal kodlara, meşru kimliklere, kurumsallaşmış sosyal ilişkilere karşı koyar. Üçüncü olarak bu iletişim pratikleri topluluğun yetkilendirilmesini içerir, bu nokta dönüşümün ve değişimin imkânlılığını içerir (Rodriguez, 2001:20)”.

Bu anlamda alternatif medya, ana akım medya hegemonyasına ve onun tarafından üretilen tüm egemen biçimlere karşı geliştirilen bir mücadele alanı olarak ifade edilmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HEGEMONYA KURAMI BAĞLAMINDA TÜRKİYE’DE TELEVİZYON YAYINCILIĞI VE HABERLER

4. Hegemonya Kuramı Bağlamında Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Ve Haberler

Weber hegemonyayı, belirli bir kaynaktan çıkan kimi buyruklara belirli bir bireyler kümesince uyulması ihtimali olarak tanımlar (Weber, 1995:311). Hegemonya kuramı rehberliğinde bakıldığında rıza üretimi anlamında medyanın ve onun en temel kurumlarından olan televizyonun özel önem üstlendiği açıkça görülür. “Hegemonya, egemen ideoloji aktarımı, bilinç biçimlendirmesi ve sosyal iktidar deneyimi aracılığı ile işleyen bir süreçtir. Eleştirel yaklaşım, gücü ve egemenliği kötüye kullanmanın bütün biçimlerini dikkate almakta ve egemenliğin ideolojik temeline odaklanmaktadır. İdeoloji, iletişim içinde ifade edilen fikirler sistemi; bilinç grupları ya da bireyler tarafından taşınan duygular, kanılar, tutumlar toplamının temelini oluşturmaktadır. (Lull, 2001:19)”

Foucault’a göre hegemonya kurma ve iktidar olma aynı zamanda bir savaştır ve güç ilişkisinde ipleri ele geçirmektir. Buna göre siyasal iktidarlar güç ilişkilerini bir tür sessiz savaş üzerinden sürekli biçimde yeniden kurmaya ve daha da

ileri giderek bunu insan bedenine varıncaya kadar tüm kurumlar, ekonomik eşitsizlikler ve dil içerisinde yeniden yerleştirmeye çalışırlar (Foucault, 2003:31-32). Eagleton ise hegemonya oluşturma sürecini “toplumsal yaşamda birisinin kendisine ait dünya görüşünü bir bütün olarak baştan sona toplum bünyesine yayarak ve bu şekilde kendi çıkarları ile toplum çıkarlarını büyük oranda eşitleyerek siyasi, ahlaki ve entelektüel önderlik kurma süreci (Eagleton, 1996:74)” olarak tanımlar. Bu süreç aynı zamanda ortak bir akıl ve sağduyu oluşturma pratiğidir ve bu anlamda televizyon oldukça faydalı bir araçtır. Bu bölümde bu yaklaşımın Türkiye ölçeğindeki uzantısı ele alınmaktadır.

4.1. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı

Türkiye, tüm dünyada radyo yayıncılığına ilk başlayan ülkeler arasında yer almasına rağmen, televizyon yayıncılığının en son başladığı ülkelerden biri olmuştur (Aziz, 1999:15). Bunun sebeplerinden biri televizyon teknolojisiyle ilgili yatırımların çok fazla harcama gerektirmesidir (Tokgöz, 1972:13). Bu gecikmenin temelinde yatan şeylerden bir diğeri ise, Türkiye’de yayıncılığın ilk başladığı günden beri medyanın devletle ilişkilerinin hep sorunlu olmasıdır.

Türkiye’de ilk televizyon yayın şebekesi kurma girişimi 1949’da İstanbul Teknik Üniversitesinde başlamıştır. İlk televizyon deneme yayınıysa 9 Temmuz 1952’de yine İstanbul Teknik Üniversitesince Maçka Maden Fakülte binasında bulunan yayın stüdyolarından yapılmıştır İlk olarak haftalık olarak sadece bir kez yayınlanan gece programları tüm toplumda yoğun ilgiyle karşılanmıştır. Ancak buna rağmen 50’li yıllarda televizyon yayıncılığı açısından ülkemizde önemli bir gelişme yaşanmamıştır (Tanrıöver, 2012:11).

“Bu konuda ilk büyük adım 1962 yılında Alman hükümeti ile Dışişleri Bakanlığı arasında Türkiye’de bir eğitim televizyonu merkezi kurulmasını öngören anlaşma ile atılmıştır. Bu çalışmaların sonucu olarak

01.05.1964 tarihinde Ankara Mithatpaşa Caddesinde TRT televizyonu kurulmuştur. Ankara'daki bu televizyon ilk yayını 31 Ocak 1968 tarihinde siyah beyaz olarak gerçekleştirmiş ve bu yayınlar haftada üç gün olarak devam ettirilmiştir. Ancak dünya 1964 yılında siyah beyazdan renkli yayına geçmiştir. 30 Ağustos 1971 tarihinde TRT ile İTÜ'nün yaptığı işbirliğiyle İstanbul'da Ankara bağlantılı televizyon yayını başlamış, hemen arkasından bu yayın şebekesine Eylül ayında İzmir'de bağlanarak bu kentte yapılan Akdeniz Oyunları ile ilk şehirlerarası naklen yayın gerçekleştirilmiştir. Yayın şebekesine 3 Aralık 1971 tarihinde Eskişehir, 14 Nisan 1972 tarihinde Balıkesir dâhil edilmiştir” (Cankaya, 2002:31).

Türkiye'deki televizyon yayıncılığı ilk yıllarda, tıpkı ülkede bu girişimi destekleyip uygulayanların örnek olarak aldıkları BBC modelindeki gibi, kamu yayıncılığı adıyla yapılır. Bu tür yayıncılıkta asıl hedef, gelişen bu yeni teknoloji ile birlikte tüm topluma sesli ve görüntülü haberlerin yanı sıra eğitici ve öğretici içerikli yayınlar sunmaktır. Kamu hizmeti sunmayı ön plana alan bu yaklaşıma göre, televizyon yayınlarının yapısal olarak devletten özerk bir kamusal kurum tarafından, siyasal anlamda tarafsız şekilde yürütülmesi gerekir. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) özerklik ilkesi, 1971 yılında gerçekleşen askeri müdahale ile birlikte kaldırılmış, yalnızca tarafsızlık ilkesi varlığını bir süre daha korumuştur (Tanrıöver, 2012:12).

“Yavaş başlayan yayıncılık sonrasında hızla atılım sergilemiş, 1974 yılında televizyon yayınları Türkiye yüzölçümünün % 28'ine, nüfusun % 55'ine ulaşırken 1977 yılına gelindiğinde televizyon yayınları Türkiye yüzölçümünün % 60'ına, nüfusun ise % 81'ine ulaşır hale gelmiştir” (Cankaya, 2002:34).

4.2. Türkiye'de Kamu Televizyonu Yayıncılığı ve İlkeler

Raymond Williams, kamu hizmetinin temel olarak kâr odaklı olmadığını, gelirlerinin tamamının yayıncılık faaliyetlerine ayrılması noktasında bir anlaşmazlık

mevcut olmadığını, sorunun, neyin kamu çıkarları olarak ortaya konacağı noktasında çıktığını belirtir; zira kamusal çıkar ile devlet çıkarı arasında basit bir eşitlik mevcut değildir. Williams, “özellikle kamu hizmeti yayıncılığının tekel olduğu bir sistemde, yayıncılıkta devlet denetiminin, bilgi ve ideolojideki devlet denetiminin bir işlevi olduğunu” dile getirir (Williams, 2003: 32).

Buna göre kamu yayıncılık kurumları diğer tüm kamu hizmet kurumları gibi, hükümet, siyasi parti veya diğer güç odakları ya da çıkar gruplarına hizmet amaçlı değil, halka hizmet amacına dönük faaliyette bulunur.

“Kamu hizmeti yayıncılığı kavramı son derece açıktır. Kamu yayın kurumunun öncelikle sorumlu olduğu kişi, hissedarları değildir. Ruhsat ücretlerini ve kamu yayın kurumunun gelir kaynaklarını doğrudan ya da dolaylı olarak belirleyen ve kontrol edebilen hükümetler ya da devlet de değildir. Kamu hizmeti yayıncılığının ortakları, sorumlu olduğu izleyici kitlesi, o yayın kurumunun ait bulunduğu ülkenin halkı yani yurttaşlarıdır (Yazıcı, 1999:12).”

Erol Mutlu' bu kavramları ele alırken “kamu”, “kamu yararı” ve “kamu hizmeti” kavramlarının sıkça birbirlerinin yerine kullanılması neticesinde ortaya çıkan belirsizliğin ortadan kaldırılmasının şart olduğunu dile getirir (Mutlu, 1999:22). Kamu yayın kurumlarındaki “kamu” sözcüğünün, bu kurumları mülkiyet ilişkileri bağlamında kısıtlayıcı bir içeriğe sahip olduğunu, “kamu yayın kuruluşu” ifadesiyle, mülkiyeti kamuya ait kurumların belirtildiğini, mülkiyeti özel yayın kuruluşlarının da bunun karşısında yer aldığını yazar. Mutlu, doğru ayrımın “devlet ve “özel” yayın kurumları biçiminde yapılmasının mevcut kavram kargaşasını ortadan kaldırabileceğini söyler. Asıl kafa karıştıran şeyin “kamu yayıncılığı” kavramı olduğunu belirterek terimin karşıtı olarak akla gelen özel yayıncılığın özel çıkarlara hizmet eden bir yayıncılık anlayışını içerdiğini söyler. Buna paralel olarak “kamu yayıncılığı” tarimine karşıt terim olarak “tecimsel yayıncılık” teriminin

düşünüldüğünü ancak bu ayrımın da kafa karıştırıcı olabileceğini belirtir. Zira bu ayrımda kastedilen şeyin kâr amacı gütmeyen yayıncılık ile kâr amaçlı yayıncılık kapsamındaki düzenleme ve uygulamalar arasındaki farklar olduğunu dile getirir. Örneğin bir vakfın kâr amacı gütmeyen televizyon yayını yapması halinde bu etkinliği “kamu yayıncılık” şeklinde adlandırmak gibi bir yanlışlığa düşülebileceğini, yine TRT gibi, yayın saatlerini, belirli bir gelir karşılığında reklâmcılara satan kamu kuruluşlarının da “tecimsel yayıncılık” kategorisine sokulabileceğini belirterek “kamu yayıncılığı” yerine “tecimsel olmayan yayıncılık” teriminin kullanılmasının daha doğru olacağını söyler (akt. Kejanlıoğlu, 2004:693).

Kamu hizmeti yayıncılığının temelinde, “refah devletine” giden süreçle birlikte, devletin herhangi bir sınıfsal ayrım yapmaksızın herkese belirli sosyal hizmetleri sunmayı garanti etme anlayışı ve bu bağlamda da kısıtlı sayıdaki frekans dağılımını herkesin ulaşabileceği eşitlikte sunma düşüncesi yatmaktadır. Yayıncılık da başlangıçta sağlık, eğitim ve sosyal yardım vb. gibi devlet tarafından herkese sunulması gereken kamusal bir hizmet biçiminde algılanmış, bu hizmetin özel girişimler tarafından eşit dağıtılamayacağı varsayımına göre hareket edilmiştir. “Kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı, İngiltere’de refah devletinden önce kurumlaşmış olmasına rağmen, “sosyal yurttaşlık” çerçevesinde değerlendirilebilir. 1950’lerde Batı Avrupa ülkelerinde, refah devleti, piyasa toplumunun zarar gören yurttaşlarına sağlık, eğitim gibi sosyal hizmetleri sağlama sorumluluğu yüklenmiştir” (Mutlu, 1999:23).

Mutlu’ya göre, BBC tarafından geliştirilen “kamu hizmeti” kavramına ilişkin, “kamu hizmeti” kavramı verilen hizmetin niteliğiyle alakalıdır ve bu hizmeti veren kurum ya da kişilerin mülkiyeti önemli değildir. “Örneğin bir kentin özel bir firmaya ihale edilen toplu taşımacılığı, bu hizmetin ‘kamu

hizmeti' niteliğini değiştirmez. Aynı şekilde eğer yayıncılık toplumun bir gereksinimini karşılıyorsa, bu işin özel firmalar ya da kamu firmaları tarafından yapılması, yapılan işin 'kamu hizmeti' olma niteliğini ortadan kaldırmaz. Ne var ki 'kamu hizmeti' kavramının yayıncılıkta farklı bir anlamı vardır ve 'kamu hizmeti yayıncılığı' topluma yönelik diğer hizmetlerden farklı bir takım ilkelerle tanımlanmaktadır (Mutlu, 1999:23)''.

Kamu hizmeti yayıncılığı bazı temel ilkeler içerir. Raşit Kaya'nın belirttiği ilkelere göre, "kamu hizmeti yayıncılığının, kuruluş yönetmeliği uyarınca, izleyicilere haber vermek, onları eğitmek, eğlendirmek işlevlerini yerine getirebilmesi gerekir" (Kaya, 1985:78). Bu işlevler içinse program tiplerinin dağılımı dengeli şekilde olmalıdır. Kamu hizmeti olarak faaliyet yürüten yayın kuruluşunun gelir kaynakları siyasi iktidarlar ve ticari gelir odaklarından bağımsız hale getirilmiştir. Program içerikleri tarafsızdır ve farklı siyasal görüşler dengeli şekilde kendisine yer bulur.

"Kamu Hizmeti Yayıncılığı, genellikle bir kamu kuruluşu olarak örgütlenmiş yayın kurumunun toplumdaki herkesin eşit bir biçimde erişebildiği yayınlarında, haber verme, eğitme ve eğlendirme işlevlerine göre dengeli program türü dağılımı sunması ve politik konularda tarafsızlığı ve dengeliliği gözetmesidir (Kejanlıoğlu, 2004:693)". Kamu hizmet yayıncılığında programlar ticari kaygılar gütmeden, tüm topluma hizmet etme anlayışı çerçevesinde hazırlanır. "Siyasal iktidarın ve sermayenin etkisinden uzak tutulması amaçlanan kamu hizmeti yayın kurumlarında, yayınların tüm ülkede izlenebilmesi, çoğulculuk ve çok seslilik, azınlıklara hitap etme ve ulusal kimliğe saygı gösterilmesi ilkeleri gözetilmektedir (aplı, 1996:39-40)".

Keane, “kamu hizmeti yayıncılığı” kavramına karışık ve birbirlerini tamamlayan programlar sunmayı, bunu sürdürmeye dönük çaba göstermeyi ve belirli türden azınlık programlarını yapmak ve yayın programında olabildiğince farklı türden programlara yer vermeyi ekler. Keane’e göre “kamu hizmeti yayıncılığında drama, güncel olaylar, komedi, çocuk programları ya da sürekli eğitim gibi her türden programa yer verilmektedir. Amaçlarını eğlendirmenin üstünde tutan kamu hizmeti yayıncılığı nitelikli popüler programlar yapma girişimidir ve yaptığı program türleriyle toplumdaki çeşitliliği simgeler” (Keane, 1992:116).

4.2. 1. Türkiye’de Kamu Hizmeti Televizyon Yayıncılığı ve İlkeler

Türkiye’de televizyon yayınlarının gerçek manada izleyiciyle buluşmaya başladığı 1970’ler, aynı zamanda tek kanallı bir sistemin kamu tekeli olarak içerik ürettiği bir dönemdir. Bu dönemde yayın saatleri artmış, yayınlar artık sadece haftanın birkaç günü veya saati yapılır olmaktan çıkarak her gün yapılır hale gelmiş, tüm Türkiye’ye ulaşmak hedeflenmiş olmakla birlikte, teknik ve sosyo-ekonomik bazı sorunlar nedeniyle henüz istenen düzeyde kapsamlı bir erişim seviyesine ulaşamamıştır (Tanrıöver, 2012:13).

“Türkiye’de televizyonun kamuya yönelik bir kitle iletişim aracı haline getirilmesi amacıyla siyasi iktidarların da çabaları olmuştur. Bu amaçla ilk girişimler Demokrat Parti döneminde başlamıştır. Dönemin Basın Yayın Genel Müdürü olan Altemur Kılıç Türkiye’de televizyon yayınlarını yapacak kurumların nasıl kurulabileceğini araştırmak amacıyla kendisinin de başkanı olduğu bir komisyon kurmuş ve bu konuda çalışmalar yaptırmıştır. Ancak 27 Mayıs 1960 darbesiyle Demokrat Parti iktidarı sona ermiş ve çalışmalar istenilen seviyeye gelemeyen sonuçsuz kalmak zorunda kalmıştır” (Aziz, 1999:27).

Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de de televizyon yayımları devlet tarafından kurulmuş özerk bir kurumun tekelinde yürütülüyordu. 1961 Anayasasının 121. Maddesinde yer alan “Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi, özerk kamu tüzel kişiliği halinde, kanunla düzenlenir” ibaresi bu konudaki devlet tekelini ve bu tekelin özerk bir kamu kurumu aracılığıyla kullanılabilceğini belirtir.

1961 Anayasasında, radyo ve televizyon yayıncılığını özerk bir kamu kuruluşunun kontrolüne vermenin yanında, bu yayıncılığı bir kamu hizmeti şeklinde tarafsız kalmak suretiyle yapılacağı ifade edilmiştir. Türkiye’de televizyon yayıncılığı, ilk gününden itibaren bir kamusal hizmet olarak belirtilmiş ve bu hizmeti vermek için de özerk bir kamu hizmeti yayın kurumu olarak TRT kurulmuştur. 1961 anayasası kapsamında, kamu hizmet yayıncısı kuruluş olan TRT’ye program yapımından yönetim ve idareye ve hatta mali konulara kadar büyük bir özerklik tanınmıştır. Ayrıca TRT yayınlarının denetimi de yine kurum bünyesinde yer alan organlarca yapıyordu. Bu da TRT’nin 1971 öncesine kadar ne kadar geniş bir özerkliğe sahip olduğunu ve kamu hizmetini uygun şekilde yerine getirirken oldukça bağımsız ve özgür bir ortam içerisinde faaliyet yürüttüğünü göstermektedir (Sarmaşık, 1993:85).

4.2.1.1. Kamu Hizmeti Televizyon Yayıncılığı ve İktidarla İlişkiler

Türkiye’de TRT’nin kuruluş dönemini irdelerken öncesinde hız almasını sağlayan dönemin de biraz irdelenmesi gerekir. TRT biraz da 1960 askeri darbesinin ürünüdür. 27 Mayıs 1960 askeri darbesi, pek çok özgürlükle birlikte “Türkiye tarihindeki en demokratik anayasası” olarak değerlendirilen yasal zemini hazırlamıştır. 1961 anayasası, toplumsal barışı sağlamak adına önemli bir girişim olarak görülmektedir. Hıfzı Topuz, 1961 Anayasasının basınla ilgili olarak getirdiği düzenlemeleri şu şekilde sıralamaktadır:

“Basın hürdür, sansür edilemez, ifadesi ile her ne koşulda olursa sansür yasaklanmış, özel kanunlarla, sıkıyönetim rejimiyle veya herhangi bir olağanüstü durum nedeniyle basına sansür konulmasının önüne geçilmesi amaçlanmıştır.

Yayın yasağı konulamaz ifadesiyle tarihimizde daha önceleri birçok örneğine rastladığımız, hükümetlerin hoşlarına gitmeyen haberlerin yazılmasına engel olan kararlarının önüne geçilmesi amaçlanmıştır. Ancak yargılamanın zarar görmemesi amacıyla ve yargıç kararıyla yayın yasağı konabileceği belirtilmiştir.

Gazete ve dergiler toplatılamaz ifadesiyle gazete ve dergilerin toplatılmasının önlenmesi amaçlanmış olsa da kanuni sınırlar içerisinde hâkim kararıyla gazete ve dergilerin toplatılabileceği kanunda yer almıştır.

Gazete ve dergilerin kapatılması hususunda da benzer bir durum söz konusudur. Kanun maddesi gazete ve dergilerin 57. maddede yer alan fiillerden dolayı mahkûm olma durumunda, hâkim kararıyla kapatılabileceğini belirtmektedir. Aslında siyasi partilerin temelli kapatılma koşullarının belirtildiği bir madde olan 57. maddede yer alan koşulların yani gazete ve dergilerin millî güvenliğe, kamu düzenine, genel ahlaka, insan hak ve hürriyetlerine dayanan millî, demokratik, laik ve sosyal cumhuriyet ilkelerine ve devletin bölünmezliğine aykırı yayınlardan mahkûm olmaları halinde mahkeme kararıyla kapatılabilecekleri belirtilmektedir.

Yine aynı madde Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır diyerek basın özgürlüğünün kullanılmasıyla ilgili olarak devlete bazı sorumluluklar da yüklemektedir” (Topuz, 2018:233-235).

1961 Anayasanın getirdiği nisbi özgürlük ortamının estirdiği rüzgârların neticesi olarak 1964 yılında çıkartılan bir yasayla yayın hayatına başlayan ve kamu hizmet yayıncılığının amaçlanan hedeflerde ilerleyebilmesi

için olmazsa olmaz özelliklerden biri olan özerklik ilkesi temelinde kurulan TRT, kendi iç dinamikleriyle değil de Avrupa’da kurulmuş diğer emsal yapılara öykünerek yukarıdan inmece bakışla organize edildiği için daha kuruluşundan itibaren toplumun değil kurucularının ihtiyaçları doğrultusunda faaliyet yürütür olmuştur. Siyasal iktidarın elinde, istediği gibi şekillendirdiği bir araca dönüşen TRT sözde sahip olduğu özerkliğini 12 Mart 1971’deki askeri muhtırayla getirilen Anayasa maddesi değişikliğiyle yitirmiş ve yasal düzenlemede “devlete bağlı, tarafsız bir kamu-tüzel kişiliği” olarak kabul edilmiştir.

“Medya sistemleri, genellikle ya sahiplikten ya denetimden ya da finans kaynağından yola çıkılarak sınıflandırılır” (Pekman, 1997:14). Medya ve siyasal iktidar arasındaki ilişkileri analiz eden çalışmalarda kamu hizmeti yayıncılığı ile iktidar arasındaki ilişkinin ele alınmadığı göze çarpar. Curran, medya tarihine ilişkin radikal yaklaşımlarda, medya-iktidar ilişkisi ele alınırken kamu hizmeti yayıncılığının göz ardı edildiğini söyler (Curran, 1997:51). Bu yaklaşım bağlamında devlet ve piyasa olmak üzere ikili bir yapının yer aldığı bir sistem incelemesi yapılır ve bu ikili denetim sistemi dahilinde kamu hizmet yayıncılığına yer yoktur.

“Kimi yaklaşımların bu eksikliğine rağmen kamu hizmeti yayıncılığının ülkeden ülkeye değişen medya sistemleri içinde her ülkenin kendi koşullarına göre iktidarla ilişkisini belirleyen ve bu ilişki biçimine göre konumlandırıldığı çalışmalar da bulunmaktadır. Aslında kamu hizmeti yayıncılığı kavramının kendisi iktidardan ve her türlü çıkar grubundan bağımsızlığı içerdiği için, iktidara karşı mesafeli durması beklenir. Bu durumda hükümet, kamu hizmeti yayıncılığı stratejilerini etkileyen ve dolayısıyla program içeriklerine katkıda bulunan halk, kurumun çalışanları, basın, birlikler, rakip kanallar, kurumun yönetim kurulu, uluslararası birlikler gibi faktörlerden sadece biridir” (Pekman, 1997:14).

Kamu hizmeti yayıncılığının ilk görüldüğü ülkeler olan Avrupa ülkeleri haricinde, bunu şablon olarak alan Türkiye gibi diğer ülkelerdeki kamu yayın kuruluşları, ilk yayın hayatını takip eden dönemden itibaren sadece mevcut siyasal iktidarlar ve kamu hizmeti yayıncılığı arasındaki ilişkilerde değil toplumun birçok kesimiyle kurduğu ilişkilerde bağlamında da çok sayıda sorunla karşılaşmıştır. Bunun en önemli nedeni olarak burada “kamu çıkarı” kavramının nasıl değerlendirileceği boyutunun pek de açıkça ortaya koyulamamış olmasıdır. Ayrıca ülkemizde kamu yayın kuruluşlarının örgütlenme ve personelden kaynaklanan yetersizliklerinin yanı sıra gerek bölgesel farklılıklar dikkate alınmadan gerçekleştirilen program oluşturma anlayışı ve ilkel yapım koşulları diğer boyutuyla da siyasal iktidarlara iç içe geçen yapısı “kamu hizmeti yayıncılığı” modelinin daima eleştirilerin merkezinde yer almasına neden olmuştur.

Türkiye’de kamu hizmet yayıncılığı deyince akla gelen kurum olan TRT de bu eleştirilerden kaçmamıştır. TRT Yusuf Devran’ın çalışmalarında ortaya koyduğu gibi TRT ile Türkiye’deki siyasal iktidar arasındaki ilişki daha kuruluşundan itibaren çatışmalı olmuştur (Devran, 1997).

4.2.1.1. Kamu Televizyonculuğunun Yayın Politikaları ve İlkeleri

“Kamu hizmeti yayıncılığı modelinde çıkar gruplarının ve siyasetin etkisinde kalmamak ve tarafsızlık son derece önemlidir, ancak yayın kuruluşunun ya da kurumunun devlet tarafından kurulması ve yayınlarının devlet tarafından yasalar gereği denetlenmesi söz konusu olabilir” (Akgüner, 1998:285-286). Buna paralel olarak “birçok Avrupa Birliği ülkesinde televizyon yayıncılığı, İngiltere’de olduğu gibi, kamu yararını amaçlayarak, devlet tarafından, devlet tekelinde ve denetiminde başlatılmıştır. BBC’nin kısa sürede yayınları ile saygın bir konuma gelmesinde, ilk Genel Müdür

John Reith'in yayıncılık alanında geliştirdiği ilkelerin katkısı büyük olmuştur. Bu gelişmeleri takip eden birçok devlet, yayın kuruluşları ve yayın sistemlerini Reith'in koyduğu ilkeler temelinde şekillendirmiştir" (Mutlu, 1999:17). Boyece kamu hizmeti televizyon yayıncılığı modelinin sahip olduğu özellikler de zaman geçtikçe bahsedilen uygulamalar sonucunda iyice belirgin hale gelerek daha net olarak ortaya çıkmaya başlamıştır.

"Bu ilkelerden birincisi Devlet Tekelinin Sürdürülmesi ilkesidir. Genel Müdür John Reith, tecimsel yayıncılığın başlamasını isteyen çevrelere karşı devlet tekeli savunmuş, kamu hizmeti yayınlarının gelişimi ve izleyicilere fayda sağlaması açısından bu tekelin korunması gerektiği fikrini ortaya atmıştır" (Crisell, 1997:12). John Reith tarafından geliştirilen bir başka temel ilke de, yayınlar ticari kâr ve çıkarlardan uzak tutulmalıdır ilkesidir. "John Reith, BBC'nin maddi açıdan yetersiz kalmaya başladığı günlerde, kuruluşa her türlü otoritenin baskısından uzak bir yapının sağlanmasının şart olduğunu söylemiştir. Reith, aksi halde kamu hizmeti televizyon yayınlarının halkı eğitmek ve bilgilendirmek gibi hedeflerinden kolaylıkla uzaklaşabileceğini, en önemlisi de, tarafsızlığını yitirebileceğini iddia etmiştir" (Mutlu, 1999:23).

John Reith, kamuya ait bir mal olan radyo dalgalarının en iyi biçimde kullanılması gerektiği fikrinden yola çıkarak, radyo ve televizyon programlarının halkı eğitecek ve bilgilendirecek şekilde hazırlanması gerektiğini savunmuştur. Reith'e göre, "halk ne istediğini, neye ihtiyacı olduğunu bilmeyen cahil bir kitledir ve yayıncı bir eğitmen gibi ve ahlak otoritesi rolünü üstlenmeli, halkın istediğinden çok, halk için en iyi olanı seçip ekranlara yansıtmalıdır (Crisell, 1997:13)." Buna göre "yayıncı, toplumsal birlikteliği destekleyen programların yanında, dengeli ve tarafsız davranarak, çoğulcu bir yaklaşım içinde, farklı kültürlere ve özel ilgi

alanlarına da hitap edecek çeşitlilikte, halkı eğiten, bilgilendiren ve eğlendiren programlar yayınlayacaktır” (Pekman, 1997:17).

“Kamu hizmeti yayıncılığı örgütleri, kamu yararını gözetme amacıyla kurulmuş, toplumun tümünü programlarda çeşitlilik ilkesini göz önünde bulundurarak eğitmek, bilgilendirmek ve bunun yanı sıra eğlendirmekle yükümlü, bağımsız, ancak devlet tarafından dolaylı veya dolaysız olarak denetlenebilen kuruluşlardır” (Gürsoy, 1999:32). Kalite, tek başına yüksek izlenme oranlarını değil hedef kitlenin ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmadığını ifade eder. Başta çocuklar olmak üzere tümzleyici ve dinleyicilerin korunması kamu yayın kurumlarının sahip olduğu temel ilkeler olarak ifade edilir. “Kamu hizmeti yayıncılığının diğer yayıncılık türlerinden belki en önemli farkı, toplumun eğitim, bilgilenme, sanat ve kültür ihtiyacını karşılamakla yükümlü olmasıdır. Ticari yayın kuruluşları izleyicinin en küçük ortak paydasını bulup daha ucuz programlarla daha çok seyirci kazanmayı hedeflerken, kamu yayıncılığı kurumları klasik batı müziği, belgesel, trafik programı gibi sırasında sınırlı sayıda izleyici gruplarının izlediği veya eğitici nitelikteki programları yayınlamak zorundadır” (Yazıcı, 1999:12-13).

TRT (Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu), 1 Mayıs 1964 tarihinde 359 sayılı TRT Yasasıyla kuruldu. Hıfzı Topuz, bu yasa dahilinde meydana getirilen TRT yönetim kurulunun, Bakanlar Kurulu tarafından atanan iki üye, üniversiteler ve konservatuarlar tarafından seçilen dört üye ve TRT bünyesinde seçilen iki üyeyle genel müdürden oluştuğunu belirtiyor (Topuz ve ark., 1990:91-92). Böylece yayınların mevcut hükümetten bağımsız olması hedefleniyordu. Oya Tokgöz bu bağımsızlık durumunu şöyle ifade ediyor:

“özerklik, teorik bakımdan radyo ve televizyonda, program yapımında, yönetimde, iktisadi alanda siyasi iktidara tabi olmama anlamına gelir. [...] Özerklik bu gibi kuruluşlara yaptıkları hizmetleri daha bağımsız,

daha tarafsız ve engellenmeden yapabilme amacıyla verilmiştir. 'Özerklik' yalnız belirli bir grubun yararı için değil, tümüne karşı hizmet götürmek ve siyasi iktidarın hiyerarşik denetimi dışında kalabilmek demektir (Tokgöz, 1972:13)”.

Özden Cankaya'nın da aynı konuda belirttiği gibi, “özerklikle ilgili düzenlemelere karşın, 359 sayılı TRT Yasası'nda, siyasal iktidarın yayına müdahalesine olanak verecek hükümler de vardı. Bu hükümler milli güvenlik, hükümet bildirimleri ve devletin dış politikası gibi istisnai konuları içermekteydi” (Cankaya, 2002:62). Bu durum, gerektiğinde özerkliğe aykırı davranılabileceğinin bir işareti olarak görülebilir. TRT'nin yayıncılık politikası da, özerkliğin doğru uygulanmasına engeldi. Siyasetle ilgili haberlerde, denge ve eşitlik uğruna, haber değeri kavramı geri plana itiliyor, bültenlerde bütün siyasî partilere eşit süre ayrılmaya çalışılıyordu. Bu da, TRT “haber bültenlerinin iç dinamiğini bozuyor”, “bülten süresini gereksiz yere uzatıyor” ve “bültenlerde kemikleşmiş bir protokol haberciliğinin yerleşmesine sebep oluyordu” (Cankaya, 2002:63). Bu sebeple, TRT haberlerinde, özerkliğin ve tarafsızlığın gerekleri arasında sayılan, “kamu ilgi ve yararına yönelik haberler verme” ve “farklı toplumsal grupların ihtiyaçlarını dikkate alma” ilkeleri sürekli olarak ihmal edilmiştir. “TRT kurulduktan sonra muhalefetin sesi radyoda duyulmaya başlamıştı. Ayrıca, radyo programları yeni, çağdaş ve tartışmalı konuları ele alıyordu. Ne var ki, iktidar ve bürokrasi bu gibi gelişmelere hazır değildi. Bu sebeple TRT, özerklikle çelişecek bir takım baskılara maruz kalmıştır. Özerklik, TRT'nin kendi dışındaki kurum ve bakanlıklarla doğrudan yazışmasını gerektirirken, bu tür yazışmalar Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından engellenmiştir” (Hıfzı Topuz ve ark., 1990:94-95).

4.3. Türkiye’de Özel Televizyon Yayıncılığı

1950’li yıllarda tüketim toplumunun ortaya çıkışı ve bunu körüklemek anlamında televizyon reklamların sahip olduğu önemin anlaşılması, özel TV yayıncısı olmaya dönük taleplerde artışa neden olur. Özel yayıncılığı savunanlar, bunu özgürlük adına savunduklarını iddia etmektedirler (Blumler ve McQuail, 1968:169). İngiltere’de Churchill hükümeti yönetime gelir gelmez, televizyon sektöründe rekabetin kaçınılmaz olduğu açıklanır ve bu konuda büyük tartışmalar başlar (Turam, 1994:38).

Yeni Dünya Düzeni, serbest piyasa ekonomisini evrenselleştirmeyi amaçlarken, küreselleşme de sermayenin uluslararası alanda hareketini engelleyici sınırların kaldırılmasını, dünyanın bütünleşmiş bir ekonomik sürece girmesini öngörmektedir. Devletlerin ekonomik alandaki etkinliğinin yok edilmesiyle uluslararası sermayenin evrensel çaptaki özgürlüğü artacaktır. Bunun için de devlet girişimleri ve devletin ekonomiye müdahalesi ortadan kaldırılmalıdır. 1970’lerin sonunda, “deregülasyon” olarak adlandırılan ve serbest piyasa sistemine dönük devlet müdahalelerinin ortadan kaldırılmasını hedefleyen uygulamalar ABD’den başlayarak Avrupa’ya da yayılmıştır. ABD’de Reagan, İngiltere’deyse Thatcher dönemiyle başlayan liberal ekonomi merkezli “özelleştirme” ya da “serbestleşme” dalgası, 1980’li yılların ortasında Gorbaçov’un yönetimindeki Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’ni (SSCB) ve tüm Doğu bloğu ülkelerini de etkisi altına almıştır. 1980’lerin sonunda SSCB dağılınca, komünist rejimler de büyük bir hızla yeni sisteme ayak uydurmaya başlamıştır (Pekman, 1997:22).

Buna paralel olarak da 1990’lardan itibaren tüm dünyada kamu hizmeti yayınlarında hakim olan program profilini de etkileyecek boyutta köklü bir değişim yaşanmıştır. Liberalizmin etkisiyle kamunun, aralarında yayıncılığın da bulunduğu bazı alanlardan çekilmesi gerektiği yaklaşımı

genel kabul görmeye başlamış ve bunun sonucunda da birçok ülkede televizyon yayıncılığı alanındaki devlet tekeli kaldırılmıştır. Bu dönemde yayına başlayan, esas amacı bilgi vermekten çok kendi gelirleri ve kârını artırmak olan ticari televizyon kanalları, kamu hizmeti yayıncılarından bambaşka bir yayın profili oluşturarak kendilerine bağlamışlardır.

4.3.1. Başlangıcından Günümüze Türkiye’de Özel Televizyon Yayıncılığı

Bu süreç Türkiye açısından da pek farklı işlememiştir. Her ne kadar TRT tarafından hayata geçirilmiş olsa da esas olarak sürecin başlangıcını renkli televizyon yayıncılığına geçiş şeklinde alabiliriz. 1980’de tüm Avrupa’da yayınlarını halen siyah-beyaz yapan tek ülke Türkiye’dir. TRT de ilk renkli televizyon yayını 30 Haziran 1984’te gerçekleştirdi. 1980’li yıllarda Avrupa’da radyo ve televizyon yayıncılığında yeniden yapılanma süreci başlamıştı (Mutlu, 1999:23). “Avrupa ülkelerinin pek çoğunda devletin tekeli ve denetimindeki televizyon yayıncılığı kabuk değiştiriyor, ticari yani özel radyo ve televizyonlar yayına başlıyordu. Küreselleşme olgusunun etkisiyle başlayan bu olay kuşkusuz Türkiye’yi etkilemişti” (Cankaya, 2002:31).

1980 askeri darbe döneminin ardından iktidara gelen iktisadi liberalizmin temsilcisi konumundaki ANAP, kısmi “normalleşme” adımları çerçevesinde sermaye piyasasının egemen olduğu “liberal” ekonominin yerleşmesine dönük adımlar atmış ve politikalarını bu doğrultuda sürdürmüştür. Bu dönemde özel finans kurumlarının kurulması, yabancıların mülk edinmelerinin önündeki engellerin kaldırılması, kontrollü bir finansal serbestinin getirilmesi, iç talebin sürekli desteklenmesi, tüketim mallarında bolluğun sağlanması, özelleştirmelere dönük ilk adımların atılması,

çalışanların sendikasılaştırılarak olası tepkilerin azaltılması, sonradan başlayacak olan özel televizyon döneminin arkaplanını oluşturmaktadır (Kejanlıoğlu, 2004:242). Televizyon yayıncılığı alanındaki hukuksal düzenlemelerin başlangıcı da Özal hükümetleri dönemine uzanır. Kamu yayıncılık tekelinin varlığını sürdürdüğü bu yıllarda, TRT sırasıyla önce TRT2 adıyla ikinci bir TV kanalını, sonra da Güney ve Doğu Anadolu bölgelerine dönük yayın yapan TRT GAP adıyla yerel amaçlı üçüncü bir kanalı yayına sokmuştur (Tanrıöver, 2012:14).

1980’li yıllardan itibaren basın endüstrisi radyo, televizyon, internet gibi farklı araçlar ve basın dışı diğer sanayi sektörleriyle bütünleşerek yapısal bir dönüşüm sürecine girmiştir. Raşit Kaya, basının 1980’lerle birlikte girdiği bu süreci, uluslararası dinamiklerle birlikte ele almaktadır. Kaya’ya göre bu dönemde yaşanan tüketim üzerinden piyasa genişlemesi ve modernleşme için, pazar yönelimli ve dış kaynaklı stratejinin sonuçlarından birisi de Türkiye’nin zorunlu olarak daha fazla bilgiye dayalı bir ekonomiye geçişi ve bunun sonucunda da yaşanan medya yapısının dönüşümüdür. Kaya, bu dönüşümün Türk basınına zorunlu olarak bir sermaye birikmesi sürecine soktuğunu belirtmektedir (Kaya, 2016:33).

Türkiye’de özel televizyon yayıncılığı süreci 1990’larla birlikte başlamıştır. Bu tür değişimleri genel anlamda yukarıdan aşağıya zorla ya da fiili olarak kabul ettirme anlayışının hâkim olduğu ülkemizde yayıncılık alanını büyük şirketlerin kontrolüne terk etmek için de benzeri bir işleyiş hayata geçirilmiştir.

1990 yılında Lihtenstein’de kurulmuş olan Magic Box adlı şirketin Star 1 adlı televizyon kanalı üzerinden uydu yoluyla yayına başlamış ve

böylece TRT'nin sahip olduğu yayın tekelinin Türkçe televizyon yayınlarıyla delinmesi bu şekilde başlamıştır (Aziz, 2016:15).

TRT tekelinin kırıldığı ve özel yayıncılığın başladığı bu dönem başlangıçta anayasaya aykırı bir şekilde başladı. Magic Box'a ait Star 1 kanalının yayına başladığı yıl anayasanın ilgili 133. Maddesi şöyleydi: "Radyo ve televizyon istasyonları, ancak Devlet eli ile kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzelkişiliği halinde düzenlenir".³ Anayasanın ilgili maddesine göre Star 1 kanalının yayını o dönemki mevzuata göre yasal değildi. Bu dönemde Cumhurbaşkanı olan ve bizzat kendi ailesinin de içerisinde olduğu bu girişimleri gizlice destekleyen Turgut Özal, ABD gezisi sırasında, yurtdışından Türkiye'ye yapılacak Türkçe televizyon yayınlarının önünde herhangi bir yasal bir engel bulunduğunu sanmadığı şeklinde bir açıklama yapmıştır. Bu durumda, yasalar aykırı olsa da, ilk ticari televizyon kanalına devletin en üst noktasından izin çıkmış oluyordu (Tekinalp, 2011:265). 1991 yılı sonunda Star 1 olarak yayına başlayan kanalın adı İnter Star olarak değişir. Kanalın sahibi Uzan ailesi uydudan kiraladığı ikinci kanalı olan Teleon kanalında 8 Ocak 1992 tarihinden itibaren test yayınlarına başlar. Teleon daha sonra, Kral TV adında müzik kanalı olarak yayın hayatına devam etmiştir (Özçağlayan, 2000:46).

ABD kökenli bir kanal olan CNN International; belki de dünya televizyonculuğunun en köklü kanallarından biri konumundadır. ABD'li bir işadamı olan Ted Turner tarafından kurulan ve 1980 yılı gibi özel TV yayıncılığı açısından erken sayılabilecek dönemde yayın hayatına başlayan CNN ismini Cable News Network'un baş harflerinden alır. 1980 yılında kablo ve uydu üzerinden 24 saat haber yayınlarına başlayan CNN,

³ <http://www.adalet.gov.tr/duyurular/2011/eylul/anayasalar/1982ilkson.pdf>. (Erişim tarihi: 13.11.2018)

Amerika'daki evlerin yüzde 20'sinde son dakika gelişmeler için takip edilmeye başlandı (McPherson, 2006:62). “Televizyonun haber medyası olarak ikinci kullanım formatı, sürekli haber yayıncılığıdır. Bu format ABD’de doğmuş ve günümüzde tüm dünyada yaygınlaşmıştır. Sürekli haber yayınlamak üzere kurulan ilk televizyon kanalı CNN’dir. 1980 yılında yayına başlayan CNN dünyanın tamamından haber toplamak ve bu haberleri yine dünyanın tamamına yayınlamak ilkesiyle yola çıkmıştır. Haber toplama ağlarında ve yayının ulaştırılmasında kablo ve uydu teknolojisindeki yeniliklerden yararlanan CNN, ABD’deki şebeke televizyonlarının işleyişini ve habercilik anlayışını kökten değiştirmiştir” (Şeker, 2007:41).

Tüm dünyada habercilik açısından pek çok ilki gerçekleştiren kanal etki alanını artırmak amacıyla pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de haber yayıncılığı alanına girmek istemiş bu anlamda Doğan Medya ile yapılan işbirliği sonucunda 1999 yılında CNN-Türk adıyla ülkemizde yayına başlamıştır. Böylece ilk kez 1996 yılında NTV ile başlayan haber televizyonculuğu ekolü yabancı bir ortağın desteğini arkasına alan CNN-Türk ile bambaşka bir mecra haline gelmiştir. Sonrasında da bu mecraya SKY Türk, Haber Türk, Ülke TV, Kanal 24, Samanyolu Haber gibi kanallar da dâhil olmuştur. Kurulduğu 1999 yılından itibaren Doğan Medya Holding bünyesinde faaliyet yürüten CNN-Türk 2018 yılında Demirören Medya Grubu tarafından satın alınmıştır.

4.3.1.1. Özel Televizyon Yayıncılığında Yayın Politikaları

“1990’lı yıllardan itibaren medya sektörü Türkiye’de büyüme ve genişlemenin en yoğun gerçekleştiği sektörlerden biri olmuştur. Medya işletmeciliği, özel televizyon ve radyo kuruluşlarının yayına başlamaları ve 1994 yılında yasallık kazanmaları ile medya dışı sektörlerden birçok insanın el attığı bir faaliyet alanı haline gelmiştir. 1990 yılına kadar tek el

olarak Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) tarafından sürdürülen kamu hizmeti yayıncılığı, ticari girişimcilerin medya sektörüne girmesiyle birlikte üretim ilişkileri ve üretilen programların form ve nitelikleri bakımından ciddi bir dönüşüm geçirmiştir” (Çelenk, 2002).

“Kamu hizmeti yayıncılığı anlamında tekellerin ortadan kaldırılması, bazı yazarlara göre özelleştirme girişimlerinin çeşitli yöntemlerinden biridir. Çünkü yayıncılık alanında özelleştirme sadece kamu kurumlarının satışı yoluyla değil, başka yöntemlerle de gerçekleştirilmektedir” (Uslu, 2011: 93). Papathanassopoulos, bu yöntemleri 4 başlıkta sınıflandırmıştır:

“1. Devlet kontrolünden çıkarmak (Fransa’da TF1’in Chirac hükümeti döneminde özelleştirilmesi gibi)

2. İşlerin özelleştirilmesi (BBC’ye yapımlarının % 25’ini dışarıya yaptırma zorunluluğu getirilmesi gibi)

3. Tekelleri kırmak (Başka kurumları oluşturarak)

4. Örgütsel özelleştirme (Kurumların satılması)”
(Papathanassopoulos, 1990:113-120)

Murdock medya endüstrilerinde ticari mantığın ön plana çıkmasının bu amacı tehlikeye soktuğunu dile getirmektedir. Pek çok eleştirmen, belirli bir reklamverenin gücünün, kamuoyunun anlayışıyla çelişen fikir ve forum çeşitliliğini sınırladığı konusunda hemfikir olarak bu probleme işaret etmektedir. Bu yorumculara göre, popüler basın, yurttaşlık erdemlerini değil özel zevkleri geliştirme işiyle uğraşüyor ve insanları yurttaş olarak değil tüketici olarak görüyor. Liberal ekonominin hakim olduğu bazı demokratik toplumlarda bu eğilimlere karşı koyulmakta ve kamu harcamaları tarafından finanse edilen kamusal yayıncılık sistemleri hem ticari piyasa hem de

hükümet çıkarlarından bağımsız hareket ettiği için bu tür yayıncılığı desteklemeye devam etmişlerdir (Murdock, 1999:368-369).

Bu konuda çalışmalarını sürdüren Murdock'a göre yayıncılıkta özelleştirme beş şekilde olmuştur:

“1. Kamu hizmeti kurumlarının özel yatırımcılara satılması yoluyla özelleştirme.

2. Kamu yayın kurumlarının tekeline kırarak piyasada rekabet yaratan liberalleştirme.

3. Yayıncılıkta serbestlik anlayışını yerleştirmeyi amaçlayan yeniden düzenleme.

4. BBC'nin hükümet kararıyla % 25 oranında programlarını bağımsız yapımcılara yaptırma zorunluluğu gibi şirketlere program yaptırma uygulamaları nedeniyle işbirliği.

5. Herkese erişim yerine metalaştırma” (Murdock, 2000:39-43).

Özelleştirmeler veya doğrudan özel sektöre sipariş edilen yeni özel TV kanallarının öncelikli amacı, birer ticari işletme oldukları için kâr etmektir. Yazıcı, bu durumu ele aldığı çalışmasında kamu hizmeti, ticari ve devlet yayıncılığı arasındaki farkları şu şekilde saymaktadır:

“Kamu radyo-televizyon kurumu, bulunduğu ülkenin sınırları içerisinde her yerde izlenebilme özelliğine sahiptir. Oysa bir ticari yayın kuruluşu, reklam alabilmek için reklam verenlerin talepleri doğrultusunda, potansiyel tüketici olan nüfusun yoğun olarak yaşadığı yerlere öncelikle yayın yapmayı amaçlar. Devlet

yayın kurumları da amaçları açısından ülkenin tümünü kapsamayı hedefler.

Farklı izleyici kurumlarının farklı gereksinimlerini tatmin edecek geniş bir yelpazede yayın yapmak zorunda olan kamu yayın kurumları klasik batı müziği, belgesel, trafik programı gibi eğitim programlarına öncelik verirken, izleyicinin en küçük ortak paydasını bulmayı amaçlayan ticari yayın kuruluşları izleyicinin eğlenme, neşelenme, rahatlama gibi gereksinimlerini karşılamaya yönelik programlara öncelik verir. Kendisini devletin ideolojik araçlarından biri olarak gören devlet yayın kurumu, oy veren vatandaş olarak nitelendirdiği izleyicilerinin ikna edilmesi ve devlet politikalarının benimsetilmesine yönelik programlar yapmaktadır.

Amaçlarına göre ayrıştırıldığında, kamu yayın kurumları için bilgilendirmek, eğitmek, eğlendirmek; ticari yayın kuruluşu için eğlendirmek nadiren de bilgilendirmek; devlet yayın kurumu için devletin istediği şekilde ikna etmek, eğitmek ve bilgilendirmek sayılabilmektedir. (Yazıcı, 1999:12)”

Buradan da görüleceği gibi özel televizyon kuruluşları yapıları gereği toplumsal çıkar duygusuyla değil birer kapitalist işletme olarak mevcut durumdan en iyi ticari çıkarı elde etme hedefiyle hareket eder. İlkeleri de bu temeller üzerinde yükselir. OECD'nin “İletişime Bakış - 1999” adlı raporu da bu duruma uygun hareket eden yayıncılık sektörünün, üye 29 ülkede 1997 yılında 145,3 milyar dolarlık gelir elde ettiğini ortaya koymuştur. 1995 yılında 135,8 milyar dolar, 1996 yılında ise 141,1 milyar dolar olan gelir, 1990 yılı sabit fiyatlarıyla yılda ortalama yüzde 3,4 artmıştır. Bu sektörde yüzde 84,4 ile gelirlerin en büyük payını almayı sürdüren televizyon yayıncıları, 1997 yılında 122,6 milyar dolar gelir elde etmiştir. Gelir bazında, Türk yayıncılık sektörünün OECD toplamı içindeki payı da 1995'de yüzde

0,29, 1998'de yüzde 0,35, 1997'de yüzde 0,42 olarak gerçekleşmiştir. Sadece televizyon yayıncılığı ele alındığında ise Türk televizyonlarının gelir artışı 3 yıllık dönemde yıllık ortalama yüzde 26,59 olarak görülmüştür. 1995 yılında 341,20 milyon dolar olarak gerçekleşen Türk televizyon yayıncılık gelirleri, 1996 yılında 430,40 milyon dolar düzeyine ve 1997 yılında da 546,81 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır (OECD Communications Outlook 1999:33).

4.3.2 Özel Televizyon Yayıncılığı ile Yaşanan Sorunlar

Esasında kamu yayıncılığı örgütlenmesi, çıkış olarak televizyondan eğitim ve kalkınma amaçlarına yönelik olarak yararlanmayı hedefleyen gelişmekte olan ülkelere de benzer biçimde geçmiştir. Ancak, demokrasi anlayışının henüz yerleşmediği bu ülkelerde kamu televizyon yayıncılığı öncelikle statükoyu meşrulaştırıcı ve iktidarın gücünü pekiştirici bir işlev üstlenmiştir. Bu bağlamda kamu televizyon yayıncılığının sadece mevcut iktidarların görüşlerinin bir aktarımı olduğu yönündeki iddiaların savunucularına önemli dayanaklar sağlamışlardır.

Televizyon yayıncılığında devlet tekeli kırılarak çok sesliliği getireceği, halkın haber alma hakkını gerçekleştirebilir kılacağı, kısaca demokratik bir toplumun hak ve çıkarlarının oluşumu ve desteklenmesi yönünde işlev göreceği savunulan özel televizyonculuğun, anılan işlevlerini yerine getirebilecek bir yapıda işlev görmediği/göremediği kısa sayılabilecek geçmişlerinden yansıyan bulgulara dayanarak ileri sürülebilir.

“İzleyiciler tarafından pazar payı yüksek olan bir program, tüm diğer kanallarda benzer formatlarda karşımıza çıkmakta; bu ise program içeriğindeki çeşitliliği azaltma eğilimini oluşturmaktadır. Bu nedenle televizyon programcılığı, toplumun beğenilerine ayak uydurma eğiliminde endüstrideki yenilikleri ve rekabetçiliği yansıtmaya dönük hızlı bir değişim içindedir. Bu

değişim sadece özel televizyon yayıncılığında değil kamu hizmeti yayıncılığında da bir içerik sorununun oluşmasına sebep olmaktadır. Böyle bir rekabet ortamında kamu hizmeti yayıncıları da ticari programlara yönelerek gün geçtikçe ticari rakiplerine benzemektedir. Ticari televizyonların daha fazla seyirci çekmek ve kendi çıkarlarını tehdit edecek hassas meselelerden kaçmak için tabloid haberlere yer vermesi, araştırmacı gazeteciliği bir kenara itmiştir” (Günalp, 2007:109).

Etkin bir toplumsal iletişim aracı olan televizyon günümüzde ilgi sınırlarını toplumsalın ötesine genişleterek "küreselleşme" olgusunun uluslararası taşıyıcısı/yayıncısı konumuna ulaşmıştır. Tecimsel yayıncılığın ağırlıklı olduğu bu gelişim, ulusal düzeyde yayın yapan televizyonların amaç ve içeriklerini de büyük ölçüde etkilemektedir. Tecimsel yayıncılık karşısında kamu yayıncılığı giderek geri plana düşerken televizyon izleyicisinin müşteri mi, toplumsal yaşama katılmak için televizyondan talepleri olan birey mi olduğu yönündeki tartışma giderek daha keskin bir hal almaktadır (Ünlüer 1999:55). Özel sektör mülkiyetindeki televizyon kuruluşları özgürlükçü yayıncılığın temsilcisi sayılırken, kamu yayıncılığı yapan televizyonlar siyasi iktidarın borazanı olarak nitelenmekte, izleyicilerin siyasi iktidarların istek ve beklentileri yönünde manipülasyonu için kullanılan araçlar biçiminde suçlanmaktadır. Bu ikili yaklaşım özel televizyonlar adına halka istediğini verme şeklinde tanımlanırken kamu yayıncılığının halka ihtiyacı olduğu sanılanı verme söylemiyle dile getirilmektedir (Erdoğan, 1997:289).

Gerçekte bu değerlendirmelerin yapaylığını birkaç noktadan ileri sürmek mümkündür. Özel mülkiyet elindeki televizyon kuruluşlarının mülkiyet sahiplerinin değil de toplumun bütününe içerecek çıkar ve özgürlükleri savunduğu görüşü kuşkuludur. Mülkiyet nedeniyle özel teşebbüsün ekonomik ve siyasal çıkarlarını koruma yönünde bir sorumluluk

taşıyan televizyon kuruluşları bu sorumluluğu izleyici kitlelere karşı duymazlar. İzleyicilerin bu kuruluşlara karşı yaptırım gücü yoktur. Eğer bu anlamda bir güçten söz edilebilirse bu ancak izlememe özgürlüğü olabilir (Ünlüer 1999:57).

Liberal görüşe göre, özel televizyon yayıncılığının gelişmesi çoğulculuğu sağlamak gibi bir amaç üstlenir (Alemdar ve Erdoğan, 1990:15). Ancak bu oligopol ya da aşırı rekabet gibi sorunları beraberinde getirmektedir. Rekabetin söz konusu olduğu ve tamamen ticari amaçlar doğrultusunda yayın yapılan bir sektörde bu sorunların gündeme gelmesi kaçınılmaz bir sonuçtur. Türkiye’de rekabet kurumu, rekabet yasasından aldığı yetki ve görevle tekellerle mücadele etme, bir piyasaya hakim durumda bulunan teşebbüslerin bu güçlerini kötüye kullanıp kullanmadıklarını denetleme, şirket birleşme ve devralmalarının kontrolü olarak üç ana alanda faaliyet gösterir. Bu bahsi geçen alanların hepsi şimdiye kadar bahsettiğimiz rekabet alanında olumsuz etki yaratabilecek unsurların denetimini içerir. Dolayısıyla bu üç faaliyetin temel amacını, piyasalarda etkin rekabetin sağlanması ve korunması oluşturmaktadır.

Özel televizyon yayıncılığının karşısında bir seçenek olarak görülen kamu yayıncılığının gerçekten bir seçenek olup olmadığı -en azından kuramsal düzeyde- tartışmaya açık olmakla birlikte yapı ve işleyiş açısından özel televizyon yayıncılığında önemli farklılıklarının olduğu bir gerçektir. Öncelikle kamu yayıncılığının birincil amacı kazanç elde etmek değildir. Dolayısıyla medya işlevleri olarak bilinen “haber sağlama, bilgilendirme, toplumun çevreyle ve birbiriyle olan ilişkilerini düzenleme, kültürün iletimi ve eğlendirme” gibi muhtelif işlevleri özel girişime kıyasla daha dengeli biçimde gerçekleştirebilmektedir (Severin ve Tankard, 1994:514).

Ancak asıl farklılık kamu yayıncılığının mülkiyetinin bu amaçla oluşturulmuş kuruluşlar elinde bulunmasıdır. Gerçekte içerik ve işleyişle ilgili farklılıkları yaratan temel faktör de budur. Başlangıcından bugüne özel ve kamu yayıncılığı arasındaki çatışma bu durumdan kaynaklanmaktadır. İki sistem arasındaki yayın anlayış farkı ve egemenlik mücadelesi başlangıçta kamu yayıncılığı açısından önemli destekler bulmuştur. Köklü ve oturmuş bir devlet geleneğine sahip Avrupa ülkelerinde televizyon yayıncılığı bir kamu hizmeti olarak kabul edilmiş ve televizyon örgütlenmesi de bu anlayış paralelinde gerçekleşmiştir (Ünlüer 1999:58). Bu durum Eli Noam tarafından aktarılan 1971 tarihli bir Alman anayasa mahkemesi kararında şu şekilde açıklanmaktadır. “Televizyon teknolojisindeki gelişmenin bir sonucu olarak, geniş etkileri ve olanakları ile kitle iletişim alanının en güçlüsü olan televizyon yayıncılığı, tek yönlü propaganda gibi bir kötüye kullanma tehlikesi nedeniyle, özgürlük adına pazar güçlerinin eline bırakılamaz. (Noam, 1991:80)” Ayrıca özel televizyon kanallarında çalışan gazetecilerin düşük ücret almaları ve iş güvencesinden yoksun olmaları bu kanalların haber üretimindeki bağımsızlığını da tehlikeye atmaktadır. “Özel televizyon yayıncılığında yaşanan sorunların televizyon programcılığına da yansımaları, belli tür veya formatların bir furya halinde tüm televizyon kanallarını doldurmalarına ve kısa süre içinde gözden düşmelerine sebep olmakta, bu düzen ise yayın kuruluşlarının maddi kaynakları kullanma eğilimlerini belirlemektedir. Rekabetçi medya sektörü, programcılık alanında uzun vadeli planlamalardan kaçınmakta ve stratejik bir yayın akışı oluşturma ve yayın çizgilerini belirlemede önemli istikrarsızlıklar sergilemektedir” (Çelenk, 2002).

Türkiye’de 1940’ların sonuna kadar olan dönemde, gazete sahiplerinin genellikle burjuvaziye mensup ve entelektüel formasyonu güçlü fikir adamları oldukları görülmektedir. Bu anlamda dönemin medyası olan

gazetelerin sahiplik yapısı, birkaç ortağın ortaya koyduğu sermayelere dayanmış ve bu ilişkinin temeliniyse genellikle fikri düzlemdeki ortaklık oluşturmuştur. Fikri ayrışmalar bazen sermaye ortaklığının sonunu hazırlamıştır. Teknolojik yatırımların henüz olmadığı, dolayısıyla basın sektörüne girmenin görece daha kolay ve daha düşük maliyetli olduğu bu dönemde, uzman veya yetenek sahibi olan, az sayıda elemanla küçük ölçekli üretimin gerçekleştiği bir yayıncılık anlayışı söz konusudur (Erdem, 2017:337). Sonrasında maliyetlerin kâra dönüşmesi için yeni teknolojik yatırımların yapılması gerekirken reklâm ve ilanların daha geniş bulması, matbaaların başka yayınlar için de kiralanması, satışı artırmak için kupon veya çekilişle dahil olunan kampanyalar düzenlenmesi veya gazete dışında başka eklerin verilmesi gibi çeşitli uygulamalar devreye girmiştir. Siyasi iktidarla da yakın ilişkileri olan Simavi, Karacan, Bilgin gibi ailelerin gazetecilik mesleği içinde yetişmiş kuşakları, teknolojiye yaptıkları yüksek maliyetli yatırımlarla dikkat çekmişlerdir (Adaklı, 2006:114-115).

1980'lerin başından itibaren başlayan tecimselleşme sonucunda 1990'lardan itibaren iktidarla bütünleşmiş, hegemonik konumundaki medya holdingleri ortaya çıkmaya başlamıştır (Kejanlıoğlu, 2004:203). RTÜK Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı tarafından 2014 yılında yayınlanan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporuna göre, yoğunlaşma, az sayıda teşebbüsün toplam satışlar, varlıklar veya istihdam gibi ölçütlere göre ekonomik faaliyetin büyük kısmını elde tutmaları durumudur ve bahsedilen rapor bu sektördeki yoğunlaşmayı, yatay, dikey ve çapraz olarak üç boyutta incelemektedir (RTÜK Strateji Geliştirme, 2014: 107).

Buna göre, radyo ve televizyon yayıncılığında yaşanan yatay yoğunlaşma ulusal ve uluslararası medya pazarındaki şirketlerin aynı anda radyo, televizyon, isteğe bağlı yayın, film, müzik, e-gazete, e-dergi, e-kitap

gibi alanların bir kısmında ya da hepsinde birden faaliyet gösterme durumudur. Bunun kadar önemli olan değerlendirilen bir diğer boyut ise radyo ve televizyon yayıncılığında kendine ait içerik ve sunuşun tasarlanması ve geliştirilmesi, üretimden kanal kontrolüne, dağıtımından tüketimine kadar olan tüm değer zinciri boyunca oluşan dikey yoğunlaşmayı kapsamına almaktadır. Özellikle televizyon yayıncılığında konsept ve program geliştirme, içerik üretimi ve fikri ve mülkiyet haklarının yönetimi, kanalların bir pakete dahil edilmesi ve kontrolü, kodlama, sıkıştırma ve paketleme, uydu, kablo ve karasal iletim yoluyla dağıtım ve tüketim faaliyetleri belirli şirketlerin elinde toplanmaktadır. Çapraz yoğunlaşma diğer yoğunlaşma türlerine kıyasla daha yakın bir zamanda ortaya çıkmıştır. Çapraz bütünleşme ya da çapraz sahiplik terimi kullanılarak da ifade edilen bu yoğunlaşma türünde, büyük şirketler belirli bir araç üzerindeki kontrollerini birleşme ya da satın alma yoluyla güçlendirmekte ve farklı sektörlere de el atarak kontrol alanlarını daha dagaenışletebilmektedir (RTÜK Strateji Geliştirme, 2004: 107).

Türkiye medyasında yoğunlaşma anlamında görülen sıkıntılar özellikle ekonominin bozulduğu 80'lerde ortaya çıkarken o dönemde medyayı elinde bulunduran sermaye grupları finansal krize girmiştir. 24 Ocak 1980 kararları sonucunda basına verilen sübvansiyonlar kesilirken medya finansal desteğe ihtiyaç duyulmuştur. Bunun sonucunda o dönem ekonomik gücü elinde bulunduran büyük holdingler basın sektörüne giriş yapmış ve birçok holding o dönemde gazete sahibi olmuştur. Ticari televizyonların 90'larda yayın hayatına başlamasıyla o dönemde basın sektöründe hakim konumdaki büyük ailelerin oluşturduğu Türk medyası, medya dışındaki sektörlerde faaliyet gösteren büyük sermaye gruplarının hakim olduğu bir alana dönüşmüştür. Türk medyasında ortaya çıkan çapraz yoğunlaşma işte bahsedilen yıllarda başlamıştır (RTÜK Strateji Geliştirme, 2004: 108).

Türkiye’de medya sahiplik yapısındaki yapısal dönüşüm, önce Anavatan Partisi sonrasında da Doğru Yol Partisinin iktidarda olduğu dönemde yapısal dönüşüm geçiren ülke ekonomisinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. 1990’lı yıllarda, Türkiye’de özel kanallarının sayısı giderek artarken birkaç medya grubu sektöre hakim olmaya başlamıştır. 1990 sonrası dönemde çapraz yoğunlaşmalar sonucunda gazete, radyo ve TV sahipleri daha çok finans ve enerji gibi dönemin yıldızı yükselen, karlı sektörlerinde de faaliyet gösteren kuruluşlar konumundadır. Radyo ve televizyon yayıncılığı ekonomik anlamda istenen ya da gereken miktarda kar getirmese de medyanın maddi kazancın dışında sunduğu kitlelere ulaşma, onlara istenen mesajları verme, kitlelerin verdiği kararları etkileme, böylece iktidar gücünü kullanma, paylaşma, rakiplerine ya da siyasi aktörlere paralel veya bazen de onlara karşı kullanabilme gibi durumlar, büyük sermaye açısından medya kuruluşu sahibi olmayı vazgeçilmez kılmaktadır (RTÜK Strateji Geliştirme, 2004: 108).

BEŞİNCİ BÖLÜM

HEGEMONYA KURAMI BAĞLAMINDA TÜRKİYE’DEKİ KAMU VE ÖZEL TELEVİZYON KANALLARINDA HABER YAYINCILIĞI ÜZERİNE YAPILAN DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER

5.1. Yönteme İlişkin

5.1.1. Çalışmanın Amacı Ve Önemi

Türkiye bazı dönemlerde, gerek ekonomik gerek toplumsal olarak normal deviniminden bağımsız olarak büyük ve köklü değişimler yaşamıştır. Buna medyada yaşanan süreçler de dâhildir. “Hegemonya Kuramı Bağlamında Medya-İktidar İlişkileri: Türkiye Televizyon Kanallarında Haber Yayincılığı” adlı bu doktora tezinin amacı Türkiye haber medyasında yaşanan bu süreci hegemonya kuramı bağlamında analiz etmektir. Çalışmanın alan araştırmasından oluşan bu bölümünde haber medyası özelinde yaşanan değişimin arkaplanı, hegemonya kuramının önermeleri temelinde araştırılmaktadır. Yapılan bu alan araştırması ile hegemonya kuramının önceki bölümlerde de incelenmiş olan kuramsal ve pratik düzlemde işleyen özellikleri bağlamında günümüz haber medyası çalışanlarının bundan ne boyutta etkilendiği; bir ideolojik aygıt olarak haber medyasının mevcut hegemonyanın sürdürülmesinde üstlendiği rol, bilinç belirleme ve toplumsal rıza elde etme noktasında kitle iletişim araçlarının pozisyonu gibi kuramsal olarak ileri sürülen savların gerçek hayattaki karşılığını tespit etmek amaçlanmaktadır.

Medya bir yandan yatırımcısına ciddi kârlar sağlayan bir kültür endüstrisi olarak çalışırken diğer yandan mevcut ideolojik hegemonyanın sürdürülmesi bağlamında önemli roller üstlenir. Toplumsal hegemonyanın izlerini incelemek anlamında en elverişli veriler sunan alanlardan biri genel olarak medya, özel olarak da haber medyasıdır. Bu bağlamda, Maesele, medyanın egemen ideolojiyi iletmek ve hegemonik bir konumu korumak için güçlü bir araç olarak incelenmesi gerektiğini savunur (Maesele, 2010: 279). Bu nedenle, medyanın güçlü kurumları sayesinde sahip olduğu baskın durumun, hizmet ettiği egemen ideolojinin korunmasında etkili olduğu ileri sürülebilir. Daha önce de dile getirdiğimiz gibi kültürel hegemonya söylemi ilişkilerde baskınlık anlamında, egemen bir devletin (bölge) diğer zayıf devletlere yönelttiği tehditler yoluyla hâkimiyet kazanma yöntemi olan "hegemonya" kavramından türemiştir. Bu kavram zaman içinde, militarist bir egemenliği, daha sonra jeopolitik bir egemenliği ve nihayetinde kültürel bir egemenliği ifade ederek genişlemiştir. Gramsci'nin medyanın hegemonya bağlamındaki rolünü tanımlama çalışmaları da bu konudaki en önemli katkıyı oluşturur.

Gramsci hegemonyanın sadece baskı ve zor yoluyla değil aynı zamanda kamuoyu rızasıyla elde edilebileceği fikrini ortaya koyarak ve gazetelerin kamuoyunu etkileme anlamında nasıl kullanıldığına dikkat çekerek konuya başka bir bakış açısı getirmiştir. Gramsci'ye göre bu hegemonya sosyal kurumların egemen grup tarafından dikkatli bir şekilde manipüle edilmesini, kendi inanç, algı ve değerlerinin diğer sosyal gruplara, kendi isteğiyle kültürel norm olarak kabul edilecek şekilde empoze edilmesini içerir (Gramsci, 1971:75). Böyle bir kültürel hegemonya, ortaya çıkan sosyal, ekonomik ve politik tutarsızlıkların *normal* olarak kabul edilmesini beraberinde getirir. Bazı seçimler ve politikalar aslında sadece baskın gruba fayda sağladığı halde sanki daha büyük nüfusa doğal ve faydalıymışçasına kabul ettirilir.

Gramsci, hegemonya kuramıyla ilgili örnek verirken ve burjuva devletinin baskıcı boyutunun yanı sıra “ikna edici” yönünün bulunmasını öne sürerken bu ikna durumunu kullanır. Ona göre, kapitalist toplumda çoğunluğun rızasını elde etmeye yardımcı olan üstyapı kurumlarının başında medya gelir. Bu ilişkide sayılabilecek diğer araçlar eğitim, aile, hukuk, sendika gibi sivil toplum kurumlardır. Burada bahsedilen kurumlar hegemonyanın kurulmasında doğrudan rol alan kurumlardır (Dağtaş, 1999:338). Kültürel hegemonya gücünü görünmezliğinden alır. Kültür toplumun en derin kısımlarına kadar temas eder. Göze “politik” veya “ideolojik” olarak görünmez ve sevilen, güzel bulunan ya da rahat hissedilen her şeyin içinde yer alabilir. Anlatılan tüm öykülere, görüntülere ve konuşma şekillerine sinmiş olan kültür, tam anlamıyla politikmiş gibi görünmeyen bir politika biçimidir. Fark etmesi zor olduğu için de daha az dirençle karşılaşır.

Biz medyadaki hegemonik ilişkilere dönük farkındalığın geliştirilmesine katkıda bulunmasını amaçladığımız bu çalışmada, medyanın hegemonya kurma anlamında üstlendiği rolü haberlerin üretiminde asıl pozisyonu üstlenen habercilerin konumları üzerinden analiz etmeye çalışacağız.

5.1.2. Çalışmanın Temel Varsayımları

Bu tez çalışması bağlamında belirtildiği üzere, Gramsci, kitle iletişim aracı olarak faaliyet yürüten kurumların “hegemonyanın üretimi, çoğaltılması ve dönüşümüne” sunduğu katkıya özel vurgu yapmaktadır. Buna göre Gramsci, medyanın hegemonya bağlamındaki rolünü analiz etmenin önemli olduğu gerçeğine işaret eder (Strinati, 1995:168-169). Medya sadece tek tek bireyleri değil, toplum ve kültür de dâhil olmak üzere diğer kurumları etkileyen, toplumsal anlamda güçlü bir araçtır. Hall medyanın hegemonya oluşturmada sadece önceden oluşmuş olan konsensüsü ve oluşmuş toplumsal rızayı yansıtan ve sürdüren bir kurum değil bizzat o konsensüsü ve rızayı üreten önemli bir araç olduğunu ifade etmektedir. Medyayı

devletin bir ideolojik aygıtı olarak tanımlayan Hall, onu hegemonik bir çerçeveye analiz ederken kamuoyunun medyaya güvendiğini çünkü ideolojik olarak devletin politik veya ekonomik çıkarlarından bağımsız ve tarafsız olma iddiası taşıdığını söyler. Bununla birlikte, bir devletin sınırları içerisinde faaliyet yürüten bir medya kuruluşu o ülkenin resmi yayıncılık yasalarını takip etmek ve onlara bu lisansı veren devlet ve politik sistemin yapısına uymak zorundadır (Hall, 1999b:83).

Bu çalışmanın en temel varsayımı da hegemonyanın taşıyıcısı konumundaki medya kuruluşları arasında en görünür olan televizyonlarda karşımıza çıkan haber söyleminin içinde barındırdığı egemen ideolojinin, toplumsal hiyerarşinin kurulması ve statükonun devamlılığının sağlanmasında önemli bir pozisyona sahip olduğu şeklinde ifade edilebilir. Bu iddiaya göre televizyon haberleri, hem hegemonya anlamında egemenlik yapılarının yeniden üretilmesini hem de var olan yapısal ilişkileri işaret etmekte ve bir anlamda topluma dayatılan egemen değerlerin onaylanıp meşrulaştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Genel anlamda medyanın ve bu araştırma ölçeğinde ana akım televizyon haber bültenlerinin işleyiş yapısı; hegemonyayı elinde barındıran güce hizmet eden, kendi üretmiş olduğu hegemonik konumdaki ideolojiyi devamlı olarak besleyen, yayılmasını ve yeniden üretimini sağlayarak bu hegemonyasının sürdürülmesine meşru bir zemin oluşturan bir mekanizma olarak işlemektedir.

Bu varsayıma ek olarak, medya mevcut iktidar tarafından şekillendirilebilmekte, bu doğrultuda her türlü yasal yaptırımlar seferber edilerek farklı seslerin ortaya çıkması engellenebilmektedir. İktidar yanlısı işadamları yoluyla medya sahipliği üzerinden karar alma süreçlerine müdahale edilebilmekte ve buna paralel olarak haber bültenleri ekranlara iktidarın propagandası şeklinde yansiyabilmektedir. Halkın dini inançları, gelenekleri ya da ahlaki değerleri mevcut iktidara ve hegemonyaya hizmet eden aracı konumundaki medya tarafından kelime anlamına uygun şekilde araç olarak kullanılabilir.

Herhangi bir ırk, cinsiyet ya da başka bir ayırım gözetmeksizin aktarılması gereken bilgileri topluma ulaştırma görevini yerine getirmesi beklenen haberciler bu durumun aksine asıl gerçekleri gizleme ve kendi ürettikleri olmayan bir gerçeklikle dikkati başka yönlere çekme işlevi üstlenebilmektedir. Bu doğrultuda haber programları, birer ekonomik ve siyasi propaganda unsuru haline gelebilmekte ve haber medyası, bazı sorunları ve konuları görmezden gelip marjinalize ederken bazı konu ve sorunları ise dilediği sıklık ve yoğunlukta gündeme getirebilmektedir. Medyanın mevcut konumlanışı ve mülkiyet yapısı sonucunda bazı konular haber medyasının gündeminde kesinlikle yer almazken, egemen görüşe paralel konular gündemde ağırlıklı olarak yer alabilir. İzleyicilerin gündemi, hegemonyaya hizmet eden ana akım haber medyasının önem ve yer verdiği konulardan oluşurken, haberlerde kendisine yer bulamayan gerçekler, halkın ve izleyicinin gündemine girmez.

Yani bu çalışma kapsamında dile getirilen varsayıma göre ana akım televizyon haber bültenlerinin asıl amacı, gerçekleri kamuoyuna iletmek değil, belirli ekonomik ve politik çıkarılara hizmet etmektir. Haberde verilen bilgi, insanların hem çevrelerini hem de kendi yaşamlarını kendi kontrolleri altında tutabilmelerini sağlayacak en önemli faktörlerden biri olduğu için ana akım haber bültenlerinde karar vericiler bu gücü kamuoyu oluşturma, toplumu istediği yönde yönlendirerek egemen ideolojiye paralel fikirlerin kabul edilmesi noktasında ikna etme veya egemen ideolojiye göre tehlikeli fikirlerin değiştirilmesini sağlama amacıyla kullanabilmektedir (Uzun, 2002:14). Buna göre Gramsci'nin hegemonya kuramının çıkarımlarıyla bu çalışmanın temel varsayımları aynı doğrultudadır.

Ayrıca bu çalışmanın diğer varsayımları arasında, habercilerin yapmış oldukları haber üretimleri sırasında iktidarda bulunan parti, kanal yönetimi veya daha alt amirleri tarafından baskı görebildikleri şeklindeki iddia da bulunmaktadır. Baskı genellikle dışsalken bazen de habercinin kendisi dışarıdan gelecek bir baskıya gerek

kalmaksızın oto sansür uygulayabilmekte ve bunu içselleştirebilmektedir. Bu baskılar neticesinde de ortaya çıkan ürüne ya da habere tarafsız ve etik habercilik anlayışıyla hazırlanmış bir haber demek de mümkün olamamaktadır.

Buna ek olarak, haberciler yalnızca haberin hazırlanması sırasında baskı görmemekte aynı zamanda kıyafet ve cinsiyet baskısı gibi ikincil baskılarla da karşı karşıya kalabilmekte ve buna paralel olarak oyunu kurallarına göre oynamayan haberciler her zaman işsiz kalma veya itibarsızlaştırma riskiyle karşılaşabilmektedir. Ki bir habercinin yaşayabileceği en büyük sorun budur. Medya sahipleri ve hegemonik odaklar medya üzerinde kurdukları güç ve algı yönetimi ile sosyal mühendislik anlamında halkın neleri görmesi ve öğrenmesinin yeterli olduğuna ve nasıl düşünmesi gerektiğine karar verebilmektedir.

5.1.3. Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada yöntem olarak Nitel Araştırma kategorisinde Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında kişilerin belirlenmesinde, analiz açısından zengin veri ortaya çıkardığı düşünülen durumların detaylı çalışılmasına olanak verdiği için yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmış ve yapılan bu görüşmeler, medyada haber üretimi sürecinde karar verici konumda yer almış dokuz kişiyle bizzat yüzyüze olarak gerçekleştirilmiştir.

Sosyal bilimler alanındaki araştırmalarla ilgili yöntem konusu, araştırmanın bilimsel temelini oluşturulması bağlamında oldukça önemlidir. İnsan davranışları ve dolayısıyla iletişim süreçleri, içerisinde yaşanan toplumdaki ve ortamdan büyük oranda etkilendiği için sosyal bilimlerde genelleme yapmak oldukça zordur. Davranışları ölçmek ve değerlendirmek için nicel yani sayısal birimlerle hareket etmek zor olduğu için nitel araştırma tekniklerine ihtiyaç duyulmaktadır. Denzin ve Lincoln'e göre nitel araştırma, araştırmacının araştırılacak konuyu doğal ortamda

incelediği, olguları araştırılan durumların getirmiş olduğu anlamlar ışığında yorumladığı ve anlamlandırdığı araştırma türüdür (Denzin ve Lincoln, 2000:168-169).

“Nitel araştırmalar 20. yüzyılın başlarında önem kazanıp, günümüzde özellikle sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmaya devam eden bir araştırma yöntemidir” (Yıldırım ve Şimşek, 2013:54). Nitel araştırma, gerçek hayatta karşılaşılan olayları, durumları ve problemleri sayısal veriler temelinde değil, yorumlar temelinde açıklamaya çalışan yöntemleri bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla nitel araştırmalar bu değerlendirmeleri yaparken sayılar yerine kelimeleri kullanmaktadır (McCusker ve Gunaydın, 2015:537).

Nitel araştırmalar adından da anlaşılacağı üzere, elde edilen bulguların istatistiksel teknikler üzerinden değil, bireylerin ya da toplumların belirli bir konuya ilişkin görüş ve deneyimlerini kendi ifadeleri ve cümleleri üzerinden analiz etme çabasının bilimsel karşılığıdır. “Nitel araştırma, bireylerin yaşamlarındaki anlamları tanımlayan çalışmalarını, vaka incelemesi, görüşme, kişisel deneyim, içebakış, gözlemsel, tarihsel ve görsel metinler içermektedir” (Kuş, 2012:77). Buna göre nitel araştırma bağlamın ayrıntılar ışığında anlaşılmasına yönelik bir yöntemi esas alır. Burada amaç derine inmek ve yüzeyin altındakileri görünür hale getirmeye çalışmaktır. Nitel araştırmalarda veri toplama yöntemi olarak genellikle görüşme yöntemi kullanılmaktadır. Burada görüşmeler araştırmanın amacına yönelik şekilde katılımcılarla yapılan sohbetlerden oluşur.

“Nitel araştırma yönteminde beş temel konu ön plana çıkmaktadır: Araştırmanın güçlü bir şekilde özneye-ilişkinlik ilkesine oturtulması, araştırma öznesinin betimlenmesine ve yorumlanmasına verilen önem, öznenin kendi doğal günlük ortamında (laboratuvarda değil) araştırılması ve son olarak da sonuç çıkarılmasından bir genelleştirme sürecinin anlaşılması. Deyim yerindeyse bu

noktalar nitel düşüncenin temel iskeletini oluşturmaktadır. Nitel düşünce için önerilen bu temel noktaların nicel düşünceye bir seçenek oluşturmadığı vurgulanmalıdır. Nitel ve nicel düşünce kural olarak her araştırma ve tanıma sürecinde mevcuttur. Nitel düşüncenin bu beş temel vurgusunu şu şekilde açıklayabiliriz. 1. İnsan bilimleri araştırmalarının konusu daima insanlardır, öznelardır. Araştırma sorularının muhatabı olan özneler, araştırmanın kalkış noktası ve esası olmak zorundadır. 2. Her tür çözümlmeye başlarken, önce olgunun açık ve kapsamlı bir betimlemesinin yapılması zorunludur. 3. İnsan bilimlerinde araştırma olgusu hiçbir zaman tam anlamıyla açık değildir, daima yorumlamaya ihtiyaç duyulmaktadır. 4. İnsan bilimlerinde olgular, her zaman kendi doğal, gündelik yaşam ortamında araştırılmalıdır. 5. İnsan bilimleri araştırmalarındaki sonuçların genelleştirilebilirliği belirli bir yolla otomatik olarak sağlanamamakta her bir durum için adım adım oluşturulması gerekmektedir” (Mayring, 2011:25-29).

Tez kapsamında görüşmecilerle, çalışmanın ve görüşmenin verimini artırdığı düşünüldüğü için Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniğı kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda araştırmanın konusuna, amacına ve örneklemin özelliğine uygun doğru sorulara yer vermek işe yarar verilere ulaşılması açısından önemlidir. Bir sorunun nasıl kurgulandığı ve sorulduğu görüşülenin nasıl cevap vereceğini etkileyeceği için görüşme formunda yer alacak soruları belirlerken hangi tür sorulara yer verileceği üzerinde düşünölmelidir. Michael Patton bununla ilgili altı farklı soru türünün varlığından söz etmektedir: “1) Deneyim/davranış soruları, 2) Görüş/değer soruları, 3) Duygu soruları, 4) Bilgi soruları, 5) Duyusal sorular, 6) Artalan/demografik sorular” (Patton, 2002:348-352).

Görüşme sürecinde ortaya çıkarılması hedeflenen verilerin sistematik bir şekilde elde edilmesine yönelik soru veya başlıkların bir listesi çıkarılarak, görüşmede kullanılacak rehber form hazırlanır. “Görüşmeye rehberlik edecek böyle bir formun hazırlanması, temel olarak hedef kitleden aynı sorularla belli bir düzen içinde bilgi toplanabilmesini mümkün kılar. Görüşme rehber formu, görüşmecinin bu

formda yer alan konu başlıkları ve alanları hakkında sorular üretmesine yardımcı olacak bir araçtır” (Kümbetoğlu, 2005:72).

Yarı yapılandırılmış görüşmede bazı açık uçlu sorular kullanılır. Görüşen ve görüşme yapılan kişiler bazı konularda daha derine giderek daha detaylı görüşler belirtebilir. Bu çalışmada her iki yaklaşım da bir arada ve iç içe kullanılmıştır. Yapılan mülakatlarda öncelikle karşı taraftan olayın objektif olarak anlatılması istenmiş, sonrasında ise bir dönem incelemesi olduğu için karşılaştırma yapabilmek ve ortak noktalarla farklılıkları tespit edebilmek için yapısal bir soru cevap yaklaşımı uygulanmıştır.

5.1.3.1. Görüşmelerdeki Ortam, Sorular, Süreler ve Diğer Özellikler

Yapılan mülakatlarda yazılı soru formu kullanılmış ancak yarı yapılandırılmış görüşme olduğu için ve görüşmenin verimliliğini artırmak için zaman zaman yazılı soruların dışına da çıkılabilmiş ve görüşmenin karşılıklı olarak gelişmesine izin verilmiştir. Görüşme süreleri 50-90 dakika arasında değişim göstermiştir. Bu mülakatlarda ses kayıt cihazı kullanılmış ve toplamda 10,5 saatlik görüşme kaydı yapılmıştır. Kayıtlar tarafımda bulunmaktadır. Görüşmeciler kayıt yapıldığını bilmektedir, bu konuda kendilerine bilgi verilmiş ve onlar da kabul etmişlerdir. Görüşmeciler kimliklerinin tezde kullanılmasına izin vermişlerdir.

Bu yöntemle göre görüşmeci, önceden hazırladığı soru formlarına sadık kalmakla birlikte soruları görüşmenin gidişatına göre değiştirme özgürlüğüne sahiptir. Görüşmeci, görüşme sırasında sorduğu sorulardaki cümle yapısı ve soruların sırasını değiştirebilir, bazı konularda ayrıntıya girebilir veya isterse sohbet tarzında ilerleyen bir yöntemi benimseyebilir. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan “Betimsel Analiz” kullanılarak incelenecek olan veriler, analizlerin sonucunda elde edilen temalar vasıtasıyla objektif olarak özetlenecek ve yorumlanacaktır. Bireylerin konu

hakkındaki görüşlerini objektif olarak vurgulamak için, doğrudan alıntılara yer verilecektir. Bu yöntemin kullanımındaki temel amaç eldeki bulguların objektif olarak özetlenmiş şekilde aktarılmasını sağlamasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2005:138).

Bu yöntem ayrıca tek tek bireylerin öznel çalışma deneyimlerinin aktarılmasına da yardımcı olacaktır. Çalışmanın hipotezine göre haberciler haber yaparken hegemonya anlamında mevcut iktidarın baskısını doğrudan hissetmektedir. Araştırmaya dair ön düşünce ise habercilerin terim olarak hegemonya ifadesini kullanmasalar bile üzerlerinde bir baskı hissetme eğiliminde oldukları şeklindedir. Bu araştırma için seçilen mülakat yönteminin amacı bu eğilimi birey bazlı ve karşılaştırmalı olarak takip etmektir.

5.1.4. Çalışmanın Evreni ve Örnekleme

Çalışmanın evreni Türkiye’de 2000 sonrası yayın yapan kamu ve özel televizyon kanallarıdır. Örnekleme ise bu kanalların haber ekiplerinde daha önce çalışmış olan ya da şu anda çalışmakta olan muhabir, editör, haber müdürü veya genel yayın yönetmeni görevlerinden birini icra eden 9 kişidir.

Mülakat yapılan görüşmeciler, sektördeki habercilik tecrübesi 15 yıldan fazla olan ve haber üretim süreçlerinde söz sahibi olan kişilerdir. Bu görüşmecilerin yaş aralığı 40 ila 65 arasında değişmektedir. Nitel bir araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği çerçevesinde ulaşılan 9 kişi ile yapılan görüşmelerin çalışma evrenini anlamamızda yeterli olacağı kanaati oluşmuştur. Çünkü çalışma evreni çok geniştir ama bu çalışmaya katılmak isteyen, daveti kabul edip konuşmak isteyen görüşmeci örneklem sayısı hayli az olmuş ve davet gönderilen çoğu kişi bu tür bir görüşme yapmaktan imtina etmiştir.

Bu yüzden genel durum için örneklem oluşturmak amacıyla bu çalışmada; Türkiye’de faaliyet yürüten büyük bir sermaye grubuna ait özel televizyon kanallarından üç kişi, yurtdışında Türkçe yayın yapan kamusal televizyon kanallarından iki kişi, Türkiye’nin kamu televizyonu TRT kanallarından iki kişi ve bağımsız haber kanallarından iki kişi alınmıştır. Görüşmeciler seçilirken cinsiyet eşitliğine dikkat etmeye çalışılırken eşitliği sağlayacak miktarda kadın aday bulunmaması nedeniyle çoğunlukla erkek habercilerle görüşme yapılmış, görüşülenler arasında sadece 2 kadın mevcuttur. Bu da Türkiye’deki haberciliğin durumunu göstermek açısından bir anekdot olarak belirtilmiştir.

5.1.5. Çalışmanın Kapsamı, Avantajları ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada habercilerin üzerlerinde hegemonya baskısı yaşayıp yaşamadıklarının tespit edilebilmek için yapılan mülakatlarda yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırma dâhilinde ele alınan konunun bütün boyutlarını kapsayan, daha çok açık uçlu soruların sorulduğu ve detaylı cevapların alınmasına olanak sağlayan, yüz yüze ve birebir görüşülerek bilgi toplanmasına imkân veren bir veri toplama tekniğidir. Böylece görüşme yoluyla, görüşülen kişinin duyguları, sahip olduğu bilgiler, tecrübeleri ve gözlemlerine birinci elden ulaşma şansına sahip olunur. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, hem tam yapılandırılmış görüşmeler kadar katı olmaz hem de yapılandırılmamış görüşmeler kadar ucu tamamen açık bir belirsizlik içermez. Katı değil esnektir, konuşmak isteyen görüşmeciyi sınırlamaz. Bu sayede de araştırmacının da katılımına izin verir ve konu daha rahat ve detayları içerek şekilde konuşulabilir.

Her ne kadar bu araştırma açısından en uygun yöntem olsa da bu yöntemin bazı sınırlılıkları ve dezavantajları da bulunmaktadır. Örneğin bu teknikle nicel bir veriye ulaşmak pek mümkün değildir. Görüşmeci sayısı sınırlıdır. Görüşmecilere ulaşmak

oldukça zor olmuştur çünkü bu kişiler sadece belirli kriterleri taşıyan profesyoneller arasından seçilmiştir. Diğer bir sınırlılık ise konudan kaynaklanmıştır. Çalışmanın başlangıcında görüşmeci sayısı 16 profesyonel haberci olarak belirlenmesine rağmen bu habercilerden sadece 9'u görüşmeyi kabul etmiştir. Bu da görüşmek istemeyen kişilerin kendini güvende hissetmemesi ile ilgili olabilir. Ancak yine de bu sınırlılıklarına rağmen yapılan görüşmelerin konumuzu açıklamak açısından yeterli çıkarım ve analiz şansını bize sağladığı düşünülmektedir.

5.2. Kamu ve Özel Televizyon Kanallarında Çalışan Habercilerle Yapılan Görüşmeler

Burada sorulan her soru teker teker yazılıp altına görüşmecilerin açıklama ve yanıtları G1, G2, G3 vb. şeklinde yazılacaktır.

Soru 1: Neden ve nasıl, televizyonda haber yayıncısı oldunuz?

G1: Gazeteci olmaya Lise 1'i bitirdiğim yaz karar verdim. Henüz 17 yaşındaydım. Okumaya, yazmaya ve araştırmaya meraklıydım. Babam, gazeteci ya da genel anlamıyla haberci olmak istiyorsam ya iktisat ya da siyaset okumam gerektiğini salık verdi. Ben de siyaseti tercih ettim. Yazmaya da Lise 2'de de okul dergisinde başladım. İlk sansürle tanışmam da orada oldu. Vedat Günyol ile yaptığım röportaj, içerdikleri nedeniyle Müdür Baş Yardımcısı tarafından yayınlanmaya uygun bulunmadı. Üniversiteyi bitirir bitirmez hatta daha diplomamı almadan X gazetesinde iş buldum. Gazetede, yeni mezun ya da dördüncü sınıf öğrencisi, genç, hevesli, meraklı arkadaşlar arandığına dair ilan görmüştüm. Ben de görüp başvurduğum ve hemen kabul edildim. 24 yıla yaklaşan meslek hayatımda en keyifli, en hakkını vererek, en çok öğrenerek çalıştığım yer orası oldu. Ancak bana sağlayacağı maddi koşulların sınırlı olduğunu gördüğüm için istifa ederek ayrılmak durumunda kaldım. Televizyon haberciliği, yapmayı hiç düşünmediğim ve istemediğim bir alandı. Biraz

ülkedeki koşulların zorlamasıyla televizyoncu oldum. X gazetesinden ayrıldıktan sonra akademik kariyer yapmak için yüksek lisansa başlamıştım. 2001 krizinde ailevi sebeplerden dolayı acilen iş bulmam gerekiyordu. O koşullarda bulabildiğim ilk işe girdim. O da bir televizyon kanalı oldu. Televizyon haberciliğini heyecan verici bulsam da ve buna ilave olarak ekonomik olarak koşulları daha düzgün olsa da gazete kadar tatmin edici değil ama çok daha etkili bir iletişim aracı.

G2: Mesleğe 2002 yılında özel bir kanalda başladım. Bu, uydu üzerinden yayın yapan tematik bir kanaldı. Hedef kitlesi de Alevilerden oluşuyordu. İdeallerim arasında kesinlikle televizyonda haberci olmak yoktu. Ancak İstanbul'a yeni gelmiştim ve işe ihtiyacım vardı. Aslında habere de uzak değildim. Dünyayı ve Türkiye'yi yakından takip ediyordum ve İstanbul'daki toplumsal olayları belgeliyordum. Biraz kamera ve montaj bilgim vardı. Bu nedenle haberciliğe çabuk ısındım. Hızlı kavradım diyebilirim. Yani aslında haberciliğe başlamam geçim derdi ve tesadüfler üzerine gelişti.

G3: Daha önce X Grubu'ndaki Y gazetesi için çalışıyordum. Ardından Y gazetesi bulunduğu büroyu kapatınca, aynı grubun haber kanalı Z'den teklif geldi. Ben de daha önce TT ile haber kanalı tecrübem olduğu için teklifi kabul ettim. Ama açık söylemek gerekirse, detaylı yazmayı yani gazete muhabirliğini her zaman televizyon haberciliğine tercih ederim.

G4: Gazetecilik, habercilik, özünde hakkını vererek tanımlamak gerekirse kamusal bir iş. Halkın üzerinde, oynanmamış-yalan olmayan haber alma hakkının yanına merak ögesini, araştırma ögesini, inceleme ögesini koyma çabası. Toplumun kendi yaşamı ve içinde bulunduğu toplumla ilgili doğruları bilme hakkını karşılamaya yönelik araştırma inceleme merak durumlarını somuta dökme amacı diyebiliriz. Üniversitede okuduğum bölüm de bu niyetimi gerçekleştirmem de araç oldu. Aslında

bir aile yakınımın daha 12-13 yaşındayken “sendeki bu merakla, gazeteciden başka bir şey olmaz senden” demesinin yıllar sonra gerçekleşmiş hali.

G5: Liseyi bitirdiğimde gazetecilik ya da televizyonculukla ilgili idealist bir görüşe sahip değildim. Birkaç yıl üniversite seçiminde bocaladım. Dönemsel popüler etkilerle 1990 yılında AÜ Basın Yayın Yüksekokulu’na ilk tercihim olarak girdim. Okul dönemi ve mezuniyet sonrası kısa süreli dergi yayıncılığı, reklamcılık ve işletmecilik deneyimlerinin ardından (ekonomik kaygılarla başvurduğum) 1998 yılında TRT’nin açtığı sınavı kazanarak muhabir oldum. Başbakanlık ve parlamento muhabirliği ile farklı birimlerde editörlük ve yöneticilik yaptım ve halen yapmaktayım.

G6: Gazeteciliğe genel bir meslek perspektifinden bakıyorum. Mesleğimizin asıl eksenini habercilik. TV, radyo, yazılı basın, internet medyası ya da dijital medya vs. gibi alanları, bir mesleki şemanın alt dalları olarak görüyorum. Ben gazetecilik yaşamıma 2004’te, o dönem yayımlanan bir ulusal gazetede başladım. Sonrasında yine çeşitli gazetelerde çalıştım. 2012’de ise bir uluslararası yayın kuruluşunda çalışmaya başladım ki bu işim hala sürüyor. Bu, benim özel seçimimden ziyade Türkiye’de o dönem medya ortamındaki değişimlerle ilgili bir durumdu. Açıkçası derinleşen işsizlik ortamında orada bir iş buldum ve o yüzden TV’yi de kapsayan bir yayıncılık alanına girdim. Ama ilk baştaki vurguma geri dönecek olursam; benim için gazetecilik mesleğine devam etme anlamında bir süreklilik söz konusu oldu. Yazılı basında çalışmanın sona ermesi ise bu süreklilik içindeki daha az önemli bir kırılma anlamına geliyor. Dolayısıyla asıl olan habercilik ve bunu sürdürmeye devam etmeye çalışıyorum.

G7: Üniversitedeyken bir haber kanalında staj yaptım, o zaman bu mesleği yapmak istediğime karar verdim. Bunun dışında liseden beri politikaya meraklıydım zaten,

lisans eğitimimi uluslararası ilişkilerde tamamlayınca, özellikle de dış politikaya yöneldim.

G8: Her sınıfın, toplumun ve kişilerin görünme, görünür olma, kendini duyurma, kendini anlatma gibi olgular, çok geçmişlerden gelen en temel ihtiyaçlardan bir tanesi. Ne olursanız olun, kim olursanız olun, ne tür meseleleriniz olursa olsun bunu bir şekilde dışınızdaki dünyaya anlatma ve duyurma ihtiyacı içinde olursunuz. Aslında ben de böyle bir ihtiyaç üzerinden yola çıktım dersem yanlış olmaz. Ait olduğum dünyanın yeterince görünür olmadığını, kendisini dışındakilere yeterince anlatamadığını, zaten mevcut basın yayın organlarının da daha çok resmi ve hâkim sınıfların ve toplumsal kategorilerin gözünden meselelere yaklaştığını, gerçeği gizlediğini düşünüyordum. 1996 yılında, Mersin’de bir yerel televizyon kanalının teklifiyle, çalışanların sorunlarını elen alan bir program teklif edildiğinde, yukarıda bahsettiğim nedenlerden dolayı bir şekilde başlamış oldum. Bu bir şekilde gerçeği aramak ve onu kamuoyuna iletme fırsatı verecekti, o yüzden oldukça önemliydi.

G9: 1996 yılının Mart ayında X kanalında işe başladım. O dönemde Boğaziçi Üniversitesi’nde öğrenciydim. Bir okul arkadaşım bu televizyonda dış haber editörlüğü yapıyordu. Başka bir kanala transfer olacaktı. Beni çağırdı, bir haber çevirtti. Montajı gösterdi. Ekiptekilerle tanıştırdı. Ertesi gün ben işbaşı yaptım. İşbaşı yaptığım gün 12 haber yaptım. Neredeyse ana haber bülteninin üçte biri benim haberlerimden oluştu.

Soru 2: Televizyon haberciliği konusunda herhangi bir eğitim aldınız mı?

G1: Marmara Üniversitesi Fransızca Kamu Yönetimi mezunuyum. Bölümün adı, YÖK’ün dayatmaları nedeniyle Kamu Yönetimi’dir. Diplomada da geçen Fransızca isminin Türkçe karşılığı Siyaset ve Yönetim Bilimleridir. 24 yıla yaklaşan meslek hayatımda İletişim Fakültesi mezunu olmamanın hiç eksikliğini çekmediğim gibi

aldığım eğitim pek çok avantaj sağladı. Hukuk nosyonuna sahip olmak, siyasi tarih, siyaset sosyolojisi, Türkiye'de yakından izlenen ülkelerin anayasa hukuklarını ve siyasal sistemlerini bilmek gibi.

G2: İletişim Bilimleri fakültesinden mezun oldum ama aslında Sinema ve Televizyon üzerine eğitim aldım. Fakültenin Basın Yayın bölümünden hiç ders almadım. Esas olarak tekniğe hâkimdim, işin habercilik kısmını ise pratikte öğrendim diyebilirim.

G3: Elbette. Hem de belki de Türkiye'de hem pratikte gazetecilik yapıp, hem de konusunda en fazla eğitim alan gazetecilerden bir tanesiyim diyebilirim. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, Basın Yayın Yüksek Okulu, Gazetecilik bölümünü bitirdim. Ardından İngiltere'de University of Ulster'da Media Studies yüksek lisansı yaptım. Ardından Fransa'da gazetecilik yapabilmek için Sorbonne III Üniversitesi'nde Fransızca eğitimi aldım.

G4: İletişim Fakültesini bitirdim. Ama lisans eğitiminin sadece ders geçme amaçlı olduğunu düşünürsek birçok fakültede, ben kendimi sanki master doktora öğrencisiymişim gibi iletişim dışı alanlarda da çok okuma gayreti içine soktum. Zaten haber ile ilgileniyorsanız dinamik akıcı gerçek hayat zamanlı bir iş olduğu için bulunduğumuz meslek her an kendimizi hem teorik hem pratik bir eğitim içinde buluyoruz. Her an öğrenme ve her an uygulama.

G5: Evet. Ankara Üniversitesi İLEF Radyo-TV Sinema Bölümü mezunuyum. Ayrıca TRT'de sınav sonrası teorik ve pratik eğitim aldım.

G6: Üniversite mezunuyum ama haberciliğe başlayana kadar almamıştım. Mesleğe başladıktan iki yıl sonra Londra'da TV haberciliği seminerine katıldım. Onun dışında bir eğitimim yok.

G7: Evet, çalıştığım kurum çeşitli eğitim programları sunuyor. Ben de hem iş başlangıcında hem de ilerleyen yıllarda, dönem dönem bu eğitimlerden yararlandım. Bunlar da bu yeni yayıncılık alanında benim için çok faydalı oldu.

G8: Geçmişte sendikal hareket içerisinde yaptığımız faaliyetler ve örgütlenme çalışmaları için dergiler, haber bültenleri gibi basın yayın faaliyetleri yapıyorduk. Burada oluşan birikimler var. Yani bununla ilgili, üniversitelerin radyo televizyon, gazetecilik ya da iletişim bölümlerinde eğitim almadım, tamamen kişisel çabalarla olan bir durum. Alaylıyız.

G9: Hayır hiçbir eğitim almadım. Yapararak öğrendim. Öğrendikçe yaptım. Dış haberlerde benden başka kimse yoktu aslında haber merkezinde yabancı dil bilen de pek fazla kimse yoktu. Ama yazdığım haberleri editörler düzelttikçe ben de kendimi geliştirdim.

Soru 3: Televizyonda haber yayıncılığı yaparken üzerinizde herhangi bir baskı hissettiniz mi? Ve halen hissediyor musunuz?

G1: Mesleğe başladığım günden beri Dış Haberler Editörü olarak çalıştım. Bu, tek sebep olmamakla birlikte, siyasi baskı ve sansürden "görece" kaçmak için bilinçli bir tercihti. Mesleğe başladığım yıllarda en azından başkasının diktatörüne diktatör diyebilme özgürlüğüne sahiptik. Bugün artık ağır bir baskı, sansür ve otosansür altında olduğumuzu söylemek yanlış olmaz. Her konuda olduğu gibi dış haberlerde de gündemi belirleme tekeline sahip, bakış açısını belirleyen, kullanılacak kelimelere kadar müdahale edebilen bir iktidarla karış karşıyayız. Bunun yanında bir tür "piyasa baskısı"ndan da söz etmek mümkün. Varsayımsal bir "müşteri odaklı haber" anlayışı yerleşiyor. Rakiplerde görülenin yapılmak istendiği bir medya kültürü Türkiye'de hep vardı. Şimdi sonsuz "haber kaynakları" içinden seyircinin ilgisini çekeceği

düşünülen haberler tercih ediliyor. Bunlar kimi zaman hatta çoğu zaman haber değeri bile taşıyor. Haber olmayan haberlerle gazeteciliğin içi boşaltılıyor.

G2: Tabi ki. Hep hissettim, hala da hissediyorum. Baskının somut karşılığı yok aslında. Yani kimse başınızda durup “onu öyle yazma bunu bu başlıkla verme” demiyor. Baskının o sopası soyut bir sopa. Kulaktan kulağa yayılan bir mekanizma var. Yönetimin hassasiyetleri konusunda sana ikinci üçüncü ağızdan ulaşan bilgiler var. Örneğin patron inşaatçıysa, çevre ve şehircilik bakanı onun için kritik noktada oluyor. Onunla arayışı bozmak istemiyor. Patron genel yayın yönetmenine, genel yayın yönetmeni haber koordinatörüne, o da haber müdürüne iletiyor. Ve sonunda senin kulağına geliyor. Aman dikkat çalışma bakanının canını sıkacak haberler yapmayalım. Cümlesi bir şekilde sana ulaşıyor ve sendeki otosansür mekanizmasını harekete geçiriyor. Bunun gibi sayısız örnek var. Bir saatten sonra neyin ne olduğunu kavramaya başlıyorsun. Ve dilini bu hassasiyetlere göre kuruyorsun.

G3: Meslek hayatım boyunca baskıyı reddettim. Ama hiçbir zaman zaten kendim de slogansı bir üslubu kullanmadım. Konuma çalışarak, olabildiğince taze bilgiler aktararak, önemli yerleri canlı olarak vererek işimi yaptım hep. Ufak tefek uyarılar hep oldu, "Ben de bu haberi yapmam o zaman" dedim. Ancak bugüne kadar üzerimde bir baskı olmadı. Belki de yurt dışında olmanın rahatlığıyla, iç politik meselelerden uzak olmamız nedeniyle böyle bir "lüksüm" oldu. Siz işinizi iyi yapınca, kimse size nasıl yapmanız gerektiğini söylemiyor. Bunun da katkısı büyük. Konusuna hâkim muhabir, ilkeli yaygın yapma şansını her zaman yakalıyor.

G4: Evet hissediyoruz. Fakat bu baskı olumlu ve olumsuz kısımlardan oluşuyor bence. Olumsuz kısmı toplum geçmişte hiç olmadığı kadar kutuplaşmış durumda ve bu kutuplaşma da doğruluk, dürüstlük, kamusal yarar, vb. kıstaslar toplumun bir kısmı için önemliken diğer bir kısmı için çok kaale alınmayacak değerler olarak görünemeyebiliyor. Bu birinci baskı mesela, bir nevi mahalle baskısı, ikincisi her

türlü iktidar odakları tarafından gelen baskı-siyasi iktidar onu eleştiren bir haber de direk cezalandırma yoluna girebiliyor, ekonomik iktidar odakları yaptığım haberde beni direk olmasa da kurumumu beğenmediği için haberimi reklam vermeyerek baskı oluşturabiliyor. Olumlu baskı ise benden bütün bunlara rağmen sesini duyuramayan, toplumsal olarak baskıya uğrayan, hakkı yenilen, her türlü zor duruma düşürülen, emeği gasp edilen birey, grup ya da toplumun seslerini duyuracak haklarını koruyacak haberlerini yapmam baskısı. Bu da olumlu baskı bence.

G5: Evet. Ağır bir baskı var. Öyle tarif edilemez bir boyutta baskı yaşıyoruz. Yani size birkaç örnek vermek isterdim fakat bu konuda bile kendi içimde bir baskı yaşıyorum. Örnek vermesem daha iyi sanki çünkü içerisinde bazı isimler geçecek kaçınılmaz olarak ve ben buraya girmek istemiyorum.

G6: Evet habercilik yaşantıma ilk başladığım günden beri neredeyse her gün hissettim ve halen bu baskıyı hissediyorum.

G7: Ben uluslararası alanda yayın yapan, yabancı bir kamu yayıncısı kurumda çalışıyorum. Çalıştığım kurum özel bir şirket olmamakla birlikte doğrudan devlete bağlı da değil. Çok ciddi bir kurumsal, özerk yapısı var. Bu da editoryal bağımsızlık için de önemli bir alt yapı sunuyor. Bunun ötesinde çalıştığım kurum, dünyada editoryal ilkelerini çok net olarak ortaya koymuş, bu konuda özenli ve bunlara uyulmadığı zaman hem kurum içinden hem de kurum dışından taleplerle işletilen bir şikâyet-denetim mekanizmasına sahip bir kurum. Tarafsızlık, bu kurumun en önemli yayın ilkelerinden biri. Dolayısıyla bu editoryal anlayış içinde ben pratikte kendi üstümde herhangi bir haberle ilgili şimdiye kadar hiçbir baskı hissetmedim. İşin Türkiye boyutuna bakacak olursam yine kurumun yapısı itibariyle Türkiye haberleriyle ilgili hiçbir baskı hissetmedim. Bununla birlikte Türkiye’de sahada çalışıyorum ve kurum dışından gelen çeşitli dolaylı baskılara, benim de maruz kaldığım oluyor.

G8: Ne yazık ki ülkemizin basın yayın alanındaki sansür, baskı, özgürlükler, gözaltı, tutuklanma, şiddet ve hatta öldürülme konusunda sicili oldukça kabarık. O yüzden üzerinde baskı hissetmeyen haberci yoktur. Elbette haberleri yaparken o baskıları iliklerimize kadar hissediyoruz. Şimdi ise dozu gittikçe artan bir durum söz konusu.

G9: Ben yaklaşık 18 yıl televizyonlarda habercilik yaptım. Çalıştığım kurumlarda doğrudan bir baskıyla karşılaşmadım. Ama kabul etmek gerekir ki 2007 seçimlerinden sonra medyada düzen değişti. O yıllarda haber merkezi yöneticilerine sık sık iktidar danışmanlarından telefonlar geldiğini duyuyorduk. Sonra bu özellikle 2010 referandumundan sonra daha alenileşti. Ben o yıllarda artık haber merkezinden çıktım, program yapmaya başladım. Kendi sunduğum ve yaptığım programlarda açık bir baskı ile karşılaşmadım. Sadece birkaç kez patronajın el değiştirmesinden sonra bazı konuklarımın değiştirilmesi istendi. Bir süre direndim itiraz ettim. Kazandığım oldu, kaybettığım oldu. İkna edemediğim isimler olunca ona yakın görüştekilerin çıkmasını sağladım. Ama baskının daha da artacağını fark edince ilk fırsatta, -bir, bir buçuk ay içinde- o kanaldan ayrıldım.

Soru 4: Tarafsız ve etik haber yayıncılığı yaptığınızı düşünüyor musunuz?

G1: Burada tarafsızlıktan ziyade tarafsız olma çabasından söz edebiliriz. Sonuçta kişinin dünyaya, olaylara, habere bakışımı, bilgisi, birikimi, kültürü belirliyor. Meslek hayatım boyunca tarafsız olmaya gayret ettim. Bu kuşatılmışlık içinde bile hala tarafsız kalmak için azami çaba sarf ediyorum. Ne kadar başarılı olduğum konusunda şüpheliyim. Tarafsızlıkla ilgili kendimi sorgulamaya başladığım dönem, Suriye'de savaşın başladığı, Anadolu Ajansı'nın yeniden yapılandırıldığı 2011 yılıdır. İktidarın propaganda aracına dönüşen medya ortamında tarafsız kalmak mümkün görünmüyor. Üzerimizdeki baskının tamamen ortadan kalktığı bir ortamda bile tarafsız olabilmenin zaman ve çaba gerektireceğini düşünüyorum. Etik daha geniş bir

tartışma konusu. Etik açıdan kuralları oturmamış, tutarsız, yetersiz bir medya söz konusu. "Öldü" yerine, "hayatını kaybetti", "yaşamını yitirdi", şimdilerde "vefat etti" demeyi tercih eden, "ceset" yerine "cansız beden" diyen, ceset ve kan görüntülerini mozaikleleyen televizyonların, Ankara Gar Katliamı'nda patlama anını yayınlaması etik olarak nerede olduğumuzu gösteriyor. Daha çok yolumuz olduğunu düşünüyorum.

G2: Düşünmüyorum. Zaten yukarıda anlattığım bir sistemde tarafsız olman mümkün değil. Etikse zaten içi boşaltılmış bir kavram. Bu sistemin çamurunda debelenip etikten bahseden çok meslektaşım var. Yönetici ay sonunda reyting sonuçlarına bakar ve senin etiğinin sınırlarını çizer. Daha fazla kan daha fazla gözyaşı der. İşe yaradı mı, reytingler yükseldi mi, biraz topa basar, şimdi de halkın güncel ekonomik sorunlarıyla ilgilenelim der. Çarşı pazar, pahalılık haberleriyle mesleki bir tatmin sağlar. Bu defalarca değişir. Bunu yaparken sadece vatandaşın yakınmasını verir. Pahalılığa neden olan ekonomi yönetimini sorgulamaz. Başına iş almak istemez. Bunu yapınca tarafsız olduğunu, mesleğin etiğine bağlı olduğunu düşünür.

G3: Ben kendi adıma sonuna kadar 'evet' diyorum. Hatta mesleğimi bunun için yaptığımı, meslek amacımın başından beri böyle olduğunu söyleyebilirim. Bazı konularda, Türkiye'nin sıkıntılı olduğu uluslararası dosyalarda, televizyonda değil ama gazetede çalışırken, başlıklarda yalnızca benim istemediğim başlıkları gördüm ama bu konuyu da konuşarak net bir şekilde sonuca bağladım. Fakat televizyon yayıncılığında böyle bir sıkıntı olmadı.

G4: Bence tarafsızlık diye bir şey yoktur. Haklıdan yana, toplumsaldan yana, insani olandan yana haklı olduğuna dair bir akli vicdani karar verildikten sonra taraf olunur, toplumda o kadar çok haksızlığa uğrayan kesim varken ben taraf olamam denilmez. Etik olmak zaten yapılan habere dair bir genel çerçevedir. Eğer o haberleri oluşturan kişisel dürüstlük, toplumsalın hakkını verme, hiçbir güce biat etmeme ruhuna

sahipsem haberciliğim bence başarılıdır. Ben böyle bakıyorum, artık taraf olunacak dönemler geldi geçiyor bile. Örneğin üç beş kişi kazanacak diye bir fabrika kurulacak bölgede yüzbinlerce ağaç kesilecek, tüm doğanın dengesi bozulacak, tüm canlıların yaşam alanı tehlikeye girecek ve ben burda haber yaparken nasıl tarafsız haber yapacağım, olabilir mi böyle bir şey?

G5: Tabii ki hayır. TRT hiçbir zaman tarafsız habercilik yapmadı. Ama eskiden devletin sözcüsüydü, şimdi parti devletinin propaganda aygıtı.

G6: Kesinlikle böyle bir şey yok. Bazı konulara temas etme şansımız bile yok. Özellikle Türkiye siyasetiyle ilgili haberlerde tarafsız yayıncılık yapamıyoruz.

G7: Bu konuda şanslı olduğumu düşünüyorum. Eğer başka bir kurumda çalışıyor olsaydım ki buna, geçmişte çalıştığım tüm kurumlar dâhildir, olumsuz yanıt verirdim. Ancak şu anda çalıştığım kurumun dünyada tarafsızlık ve haber etiği konusunda en hassas kurumlardan biri olması nedeniyle bu soruya “Evet” cevabını verebilirim. Bununla birlikte tarafsızlık ve haber etiği çok katmanlı düşünülmesi gereken alanlar olduğu için bu konuda her daim kendi iç sorgulamalarım ve kurum içi, olay bazlı sorgulamalarımız sürüyor, sürecektir de. Son dönemde üzerinde en fazla düşündüğüm konulardan biri, bilinçaltındaki taraflılık. Bu bence tüm gazetecilerde olabilecek ve üzerine gidilmesi gereken bir konu. Ayrıca yine son dönemlerde bir şeyi daha önemsiyorum. Tarafsızlık sadece bir haberin içindeki dengeden öte bir duruma işaret ediyor. Özellikle de haber konularının belirlenmesinde de tarafsızlık ilkesine dikkat etmek gerekiyor.

G8: Benim çalıştığım yayın kuruluşları, ana akım medyanın ve iktidarın hiyerarjik ilişkilerinin bir parçası olmadığından, tarafsız ve etik haber yayıncılığı konusunda daha iyi olduğunu söyleyebilirim. Ancak yine de, hitap ettiğimiz toplumsal kesimler ve dezavantajlı kesimlere yönelik daha tarafgir bir yaklaşımımız zaman zaman

olmuyor değil. Yani dezavantajlı gruplara biraz daha pozitif yaklaşma diyelim. Ancak, basın yayın etik ilkelerinden ayrılmadan ve gerçeğin üstünü örtmek söz konusu değildir.

G9: Türkiye'nin şartları gazetecilerin çalıştığı haberle ilgili tüm taraflara erişmesini mümkün kılmıyor. Özellikle iktidar gazetecilerin kendilerine tabi olması ve kontrollü bir gazetecilik yapmasında ısrarcı. Bu da gazetecilerin çalışma imkânını zorlaştırıyor. Ben kendi payıma her zaman herkesle temas mesafesine dikkat ediyorum. Objektif ve tarafsız bir gazetecilik yaptığımı düşünüyorum. Etik kaygıları olmayan, gazetecilik ilkelerinden bihaber kişi, sırf bu meslekten geçimini sağlıyor diye gazeteci olarak kabul edilebilir mi? Belki kabul edenler olacaktır. Ama yaptığı kötü gazeteciliktir.

Soru 5: Haber konularını kim nasıl belirliyor? Haber kaynaklarınızı nasıl belirliyorsunuz? Haber kurgusu nerede ve kim tarafından yapılıyor?

G1: Abonesi olduğumuz yerli-yabancı ajanslar ve geniş bir dış basın taramasıyla haber buluyoruz. Türkiye için geniş sayılabilecek bir muhabir ağı da buldukları ülkelerdeki haber kaynakları ve medya organlarıyla gündemi düzenli olarak besliyor. Çeşitli sosyal medya mecraları da haber bulmak için artık yaygın olarak kullanılıyor. Sosyal medya geleneksel medya organlarının yayınlarına hızlı erişim imkânı sağladığı gibi başlı başına haber kaynağı da olabiliyor. Sosyal medya kaynaklı haberleri teyit etmeden kullanmıyoruz. Çalıştığım kurum özelinde bu konuda ciddi bir özen olduğunu söyleyebilirim. Herkesin katkısıyla hazırlanan gündem, her birimin şeflerinin katıldığı gündem toplantısıyla belirleniyor. Haber kaynaklarının sosyal medyayla birlikte çoğaldığı bir ortamda tercihler bazen çok kişisel olabiliyor. Müdürlerin ilgi alanlarının ve eğilimlerinin tercihlerde giderek daha fazla etkili olmaya başladığını söyleyebilirim. Gündem belirlemede iktidarın müdahalelerinin de olduğu aşikâr. Hatta sipariş haberlerle de karşılaşabiliyoruz.

Haber metnlerinin de görüntülerinin de kurgusunu editörler yapıyor. Aynı birimde çalışan editörler birbirlerinin haber metnlerini ikinci göz olarak okuyor, düzeltiyor. Hassas içerikli yani sansür gerektiren bir haber söz konusuysa metinleri, konunun hassasiyetine göre haber müdürüne ya da genel yayın yönetmenine kontrol ettiriyoruz. Dijital montaj programları kullanıyoruz. Haberler bültende yayınlanmadan önce teknik olarak kontrol ediliyor. Bu şu anda çalıştığım kuruma özgü bir uygulama. Daha önce çalıştığım kanalda doğrudan yayına veriyordum. Yayın öncesi teknik kontrol sırasında içerikle ilgili sansürle karşılaştığım da oluyor.

G2: Benim şu anda çalıştığım kanalda haber konularını haber koordinatörü belirliyor. Tam anlamıyla bir tek adam sistemi diyebilirim. Editör ya da muhabirin haber önermesi çok nadir oluyor. Yani bütün çerçeveyi haber koordinatörü çiziyor. Haberin kurgusunu haber merkezindeki montajcılar yapıyor. Teknik anlamda böyle ama dediğim gibi haberin nasıl kurgulanacağını belirleyen de haber koordinatörü.

G3: Artık tecrübeli bir dış haberler editörü olduğum ve ülke gündemine tümüyle hâkim olduğum için, kendim belirliyorum diyebilirim. Her sabah burada olup bitenleri büroya gündem olarak geçiyorum. Sonunda ilginç bulunan habere haber üst yönetimi karar veriyor ya da birlikte karar veriyoruz. Ve ben gün içinde o haber üzerinde çalışıyorum.

Haberin kurgusunu ben yapıyorum metni ben yazıyorum. Görüntüleri ham halinden haber kurgusuna göre montajlıyorum. Ama asıl profesyonel montaj merkezde yapılıyor. Tümüyle benim gönderdiğim metin ve sıralamaya sadık kalınarak.

G4: Haber konuları bizim kanallarımızda sıcak gündem, rutin gündem veya özel gündem şeklinde belirleniyor. Bu kelimeler aslında biraz da bizim verdiğimiz isimler. Sıcak gündem bir anda oluşan sıcak haber diye tabir edilen gündem. Rutin

gündem siyasete dair ekonomiye dair haberler. Özel gündem ise biraz daha görsel ve yazılı medyadaki kurumun yayın ideolojisi, politik duruşu ile alakalı. Yandaş medya, merkez medya ve muhalif medya diye tabir edilen kurumlar var. Haber konusunu bu medyalarda aynı kişiler aynı şekilde belirlemez. Benim kurumumda editoryal bağımsızlığın olduğuna inanıyorum, haber toplantılarında geniş katılımlı haber müdürleri ve muhabirler olur ve uzun tartışmalar sonunda neyin ne şekilde haber olacağına karar verilir. Dış baskı olmadan haberci refleksi ve toplumsal yarar gözetilerek haber yapma sürecine giriyoruz.

Haber kurgusu haber merkezinde yapılıyor, ben kameramanın çektiği görüntüleri izliyorum, haber metnini yazıyorum, haber müdürüm metinde düzeltme yapılması gerekiyorsa yapıyor sonra kurguya giriyorum. Kurgu bittikten sonra haber müdürü tekrar izliyor ve haber bitmiş oluyor.

G5: Haberin yazıldığı birimde ya da kurgu servisinde, muhabir eşliğinde kurgucular tarafından yapılıyor. Kurgulanan her haber teknik ve içerik olarak kontrol ediliyor.

Haberin yazıldığı birimde ya da kurgu servisinde, muhabir eşliğinde kurgucular tarafından yapılıyor. Kurgulanan her haber teknik ve içerik olarak kontrol ediliyor.

G6: Elimden geldiğince kendim belirlemeye çalışıyorum ama kanal yönetiminin yönlendirmeleri eksik olmuyor.

Haber kurgusu haber merkezinde ilgili birimlerin editörleri ve yapımcıları tarafından yapılıyor.

G7: Bu, çift taraflı işleyen bir süreç. Kimi zaman muhabir, haber merkezine konu önerip haber yapıyor, kimi zaman merkezdekiler muhabirden bir haber istiyor. Kimi zaman ise bir toplantı esnasında ortaklaşa konuşmayla konu birlikte belirleniyor.

Haber kaynaklarının belirlenme süreci bitmeyen bir süreç. Bazen yeni haberde yeni haber kaynaklarıyla geçmek gerekebiliyor. Bazen bu kaynaklarla tek seferlik iletişime geçiliyor. Kimi zaman ise bazı haber kaynakları oluyor ve onlar bir alanın bilgisine sahip oluyorlar. Bu durumda bu kaynaklarla dönem dönem iletişim kuruluyor.

Haber kurgusunu bazen sahadakiler bazen de merkez ofistekiler yapıyor. Ancak özellikle de koronavirüs dönemiyle birlikte sahadakiler kendi kurgularını neredeyse tamamen kendileri yapmaya başladı. Merkezdekiler ise daha çok ajans vs. kaynaklarından gelen genel görüntüleri kurguluyor.

G8: Haber konularını haber masasında belirliyoruz. Burada, editörler, muhabirler, programcılar vb. ile birlikte olur. Haber kaynaklarımız özellikle yerellerden, habere ve ilgili konuya muhatap kişiler, kurumlar, uzmanlar vb. olmaktadır. Yerelleri genelde esas almaya, yerel kaynakları değerlendirmeyi öncelikle önümüze koyuyoruz.

Haber kurgusunu genelde, haberi yapan muhabir editörle birlikte yapar. Bu süreçte genel yayın yönetmeni de zaman zaman dâhil olabilmektedir.

G9: Türkiye'nin şartları habercilerin çalıştığı haberle ilgili tüm taraflara erişmesini mümkün kılmıyor. Özellikle iktidar, gazetecilerin kendilerine tabi olması ve kontrollü bir gazetecilik yapmasında ısrarcı. Bu da gazetecilerin çalışma imkânını zorlaştırıyor. Ben kendi payıma her zaman herkesle temas mesafesine dikkat ediyorum. Objektif ve tarafsız bir gazetecilik yaptığımı düşünüyorum. Etik kaygıları olmayan gazetecilik ilkelerinden bihaber kişi, sırf bu meslekten geçimini sağlıyor diye gazeteci olarak kabul edilebilir mi? Belki kabul edenler olacaktır. Ama yaptığı kötü heberciliktir.

Eğer acil yetiştirmem gereken başka haber yoksa kendi hazırladığım haberlerin kurgusu benim kontrolümde yapılıyor.

Soru 6: Televizyonda haber yayıncılığı yaparken kendinize hiç oto sansür uyguladığınız oluyor mu?

G1: Sansür ve otosansür Türkiye'de artık yaygın bir uygulamadır. Editoryal bağımsızlıktan söz etmek mümkün değil. Bazı haberlerin hiç verilmediği, bazılarının hükümetin tepkisinin ardından haberleştirildiği, "hassas içerikli" bir haberin, görülmesine karar verilse bile birkaç kez denetlenip içeriği yumuşatılarak yayınlandığı bir ortamdan söz ediyoruz. Her haberin yayına verilmeden önce denetlendiği bir kanalda çalışıyorum. Arjantin haberinden, "görüntüsünü kullanalım ama metinden 'tencere tava çaldılar' ifadesini çıkaralım", "Bolivya haberinden 'diktatör' kelimesini atalım" gibi dayatmalarla karşılaştığım oldu. Maalesef kurumsal otosansür kişisel otosansürü beraberinde getiriyor.

G2: Evet oluyor. Çok sayıda tabu var. Yani kullanmaman gereken çok sayıda kelime var. Aslında bir yerden sonra fabrikada bandın önünde ürün ayıklayan işçilere dönüşüyorsun. Tamamen mekanikleşiyorsun. Kullanmaman gereken kelimeleri farkında olmadan ayıklıyorsun. Hükümet mensupları, iş insanları, magazinел figürler, toplumsal olaylar hepsi için patronajın belirlediği bir reçete var. Ve o reçeteyi kimi zaman çıkarlar, kimi zaman saf korku belirliyor. Ve sana o reçete istesen de istemesen de belletiliyor. İstemezsen kapı zaten orada, seni tutan yok. Senin yaptığın işi daha ucuza yapacak yüzlerce işsiz gazeteci var.

G3: Dediğim gibi bazen Türkiye'nin çok hassas olduğu konularda, "Örneğin Ermeni soykırımı" meselesi, ya da "öldürülen 3 PKK'lı kadın" dosyasında bir takım zorluklar yaşamakla beraber, gene de objektif tarafsız kalabileceğim tanımlamalar bularak (Mesela Fransa'da yasayla soykırım olarak kabul edilen 1915 olayları gibi...) elimden

geldiğince oto sansür duygusuna kapılmamaya çalıştım. Yine uzakta olmanın avantajı sanırım, oto sansüre gerek görmedim ama hassas konularda profesyonel ve ciddi bir dil kullanmaya, bilgi birikimimi öne çıkaran dürüst bilgiler aktarmaya özen gösterdim.

G4: Evet oluyor ama bu otosansür haberin toplumsal fayda amaçlı olması amacıyla olur, ayrıca haber de ırk, din, dil ayrımcılığına yol açmamalı, hiçbir etnik grubu, hiçbir grubu küçük düşürücü duruma yol açmamalı, yasalar önünde cezai bir müeyyide oluşturmasa bile insan şeref onuruna zarar verecek ifade ve bilgi olmamalı. Örneğin mevkisi makamı ne olursa olsun bir kişinin toplumdaki bir kişiyi, grubu eleştiren küçük düşüren bir konuşmasını haberimde kullanmamaya çalışırım. Ayrıca ne kadar önemli olursa olsun bazı görüntülerin kesinlikle yayınlanmaması gerektiğini düşünürüm-intihar haberlerinin toplumsal bir boyutu yoksa yani sosyo-ekonomik nedenlerden kaynaklanmıyorsa yayınlanması bence gerekli değildir gibi.

G5: Evet, sıklıkla! Öncelikle “Ulusal çıkarlar” doğrultusundaki bakış açısı ve devamında resmi, diplomatik ve milli savunma terminolojisi, eleştirel düşüncüyü ve yaratıcılığı kısıtlıyor. Bu hassasiyet belli ölçülere kadar kabul edilebilir. Çünkü TRT yayınına yansıyan her şey, tahmin edilemez toplumsal ve siyasi yankı oluşturabiliyor. Ama soruda kastedilen oto sansür biraz daha farklı olabilir. Onun cevabı da kesinlikle evet. “Bu konuya girmeyiz” “Bu ifade istenmez” diyerek siyasi ya da toplumsal her konuda iktidarın bakış açısına göre haberler yazılıyor ya da yazılmıyor. Vicdanen çok rahatsız edici olsa da zamanla bunu herkes kanıksıyor.

G6: Evet sıklıkla yapmak zorunda kalıyorum. Aslında biraz mesleğe ihanet gibi oluyor fakat ülkemizde bazen mevcut konumda barınabilmek için mecburen bu tür otomatik baskı mekanizmaları işletiliyor.

G7: Bilinçli olarak uygulamadığım olmuyor. Bilinçsiz olarak uyguluyorsam da farkında değilim. Ama benim durumumun çok özel bir durum olduğunu düşünüyorum çünkü çalıştığım kurum sansür ve oto sansür konusunda çok hassas bir kurum. Bununla birlikte şunu da eklemeliyim. Türkiye'nin mevcut sert siyasi atmosferinde, ortadaki kutuplaşma ortamında ve sosyal medyada birçok şeyin farklı algılanıp saldırı-linç konusu yapılabildiği bir dönemde, haber yaparken içeriğinden kullandığım dile kadar her şeyi her zamankinden daha fazla ince eleyip sık dokuyup düşündüğümü söylemeliyim. Bazen habere başlık atarken, onun sosyal medya postunu belirlerken “Şu kesim ne düşünür? Bu kesim ne düşünür?” diye, kendimi onların yerine koyarak düşündüğüm oluyor. Onların olası tepkilerini düşünerek doğruluğundan, tarafsızlığından, dengeliğinden emin olduğum bir haberle ilgili kendimi geri çekmiyorum ama bazı hassasiyetlere ekstra dikkat etmeye çalışıyorum. Eğer istemeden oto sansüre kaydığım anlar oluyorsa bu anlarda oluyordur. Bununla birlikte başta söylediğim gibi açıktan, bilinçli bir oto sansüre başvuruyor değilim. Ama şunu da eklemeyelim; kimi zaman bazı haberleri, özellikle de iktidar çevrelerinin yapılmasını istemediği bazı haberleri yaptıktan sonra kendimi tedirgin hissediyorum, kaygılanıyorum.

G8: Zaman zaman mevcut koşullardan dolayı yapmak zorunda kalıyoruz. Bazen de her hangi bir olayla ilgili haber kaynağınız, devlet yetkililerinin ve bazı kesimlerin baskılarından dolayı verdiği bilgiyi ve yapılan röportajın yayınlanmamasını istemek durumunda kalıyor. Hatta bazen yayınlanmış haberin sonradan internet ortamından kaldırılmasını talep etmek durumunda kalınmaktadır. Muhabir yerel yetkililerin baskılarına karşı bazen geri adım atmak, haberi ertelemek hatta yapmamak konusunda bir tutum içerisinde olabiliyor. Ya da haberin devamını getirebilmek ve şimşekleri üzerimizden atmak için bazen haberi yumuşatmak durumunda kalıyoruz. Bütün bunlar, aslında hayatta kalıp yayıncılık yapabilmek için.

G9: Otosansür, bu ülkenin gerçeğidir. Yapmıyorum diyen doğru söylemiyordur. Ama ben başka ülkelerde de gazetecilik yaptım, yapılan gazeteciliği de izliyorum. Bunlara ilişkin olarak az ya da çok otosansürün yaygın olarak demokratik ülkelerde de yapıldığını söylemek mümkün.

Soru 7: Kıyafet konusunda herhangi bir dayatma var mı? Yoksa özgürce giyinebiliyor musunuz?

G1: Editör olarak kıyafet konusunda bugüne kadar hiçbir dayatmayla karşılaşmadım. Ancak çalıştığım her kurumda ekrana çıkan kişiler için bir çeşit kıyafet yönetmeliği var. Spikerlerin ve muhabirlerin saçına, sakalına, makyajına, kıyafetine karışılıyor. Bu konuda çok tartışmalı uygulamalara da tanık oldum. Sakallı ya da kilolu olduğu için ekrana çıkartılmayan insanlar oldu.

G2: Bu meslekte en rahat olduğum konu. Karışan yok. Bugüne kadar çalıştığım hiçbir yerde olmadı.

G3: Ben Ankara'da TBMM'de 10 yıl çalıştığım için takım elbise ile yayın yapmaya alışık biriyim. Ama yurt dışında daha özgürüm. Özellikle dışarı canlı yayınlarında özgürce ve çok spor giyiniyorum. Özetle, genel televizyon formu ne ise onu rahatlıkla uyguluyorum.

G4: Dayatma yok ama televizyon haberciliğinde haberin içeriği ile ilgili bazı giyim kuralları da vardır elbette. Çalıştığım kanalda her gün kesinces bunlar giyilecek şeklinde bir dayatma yok ama resmi kurumlara habere giderken örneğin t-shirt giymiyorum ya da tatil haberi yaparken ceket kravat giymediğim gibi.

G5: Şef editör olarak çalıştığım için istediğim gibi giyiniyorum. Yayına çıkan muhabir ve spikerler için belirlenen standartlar var doğal olarak.

G6: Şu anda çalıştığım kurumda yok. Bugüne kadar dört ayrı kurumda çalıştım, hiçbirinde bu tür bir baskıyla karşılaşmadım.

G7: Hayır yok. Çalıştığım kurum bırakalım kıyafet konusunu; etnisite, din, mezhep, cinsiyet, cinsel yönelim, engellilik gibi alanlarda çeşitliliği önemseyen bir kurum olduğundan buna benzer sorunlarla da henüz karşılaşmadım.

G8: Ana akım televizyonların genelinde bir dayatma, hatta kadın ve erkeklerin nasıl giyineceğine ilişkin kurallar mevcuttur. Bizde de bazı ölçüler olmasına rağmen bir dayatma ve kalıpların olduğu söylenemez.

G9: Hiçbir zaman bir kıyafet dayatması ile karşı karşıya kalmadım. Ama bu bulunduğu ortamı kaldırmayacak kıyafet giymek anlamına gelmez, gelmemeli. Gazeteci yalnız kendi kurumunu değil aynı zamanda bir mesleği de temsil ediyor. Bu konuda dikkatsiz olmamalı.

Soru 8: Haberciler arasında bir cinsiyet ayrımı var mı?

G1: Çalıştığım medya grubunun başında güçlü bir kadın yönetici bulunmasına rağmen her yerde olduğu gibi medyada da cinsiyet ayrımı olmadığını iddia etmek mümkün değil. Bugüne kadar çalıştığım bütün kurumlarda kadın-erkek sayısının hemen hemen eşit olması sadece görüntüyü kurtarıyor. Halen çalıştığım yere bakacak olursak başındaki kadına rağmen birim yöneticisi müdürlerin çoğu erkek. Kadınlar söz geçirmek için daha çok çaba harcıyor. Muhtemelen maaşları aynı işi yapanlara göre daha düşük. Buna 8 Mart özel yayına hazırlanacak paketleri ve içeriklerini bir erkek yöneticinin karar vermesi gibi durumları da ekleyebiliriz. Daha önce çalıştığım yerde şef editörlüğe terfi ettiği halde maaşıma zam yapılmadığı için mücadele

verdiğim bir dönemde -tabii biraz da aramızdaki dostluk ilişkisine güvenerek- bana geçinebilmek için ailemle yaşamamı salık veren erkek yöneticiyle de karşılaştım.

G2: Çalıştığım yerlerde bu ayrımı görmedim, hissetmedim.

G3: Fransa'da böyle bir ayrım görmedim. Ama toplumda kadın-erkek ayrımı ne durumda ise bizim meslekte de öyle diyebilirim. Fakat gazetecilikte sanırım biz toplumun daha ilerisindeyiz.

G4: Esasında bir ayrım olmuyor da görselliğin tabiatı gereği mesela bazı haberler de biraz daha sanki yerleşmiş cinsiyetçilik var gibi. Mesela yaşam haberlerine daha çok kadın muhabirler gönderiliyor, polis adliye haberlerine daha çok erkek muhabir gönderiliyor gibi.

G5: Kesinlikle böyle bir ayrım yok.

G6: Bu durum açık bir şekilde görünür olmasa da kadınlara yönelik ayrımcılık hissettiğim zamanlar oldu diyebilirim.

G7: Türkiye'deki haberciler arasında çok net bir şekilde olduğunu düşünüyorum. Benim çalıştığım kurum ise Türkiye medyasının ortalamasına göre bu konuda çok da iyi durumda olmakla birlikte kadın erkek eşitliğinin tam olarak sağlanamamış olduğunu kabul etmiş ve bunu sağlamak için önüne sürekli yeni hedefler koyan bir kurum. Bunun için özellikle yönetsel alanlarda kadın erkek dengesinin yarı yarıya oluşması en konulan hedeflerden biri. Ayrıca yine yönetsel olarak kadın ve erkeklerin aynı maaşı almaları konusu da kurum içinde tartışılıyor ve bunun uygulanmadığını söyleyen kadın çalışanların kurumu son dönemde yargıya taşıdıkları ve büyük oranda davaları kazandıkları da oldu. Yani bu açıdan da kurum içinde bir gündem var.

G8: Toplumdaki erkek egemen zihniyet bu alanda da fazlasıyla görülmektedir. Türkiye'deki televizyonların kaç tanesinde genel yayın yönetmeni kadındır. Haber alanında da durum farklı değildir. Kadınlar genelde magazin, daha kolay, cicili biçili haberlere gönderilir. Haber merkezlerinin yaklaşımı da böyledir, aynı işi yapan erkek habercilerin de yaklaşımı böyledir. Kadını rakip bile görmeme, yaptığını küçümseme, ciddiye almama yaklaşımı içindedir. Kimin hangi haberi yapacağı konusunda da cinsiyetçi bir bakış açısı vardır. Yani bu konuda cinsiyetçi bir iş bölümü söz konusudur.

G9: Benim çalıştığım kurumlarda haberciler arasında cinsiyet ayrımı yoktu. Bazı kadın arkadaşlar savaş muhabirliği yaptı, bazıları 99 depreminde en öne çıkan muhabirlerden oldu. Bazıları, Susurluk sürecinde çok sayıda habere imza attı. Haber merkezini kadın habercilerin yönettiği kanallarda çalıştım. Bulgaristan ve Makedonya'daki isyanları izlemeye giden kadın arkadaşlarımız oldu. Çok sayıda polis adliye haberine imza atan kadın arkadaşlarla çalıştım. Ezcümle çalıştığım kurumlar da kadın erkek eşitliğine en az benim kadar inanıyordu ve ayrımcılık yapmıyordu. Ücret anlamında da aramızda bir fark yoktu. Ama genel olarak medyaya baktığımızda son birkaç yılda kadınların özellikle yönetici pozisyonunda kadınların daha geride kaldığını söylemek mümkün.

Soru 9: Yayınladığımız haberlerden ötürü işsiz kalma kaygısı yaşıyor musunuz?

G1: Evet. Hatta kaldım da. Gezi eylemleri döneminde yaptığımız yayınlar nedeniyle bütün bir haber merkezi adına Haber Genel Yayın Yönetmeni'nin patronundan sağlam fırça yediği, 3 ay içinde kanalın satılarak haber merkezinin kapatıldığı, bir gecede hepimizin işsiz kaldığı bir dönem yaşadık.

G2: Kesinlikle. Bir gün eğer reçetenin dışına çıkarsam hassasiyetleri umursamadan gerçeği söyler ya da gerçeğin ortaya çıkmasına dair bir imada bulunursam kovulmamam mucize olur.

G3: Ankara'da iken daha çok yaşadım bunu. Akşam yayınlayıp, ertesi gün ne tepki geleceğini düşünerek mide sancıları çektiğimiz çok oldu. Ama bu sancıyı yaşamaya da alışarak, yine de yayınladık bildiklerimizi. Fakat yurt dışında bir kaç hassas dönem dışında bunu hissetmedim.

G4: Kaygı denemez buna, çünkü özel sektördeysen dünyanın en iyi haberine imzanı da atsan yarın şirket ekonomik küçülme adı altında kârını azaltmama politikaları üretmeye karar verdiyse kapı dışarı edilebilirsin, bence gazeteci sorumluluğunun kime ait olduğunu bilirse daha kaygısız olur. Hem kişisel gelişimimi maddi manevi idame ettirmeliyim hem de içinde yaşadığım toplumun bütününün mutluluğunu nasıl sağlığımın kaygısında olursak işsiz kalma kaygısı daha az olur.

G5: Kadrolu (657 sayılı kanuna tabi, sözleşmeli) olduğum için bu konuda kaygım yok. Ama TRT'nin kararnamelerle değiştirilen yeni personel politikasına göre alınan ve aynı işi yapan sözleşmeliler bu kaygıyı taşıyabilir. Son dönemde, dışarıdan sınavsız gelenlere yer açmak için, deneyimli ve aktif kadrolu personel de isteği dışında başka kurumlara gönderildi ya da emekliliğe zorlandı.

G6: Kesinlikle böyle kaygılar taşıyorum. En sert durumları bile yumuşatarak vermek durumunda kalıyoruz.

G7: Açıkçası son işime kadar hep yaşadım. Türk sermayeli bir medya şirketinde çalışsaydım gene yaşadım diye düşünüyorum. Ancak şu anda yaşamıyorum. Bunun birinci nedeni, çalıştığım kurumun hem yabancı bir kurum olması hem de bir kamu yayıncısı olması. İkincisi ise çalıştığım kurumda çalışanlar 212 diye bilinen basın

sözleşmesiyle çalışıyorlar ve bunun yanında birçok meslektaşımıza göre bazı hakları daha fazla. Bunlardan dolayı düşünmüyorum. Ama ben işsiz kalma kaygısını başka bir nedenle taşıyorum. Birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi çalıştığım kurumun kalbindeki hükümet, kamu kaynaklarından kesinti politikalarına başvuruyor. Bu nedenle kuruma dönem dönem kesinti tırpanı geliyor ve küçülmelere, işten çıkarmalara gidiliyor. Benim de böyle bir döneme denk gelmeyeceğimin garantisi yok. Bu da bende işsizlik kaygısı yaratıyor.

G8: Elbette böyle bir kaygı her zaman var. Nitekim ülkemizde televizyonlarda çalışan gazeteciler yaptığı haberin arkasında durduğu ya da iktidarı rahatsız eden haberler yaptığı için işsiz kalan, şiddete uğrayan, yargılanan, tutuklanan ve ceza alan çok sayıda gazeteci vardır. Hoşa gitmeyen haber yaptığınız haberlerden dolayı ya siz ya da çalıştığınız yayın kuruluşu baskıya uğrar. İşinizi yapamazsınız ya da tasfiye edilirsiniz.

G9: Türkiye’de bu seçenek her zaman ihtimal dâhilinde. İstanbul’da rüzgârın poyrazdan karayele dönmesi an meselesidir. Gazetecilikte de her an bir yerden darbe gelebilir.

Soru 10: Türkiye’de televizyonda haber yayıncılığına başlandığı 1968 yılından itibaren haberciliğin genel anlamda geçirdiği dönüşüm hakkında ne düşünüyorsunuz?

G1: 53 yıllık hikâye içinde en önemli kırılma noktasını özel televizyonların yayına başlaması oluşturuyor. Bir diğeri de sosyal medyanın yaygın olarak kullanıma girmesi olabilir. İnternet yayıncılığı ve sosyal medyayla hayatımıza giren bir terim var: içerik üretimi. Son dönemde "haber" yerine "içerik" tabirinin, bu işin profesyonelleri tarafından sıkça kullanıldığına şahit oluyorum. Habere "içerik" diyerek, üretilebilen bir şey olarak görerek, sosyal medyada ilgi çeken bir görüntüyü

"haber" diye pazarlayarak gazeteciliğin içinin boşaltıldığını düşünüyorum. Bence bu, siyasi baskı, sansür ve otosansür kadar tehlikeli bir gelişme.

G2: Ben 80'lerde doğdum, kendimi bilmeye başladığım zamanlar 80 sonları ve doksan başları. Çocukluk zamanlarımda izlediğim, ülke içindeki ve ülke dışındaki savaş haberlerinin sunumları halen aklımda. Bu işe başladıktan sonra geçmişte yapılanlara da biraz bu işi bilen biri olarak da baktım. Yani tek kanallı dönemden, özel kanalların hayatımıza girdiği zamanlar ve bugünler. İddialı gelebilir ama değişen tek şey tekniğin imkânlarıyla sunulan haberin dramatize edilmiş şekli. Belki 68'de tek amaç halka sadece haber vermek olabilirdi. Ama televizyonun kitleyi etkileme gücünün fark edilmesi çok uzun sürmedi. Bunu hep birileri birileri adına kullandı ilk günden beri. Amaç hiçbir zaman haber vermek olmadı. Haberi dramatize ettikçe, yalanı ya da gerçeği süsledikçe başarının geldiğini gören medya sahipleri bunun dozunu zamanla arttırdı. Tabi bunun dönüm noktalarından biri de iş adamlarının medya sahipliği oldu. Yani teknik anlamda çok şey değişti artık görsel efektler, grafikler falan var. Ama dil, o eril, militarist, ayrımcı dil halen saat başı hayatımıza giriyor.

G3: Şu anda Türkiye'de gelinen noktayı çok üzücü buluyorum. Gerçek haberciliğin yapılmadığını, iyi eğitim almayan, boş cümleler kuran, özensiz muhabirlerin ve yöneticilerin çalıştığını düşünüyorum. Gerçekten saygın program, saygın haberci diye bir kavram göremiyorum. Dil konusunda bile oldukça sıkıntılı bilgi eksiklikleri ile dolu bir genç kuşak yayın yapıyor. Ve meslek ve ülke adına bunu çok kaygı verici buluyorum.

G4: Bence Türkiye toplumu 1968'den 2021'e sosyo-ekonomik toplumsal anlamda nasıl bir dönüşüm geçirdi ilkönce ona bakmak lazım. Yıllar içinde eğitim sisteminden tutun da yargısına, ekonomisinden toplumsal barış alanında geriye mi gitmiş ileriye mi? Ekolojisi bozulmuş, tarımı hayvancılığı gerilemiş, toplumda bir

arada yaşama huzuru azalmış, ekonomisi tamamen devren satılık hale gelmiş vs vs böyle bir ülkede medya yani Türkiye'nin resmi televizyonu TRT habercilik anlamında acaba bu 50 küsur yıllık süreçte bu gerilemeden bu bozulmadan kamusal yayın sorumluluğu kapsamında ne kadar sorumlu? Yani ülkenin geçirdiği dönüşüm genel anlamda ilk düğme yanlış iliklendiyse TRT sonraki düğmelerden birisi işte. Zaten TRT hiçbir zaman çok fazla aman aman BBC tarzında çok fazla eleştirel olan toplumsal faydayı önemseyen bir kurum değildi Yayınları hep devletçi çizgide toplum için devlet değil de devlet için toplum yayıncılığı yapıyordu, çalışan kadroları nitelikliydi ama en azından, liyakata yarı yarıya dikkat edilirdi.

G5: Neredeyse çeyrek asır, Türkiye'de televizyon yayıncılığı ve televizyon haberciliği TRT'nin tekelindeydi. Bu süreçte TRT'nin sınırlı denemeler dışında protokol yayıncılığı kalıbını kıramadığı bir gerçek. Türkiye'deki siyasi kültür ve atmosfer değişmedikçe bu eğilimin değişmesi de zor. Özel kanallar, biçim ve içerik olarak televizyon haberciliğini farklılaştırdı. Magazin ve üçüncü sayfa haberleri bültenlerde geniş yer buldu. Spikerler markalaştı. Haber dili değişti, kamera hareketlendi, kurgu hızlandı. Siyasi haberler çeşitlendi ama her kanal, sahibinin sesi ya da sahibinin yakın olduğu siyasi hareketin sesi oldu. TV kanalları ve haber bültenleri devletten alınacak ihaleler için bir baskı/şantaj aracı haline geldi. Prime time kanallarının tabloid haberciliğinin olumsuz etkisini zaman içinde haber kanalları dengeledi. İlk dönem NTV'si sadece siyasi haberlerde değil, ekonomi, kültür-sanat ve spor alanlarında orta-üst grup izleyiciyi kendine bağladı. Saat başı bültenler ve canlı yayınlar başladı. NTV-CNN Türk rekabetine bir süre o dönem haber kanalı olarak yapılandırılan TRT-2 de dâhil oldu. Objektif bir bakış açısıyla başarılıydı da.

G6: Bugün hükümetin baskısı altında bir habercilik gerçekleştiriliyor. Ancak bugünkü iktidar öncesinde de medya patronları aynı işlevi görüyordu. Türkiye'de genel olarak habercilik anlamında iyiye gidiş hiç olmadı. Ancak mevcut iktidarla

gidişatın daha da kötüleştiğini söylemek mümkün. TV haberlerinde görsel dayatmalar da yaşanıyor.

G7: Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de siyasi ve ekonomik dönüşümlere paralel olarak kültürel üst yapı da dönüşüyor, dönüşmek zorunda. Ancak son yıllardaki dönüşümü gerçekten çok yönlü olarak olumsuz olarak görüyorum. Her ne kadar 1960’ların başında TRT’ye verilen özerklik 1971 muhtırası ardından zayıflatılmış olsa da ve TRT dönem dönem iktidarın sesi görüntüsü vermiş olsa da kurum on yıllar boyunca önemli bir kamu yayıncısı deneyimini oluşturdu. TRT’nin her şeye rağmen geçmişinde çok nitelikli ve evrensel gazetecilik kurallarına uygun bir yayıncılık anlayışı potansiyeli oluştu. Bu, 12 Eylül 1980 darbesinde büyük bir darbe aldı. Ama yine de TRT’nin bu potansiyeli 2000’lerin başına kadar iyi kötü sürdü. 2000’lerden itibaren ise TRT’nin çok politize olduğunu, iktidarla çok ilintilendiğini ve evrensel gazetecilik ilkelerinden çok uzaklaştığını gördük. Bence habercilik açısından en olumsuz gelişme budur. Bu arada 1990’larda hayatımıza giren özel televizyon kanalları ve radyolar, medya ortamına hiç şüphesiz yeni bir canlılık getirdiler, habercilik için alan açtılar. Ancak medyaya giren yeni sermaye gruplarının eskilerden farklı olarak diğer sektörlerde de yatırımları olması, genel olarak medya alanını açarken habercilik alanının daralmasına neden oldu.

G8: Bildiğimiz gibi doksanların başına kadar televizyon yayıncılığı sadece devletin tekelinde olan TRT tarafından yapılmaktaydı. Tüm yayıncılık devletin resmi haberlerinden oluşmaktaydı. Türkiye’de kapitalizmin gelişme seyrine uygun olarak, doksanlarla birlikte bazı sermaye kesimlerinin özel televizyon girişimleri oldu. Ancak bu girişimler daha çok toplumu yeni kapitalizm koşullarına ve tüketim toplumu yaratma sürecine hizmet ettiler. Halktan yana dönüşümden ziyade, sermayenin ihtiyaçlarına uygun bir toplumsal dönüşümün araçları olarak işlev gördüler.

G9: Bu aslında bir kitapta daha kolay anlatılabilir. Ama çeyrek asırdan uzun süredir gazetecilik yapan ve gazetecilik tarihini okumayı ve incelemeyi seven bir kişi olarak özellikle son 15 yılda gazeteciler üzerinde benzersiz bir baskı ve sindirme politikası uygulandığını görüyorum. Bu baskı son beş yılda iyiden iyiye arttı. Ama gecenin en karanlık anı, aydınlığa en yaklaştığımız andır.

Soru 11: Peki 2000 sonrası için özel bir dönüşüm tarifiniz var mı? Yani böyle herhangi bir dönüşüm geçirdiğini düşünüyor musunuz?

G1: Özel televizyonların kurulmasından bu yana baktığımız zaman iktidar açısından iki dönem görüyoruz. 2002 öncesi çok partili koalisyonlar dönemi ve 2002'den itibaren tek parti iktidarı dönemi. 2002 sonrasını da ikiye hatta üçe ayırmak mümkün. O kadar ayrıntıya girmeden bugünkü iktidar döneminde önce kendisine yakın sermaye grupları tarafından "yandaş" olarak tabir edilen yeni kanalların kurulduğuna şahit olduk. Ardından 2002 öncesi kurulmuş kanalların neredeyse tamamının el değiştirdiğini gördük. Yani "havuz" medyası kuruldu ve bütün kanallar zamanla o havuzun içine dâhil edildi. Doğan Grubu'nun satışıyla bu süreç tamamlanmış görünüyor. Bugün medya, daha doğrusu geleneksel ya da anaakım tabir edilen medya iktidara eklenmiş ve propaganda aygıtına dönüşmüş durumda.

G2: Televizyon haberciliğinin özel bir dönüşüm geçirdiğini düşünmüyorum. Çünkü zaten televizyon haberciliğini dönüşüme zorlayacak bir kitlesinin de artık olduğunu düşünmüyorum. Çünkü artık sosyal medya var. Haberi sosyal medyadan alan bir kitle var. Bunu görüp televizyon haberciliğini magazinel habercilikten kurtarmaya çalışanlar da var. Ama iyi iş yapıyorlar dediklerimizde bile söyleyemeyeni söyleyen bir tek onlar dediklerimizde bile değişmeyen şeyler var.

G3: Dönüşümlerin sert olduğu dönemler var. Aşama aşama, politik gelişmelere paralel olarak sert dönüşümler yaşandı. Ama bunu sanırım siz benden daha iyi analiz

edersiniz zira ben son 17 yıldır yurt dışındayım. Hapse giren meslektaşlarımızı incelerseniz, bu dönüşümleri yakalayabilirsiniz.

G4: 2000’li yıllarda ne mi oldu? Eş dost kapitalizmine döndü bence iş. Liyakat ortadan kalktı, devletçi yayın çizgisi oldu iktidarcı yayın çizgisi, zaten elektrik katkı payıydı vs. geliri iyi olan kurum tırnak içinde Ali Babanın çiftliğine döndü. Cemaatçi örgütlenme de ayyuka çıktığına göre KPSS ile girenlerin ne kadarı hak etti ne kadarı hak etmedi o da ayrı konu. Yayıncılık konusu da bunlara bağlı aslında, en azından 2000’lere kadar içerik olarak olmasa da çalışanlar anlamında bir zekâ bir anlayış olarak bir standardı ifade eden TRT kalitesi tamamen yayın bilgi becerisi olmayan kadrolar aracılığıyla iktidarın koşulsuz yayın organı haline geldi. Yandaş medya bile tırnak içinde anlaşılır ama TRT klasik olacak belki ama bizim vergimizle başkalarına hizmet ederek toplumsal yayıncılık anlayışından tamamen uzaklaştı.

G5: Her şeyi belirleyen etken siyasi iklim ve siyasi kültür. Koalisyonlar döneminde farklı görüşleri haberleştirebilen, (aşırıya kaçmadan) birbiriyle çarpıştıran bir TRT vardı. 2002’de oluşan iki partili parlamento yıllarının ilk döneminde bile bu bir süre devam etti.

Özel kanallar da önceleri, iktidarın meşru ya da gayrimeşru yollarla kısa sürede değişeceği beklentisiyle görece bağımsız /çıkarma uygun yayın çizgisini sürdürdü. Ancak zaman içinde iktidar partisi, o tarihlerde cemaat olarak tanımlanan suç örgütüyle işbirliği içinde resmi ve sivil bütün kurumları meşru ve gayrimeşru yollarla dönüştürdü. Bu amacın nesnesi ve aracı olarak önce alternatif bir medya oluşturuldu, ardından bütün merkez medya meşru ve gayrimeşru yöntemlerle yandaşlaştırıldı.

G6: 2000li yılları tarif edersek iktidar ve sermaye baskısının ve doğal olarak sansürün hâkim olduğu ve kamu yararını gözeten bir yayıncılıktan fersah fersah uzaklaşdığı bir dönem diyebiliriz.

G7: 2002'den itibaren ise hükümetle çok yakın temasta olan hatta kimi zaman iktidar partisinden olan medya grupları medyayı domine etmeye başladı ki bu da 30 yıllık özel yayıncılık deneyiminin en olumsuz aşamalarından biri oldu. Bu sürecin parçası olan yazılı basın da, gazetelere ilginin azaldığı ve reklam alanının da politikleştiği bir dönemde zor bir sürece girdi. Tabii mesele sadece medyanın önemli bir bölümünde iktidarın çok etkin olması veya iktidara yakın sermaye gruplarının dominasyonunun oluşması ve haberciliğin alanının daralması değil. Kutuplaşan medya ortamında hükümet yanlısı olmayan ana akım yayınlarda da habercilik kalitesinin çok ciddi olarak düştüğünü, evrensel gazetecilik ilkelerinin uygulanmadığını görüyoruz. Bence son dönemin olumlu tek gelişmesi ise, daha az yatırım maliyeti isteyen ve daha bağımsız bir alan olan dijital medyanın ufak ufak büyümeye başlamasıdır.

G8: 2000'lerden sonra, televizyon yayıncılığı elbette, görsel ve teknik olarak çok gelişti. Ancak biraz önce de ifade ettiğim gibi sermayenin ihtiyaçları ve düzenin bekası işlevini sürdürdü. Ana akım diye ifade ettiğimiz bu yayıncılık sermayenin ihtiyaçları için zaman zaman siyasete, hükümetlere bile müdahale edebilecek bir güce erişti. Kendi içinde farklı güç merkezleri oluştu. Farklı sermaye gruplarının, düzenin farklı politik akımlarının, cemaatlerin ve siyasi partilerin merkezinde olduğu bir yayıncılık faaliyeti içinde oldular. Bu dönem, bize farklı yayıncılık yaklaşımlarının da olabileceğini gösterdi aynı zamanda. Alevilerin televizyonu diye anılan TV10, işçilerin televizyonu diye bilinen Hayat TV, gerçek haber kanalı diye bilinen İMC TV vb. televizyonlar ülkemiz açısından bir ilkti. Kendilerini hiçbir şekilde televizyonlarda görmeyen ya da nefret söylemiyle gören Alevilerin kendi kanalları vardı artık. Bu televizyon kanallarının en önemli özelliklerinden biri düzenle bağlarının zayıf olması, daha özgürce yayın yapabiliyor, görünmeyeni görünüyor yapabiliyor olmalarıydı. Bu önemli bir dönüşümdü. Çünkü medya eskisi kadar kontrol edilebilir değildi. Ancak bu deneyimler daha çocukluk evrelerinde, hiçbir yargı kararı olmadan kapatılıp, tüm varlıklarına el konuldu.

G9: Benim dönüşüm için miladım Abdi İpekçi'nin öldürülmesi. Ondan sonra bazen hızlı bazen yavaş her şey değişti. Gazetecilik itibar kaybetti, kan kaybetti. Bugün 2 bin 500 liraya çalışan gazeteci var. Bu ücretlerle bağımsız kalmak objektif ve tarafsız düşünmek mümkün değil. Gazetecilerin mutlaka örgütlü olması gerek. Bu dağınıklığı ve örgütsüzlüğü elbette AKP iktidarı çok görkemli bir şekilde kullandı. Sermaye yapıları el değiştirdi ve medya sahibi holdinglerin ana gelir kaynakları gazetecilik faaliyeti olmadığı için gazetecilik çoğunlukla menfaatler doğrultusunda kullanıldı. Kötü gazetecilik başta mesleğe, çalışılan kuruma olmak üzere yurttaşlara ve ülkeye de zarar veriyor.

Soru 12: Kamu ve özel haber yayıncılığı arasındaki farklardan bahsedebilir misiniz?

G1: Söz konusu haber olduğu zaman pratikte böyle olmasa da kamu ya da özel ayrımı yapmanın doğru olmadığını düşünüyorum. Sonuçta habercilik kamu yararı gözetilerek yapılması gereken bir faaliyettir. Burada "neyin kamunun yararına olduğuna kim karar verecek" sorusu çıkıyor karşımıza. Burada özel kanalların çok sesliliğinin teorik olarak bu sorunu çözmesi bekleniyor. Yaşadığımız ise tabii ki bundan çok farklı.

G2: Olan ile olması gereken arasındaki farkları anlatmak için saatlerce konuşmak gerekir. Kamu deyince akla toplum çıkarı geliyor. Özel kanal sahipliğinden bahsedildiği zaman ise bir takım subjektif ve özel çıkarlar devreye giriyor. Buna göre arada dağlar kadar fark var.

G3: Kesinlikle büyük farklar var. Özel kanallar daha çok izlenme ve işletmeyi daha kârlı hale getirme hedefiyle hareket eder. Oysa kamusal yayın yapan kanalların böyle

dertleri olmaz. Ortak toplumsal çıkarlar doğrultusunda herkes için genel kabul gören ve ulaşılması beklenen bir hedef olarak belirlenen bir çizgide yayın yaparlar.

G4: Hem ülkemizde olan durum yani kamusal yayın yapan kanallarla özel kanalların farkları hem de ülkemizde yayın yapan kamusal kanallarla dünyada bu işin nasıl işlediği yakından incelendiğinde aradaki büyük farklar hemen göze çarpar.

G5: Bu süreçte TRT ülkeyi dönüştürme çabasının bir aracıydı. Önce Fetullahçılar tarafından işgal edildi. Kendilerini ülkeyi dönüştürme amacının aktörleri gören (ya da bu amaçla görevlendirilen) şahıslar usulsüz şekilde yönetici yapıldı. Bütün kamu kurumlarında olduğu gibi sahte sınavlarla biat eden niteliksiz kadrolar yığıldı. İktidar-cemaat kavgası ve 15 Temmuz 2016 sonrasında TRT’de bir dönüşüm daha yaşandı. İstihdam yöntemlerinin yasalara aykırı kararnamelele değiştirilmesi sonucu artık sınavla giren tecrübeli ve yetkin “TRT’ciler”den kat kat fazla ücret alan iki çeşit yönetici var: 1- Kendisini davanın bir neferi olarak tanımlayan, hak etmedikleri yetki ve imkânlarla sahip olanlar, 2- Ruhunu şeytana satan profesyoneller.

Özel kanallarda benzer süreçler daha kolay yaşanıyor elbette. Bu nedenlerle uzun süredir haberciliğin sınırları iktidar tarafından keyfi ve net hatlarla çiziliyor. Kamu ihaleleri medya patronlarını hizada tutmak için kullanılıyor. Gri alanın biraz ters tarafına çıkan ılımlı gazeteciler bile bir telefonla işlerinden ediliyor. “Aşırı”lar için hukuksuz soruşturma, gözaltı ve tutukluluk süreçleri de malum.

G6: Türkiye özelinde düşünürsek aslında aralarında pek de fark kalmadı diyebiliriz. Çünkü kamu veya özel kanal ayırımına gitmeden ülkemizdeki tüm kanalların haber konusunda artık tek sesli olduğunu söyleyebiliriz.

G7: Kamu yayıncılığı Türkiye’de taraflı, resmi bir devlet yayıncılığı olarak algılanıyor. Halbu ki öyle değil. Kamu yayıncılığı, halkın bilgiye erişim hakkı doğrultusundaki yayıncılıktır ve amaç herhangi bir sermaye grubunun, bir partinin,

bir iktidar odağının, bir güç grubunun istekleri, çıkarları, gündemi doğrultusunda değil kamunun çıkarları doğrultusunda yayıncılık yapmaktır. Özel haber yayıncılığı ise mülkiyeti özel sermaye gruplarının elindeki medya gruplarındaki haberciliktir. Burada da halkın haber alma hakkı için bir yayıncılık yapılabilir ancak sermaye grubunun diğer alanlardaki yatırımları ve siyasi çevrelerle ilişkileri bu habercilik alanını olumsuz etkileyebilir ki ülkemizde bunun örneklerini görüyoruz. Bu arada özel şirketler Türkiye’de gazetecilerin sendikalaşmasına daha mesafelidir. Bu da sadece gazetecilerin ekonomik-sosyal haklarına daha fazla erişmelerine engel olmaz aynı zamanda editoryal bağımsızlığı da zayıflatır.

G8: Sonuçta yayıncılar, kimi, neyi temsil ediyorsa yayın politikasını ona göre oluşturmaktadır. Kamu yayıncılığı kurulu olduğu günden beri devletin ihtiyaçları üzerine faaliyet yürütmektedir. Özel yayıncılık ise temsil ettiği sınıfın ve toplumsal kesimlerin ihtiyaçlarına göre bir yayıncılık yapmaktadır. Elbette normalde kamu yayıncılığının tüm toplumsal kesimleri gözetmesi gerekirken, bunu yapmaktan çok uzaktır. Şimdilerde ise tam bir parti-iktidar yayın organı gibi hareket etmektedir.

G9: Bugün kamu yayıncılığı iktidarın çıkarını özel teşebbüs yayıncılığı kendi çıkarlarını düşünüyor. Yazılı ve yazısız kurallar, meslek ilkeleri çoktan yere çalındı. Bunun en yakın örneği yakın zamanda İçişleri Bakanı’nın çıktığı iki program oldu. Biri kamu yayıncısındaydı diğeri en merkezde görülen haber kanalındaydı. Bence iki program da birbirinin karbon kopyasıydı. İkisinden de soru yöneltilecek kişi mutlu ayrıldı.

S13: İtalyan düşünür Antonio Gramsci’nin hegemonya kuramını duydunuz mu? Özetle söylemek gerekirse kendisi gücü elinde bulunduran küçük bir azınlığın hâkimiyetini sürdürmek için baskı araçlarının yanı sıra gönüllü ikna araçlarının da kullanıldığını, Gramsci zamanında ana medya organı gazeteler

olduğu için gazetecilerin de buna hizmet ettiğini söylüyor. Bu görüşe katılır mısınız?

G1: Kemalist ideoloji için bunu söylemek mümkün. Ancak bugünkü iktidarın kültürel hegemonya kurabildiğine emin değilim ki kendileri bundan yakınıyorlar. İktidara geldiklerinden beri rıza üretmek için çok çaba sarfettiklerini biliyoruz. Ama aynı zamanda klientalist bir mantıkla hareket ediyorlar. Hegemonyadan bahsedeceksek ikna edecek gazetecilerin de ikna olmuş olması gerektiğini düşünüyorum. Ama evet satın alınmış ya da rehin alınmış gazetecilerin, iktidarın kültürel hegemonyası için canla başla çalıştıklarını görüyoruz.

G2: Gramsci'nin hegemonya kuramını duydum. Kitle iletişim araçları yardımıyla güçlü olanın hâkimiyetini daha da ileri boyutlara taşıma anlamında bu hegemonya aracı olma işlevinin en net fotoğrafını Türkiye'de zaten görüyoruz.

G3: Gramsci'yi ve hegemonya kuramını okudum. Üzerinde de çalıştık üniversite yıllarında. Bunun ötesinde söz eder Gramsci hegemonya kuramından. Kapitalist devlet yapısının oluşma sürecinde kullanılan bir hegemonyadan söz eder. Zor yoluyla ve rıza yoluyla egemenlik kavramları vardır. Kitle iletişimi konusunda Althusser ve Baudrillard ve elbette Frankfurt Okulu da çalıştım. İngiltere'de tez konum "Kamuoyu'nun Yapısal Değişimi ve Türkiye" idi. 2000 yılına kadar Türk toplumunun yapısal değişimini ve bunda medyanın rolünü inceledim. Ben bu mesleği hep Gramsci'nin üniversitede okuduğum yazılarını aklımda tutarak yaptım. Tablo karamsar olsa da, akıllı olup o karamsarlığı hep görmek; ama diğer taraftan da ilkelere, meslek tutkusuna, ülke ve insanlarınıza olan ayrımsız sevginize tutunarak, yani istencin iyimserliği ile hep bir şeyleri değiştirebilmeye, doğru örneğini sunmaya çalışmak. Bu mesleği tüm zorluklarına rağmen 26 yıldır tutkuyla seviyor ve yapıyorum. Kötümser olmayı daha iyi zamanlara bırakalım.

G4: Demokrasi pratiği olan ÷lkelerde demokrasi iyice aşındı, demokrasi söylemi olan ÷lkelerde ise yaklaşık 2000'lerin başından beri küreselleşme masalının sona ermesiyle demokrasi uğtu gitti. O zaman ortaya her şeyin benim deyimimle daha dürüst daha açık hali olan uçlardaki düşünce halleri, çatışma durumları, bireysel, grupsal, toplumsal, ÷lkesel kavga adımları çıktı. Gramsci'deki işte küçük azınlık pasta küçüldükçe iyice faşistleşti, kullandığı araçlar iyice sertleşti, tam biat ister oldu. Devletin ideolojik aygıtlarına dediler ki ne sosyal demokrasisi, ne emeğin kazanımları, ne demokrasisi kardeşim varsa yoksa kâr azalmayacak varsa yoksa büyüyeceğim daha fazla daha fazla. İdeolojik aygıt olarak görevini son üç beş yıldır yapamıyor musun? O zaman devletin baskı aygıtları buyurun gelin siz, bu gazeteciler bu akademisyenler işlerini yapmıyor tam tersine muhalefet ediyorlar cezalarını verin, dediler. Bence olan bu biraz. Yani burada gazetecilerin, TV'siyle radyosuyla yazılı dijital hepsiyle bence evet aydın duruşu vardır ama aydından önce insan duruşuna bakarım yani evet gazeteciyim doğru ama ben ondan önce hayata karşı sisteme, iktidara karşı şiddete bulaşmadan nasıl karşı dururum nasıl onurumu vicdanımı emeğimi ve içinde yaşadığım toplumsal ortamın bütünsel mutluluğunu sağlamak için çaba harcarım, ona bakarım. Eğer zaten bunu başarabiliyorsam gazetecilik bunların mesleğe bürünmüş hali olur sadece ve o gazeteci zaten o küçük azınlığın hâkimiyetini sürdürmesine izin vermez belki kendi gitgide kocamanlaşacak küçücük dünyasında.

G5: Yüzde yüz evet. Türkiye'de mevcut iktidar her alanda kendi mutlularını yaratmayı başardı. AK Parti hegemonyasının temel dayanağı sınıfsal tatmin duygusu. Etkin kullanılan gönüllü ikna araçlarının başında hak edilmemiş (ama belli ki hep hayal edilmiş) kariyerler geliyor. Bu kariyer, sadece özel sektörde değil (hatta daha kolay şekilde) usulsüz kararnamelerle yürütölen kuralsız personel rejimi ve denetimsiz ücret politikasıyla TRT'de de elde edilebiliyor. Özel sektördeki televizyon habercileri (gazeteciler diye de genellenebilir) el değiştiren şirketlerle birlikte fikir ve taraf değiştirmeye zaten alışık. Ve artık TRT de bir patron şirketi.

“Yetkisiz sorumlu” olarak deneyiminden yararlanan bir grup eski TRT’ci dışında bütün haberciler, yöneticileri patron olarak görüyor. Kaderlerinin iktidarın temsilcilerinin elinde olduğunu sanıyor/biliyor. Yaşam standartlarının, mevcut iktidarın kalıcılığına bağlı olduğunu düşünüyorlar. Bilerek, isteyerek gerçekleri görmezden geliyor yalan olduğunu bildikleri söylemleri tekrar tekrar üretiyorlar. Merkez ve/veya iktidar yanlısı medyadan fırsatını bulan neredeyse herkesin TRT’ye geçtiği ya da geçmeye çalıştığı da malum. Medyada istihdam, TV yorumcusundan montajcısına hegemonyanın gönüllü ikna aracı olarak hizmet görüyor.

G6: Gramsci’ye katılıyorum. Medya hem iktidar hem de sermayedar tarafından manipülasyon aracı olarak kullanılıyor. O yüzden medya belirli bir sermayenin değil herkesin olmalı ve yayınlar kamusal çıkarlar gözetilerek yapılmalı.

G7: Evet, Gramsci’yi ve onun hegemonya kavramını duydum. Gramsci’nin bu tezleri ortaya attığı 1920’lerin, 1930’ların İtalya’sı ve dünyasındaki kültür endüstrisinin ve kitle iletişim araçlarının durumu ve iktidarların bunlarla ilişkisi bugünkünden çok farklı. Bununla birlikte hegemonya kavramı günümüzdeki siyasi ortamı anlamak açısından hâlâ önemli bir kavram gibi görünüyor. Evet, birçok örnekte, siyasi gruplar sadece hükümet olup siyasi iktidarı almak değil aynı zamanda ideolojik-kültürel hegemonya peşinde koşuyorlar, bunun için bir toplumsal rıza üretimi mekanizması kurulmak isteniyor ve kitle iletişim araçları ve dolayısıyla gazeteciler bunda önemli bir rol oynuyor. Bence bunun en belirgin olduğu alan ise ekonomi alanındaki haberler. Ancak bunu söylerken dünyanın dört bir yanında, gazetecilerin rıza üretimine engel çıkardığı örneklerden de bahsetmek gerekir. Dolayısıyla gazetecilerin böylesine geniş bir genelleme içine konması biraz sakıncalı gibi duruyor. Ayrıca şunu da unutmamak gerekir de kitle iletişim araçlarının bu şekilde kullanımı her zaman ideolojik-politik hegemonya açısından başarı garantisi vermez. 2000’lerin başında yaşanan Venezuela örneğinin bu başarısız örneklerin en önde gelenlerden biri olduğunu düşünüyorum.

G8: Evet. Antonio Gramsci iktidarı elinde bulunduran sınıfın ya da gücün yönetimi altında olanların rızaları üzerinden bu gücünü korumakta ve sürdürmektedir demektir. Amerikalı Noam Chomsky de, Rızanın İmalatı adlı kitabında, baskı altında olanların, toplumun rızalarının medya aracılığıyla imal edildiğinden bahsetmektedir. Türkiye’de de yıllardır özellikle televizyon yayınları üzerinden toplum belli konulara ikna edilmekte ve böylece toplumun hükümet politikalarına gönüllü katılımı sağlanmaktadır.

G9: Gramsci’nin hegemonya kuramına baştan sona katılıyorum. Bu eşitsiz dünyanın nimetlerinden daha büyük oranda faydalanan ayrıcalıklı kesimlerin, tüm toplumu bu güçlerinin devam etmesini sağlayacak şekilde şekillendirme çabası içerisinde olması çok anlaşılabilir bir şey. Burada medya kritik ve biz de herşeyi gizleyen bir perde üreten bir ilüzyon yaratıyoruz.

5.3. Görüşmelere İlişkin Çıkarım ve Analizler

Öncelikle görüşmecilerin belirlenmesi sürecinden bahsetmek istiyorum. Bu çalışmanın en kilit noktalarından olan görüşme metodolojisini belirledikten sonra görüşme yapmak üzere haber medyasında belirleyici konumdaki insanların listesini oluşturmaya başladım. Mayıs 2019’da hazırlamış olduğum bu liste oldukça uzundu ve 9 görüşmeyi çok kısa sürede tamamlayacağımı planladım. Fakat sonuç pek öyle olmadı. Vakit kaybetmeden listedeki isimlerle temas kurma girişimlerime başladım fakat durum hiç de beklediğim gibi gelişmedi. Çalışmanın mümkün olan en objektif sonuçları verebilmesi için çalışma katılımcılarını özel ve kamu kanallarında çalışma, cinsiyet vb. kriterleri anlamında olabildiğince çeşitlendirmeyi planladım. Ancak bu da pek kolay olmadı çünkü bazı habercilerle temas kurma şansı bile bulamadım ya da temas kurduğum bazıları da görüşmeyi reddetti. Bu bir akademik çalışmanın parçası olduğu için kanal ve habercilerin adlarının kesinlikle çalışmada yer almayacağını

belirtmeme rağmen bazı adaylar görüşme taleplerime çeşitli gerekçelerle olumsuz yanıt verdi. Bu bile tek başına hissedilen baskının boyutunu anlamak için yeterlidir. Sonrasında ise pandemi süreci başladı ve öncesinde randevu aldığım bazı habercilerle de bu yüzden yüzyüze görüşme yapamadım. Fakat sonunda 9 görüşme tamamlandı.

Görüşmecilere ilk olarak neden ve nasıl haberci oldukları sorusunu yöneltildi. Katılımcıların çoğu kamusal bir görev olarak gördükleri haberciliğe daha gençlik yıllarında yöneldiklerini belirtti. Fakat sonrasında ekonomik geçim derdi ağır basmıştı. Yine de haberci olmaya karar verenlerin tümünün geçmişinde ülke sorunlarına bir ilgi söz konusu olmuştu. Aslında çoğunluğu haberci tanımını yaparken bunu normal yazılı basında çalışan gazeteci tarifinden ayırt etmiyorlardı.

Katılımcılara ikinci olarak bu konuda eğitim alıp almadıkları sorusu yöneltildi. Görüştüğüm habercilerin 4'ü İletişim Fakültesi mezunu olsa da 1 kişi hariç kalanların tümü de üniversitelerin sosyal bilim bölümlerinden birinden mezun olmuşlardı. Yine de mesleki başarılarını üniversite eğitimlerinden çok sahada yani pratikte edindikleri deneyime bağlıyorlardı.

Görüşmecilere üçüncü olarak haber yayıncılığı yaparken meslek hayatlarının herhangi bir anında üzerlerinde bir baskı hissedip hissetmedikleri soruldu. Katılımcılardan biri hariç tüm görüşmeciler meslek hayatlarının neredeyse tamamında baskı hissettiklerini ifade ederken sadece 1 görüşmeci işini iyi yapan bir habercinin baskı yaşamayacağını iddia etti.

Görüşmecilere dördüncü olarak yaptıkları haberciliğin tarafsız ve etik haber yayıncılığı olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceği soruldu. Görüşmecilerin çoğunluğu yaptıkları haberciliğin tarafsız yayıncılık olmadığını söylerken tarafsız olduğunu iddia edenler de durumlarını sistematik bir durumu izah etmek yerine kendi

kişisel tavır alışlarıyla açıklıyordu. Oysa kurumsal olarak tarafsız habercilik kültürünün yerleştiği bir yapıda kişisel tavırlardan ziyade ilkeler ön plana çıkar ve sistem o şekilde yürür.

Tarafsızlık konusunu biraz daha detaylı analiz edebilmek açısından, görüşmecilere beşinci olarak “Haber konularını kim nasıl belirliyor? Haber kaynaklarınızı nasıl belirliyorsunuz? Haber kurgusu nerede ve kim tarafından yapılıyor?” sorusu yöneltildi. Katılımcıların çoğunluğu haber konularına, çalıştıkları kanalda, genellikle kendilerinin de dâhil olduğu haber üst yönetimince karar verildiğini söylediler. Haber kaynaklarını kendilerinin belirlediğini iddia edenler çoğunlukta olsa da bunlar da bu konuda yönlendirmeye maruz kaldıklarını ifade ettiler.

Baskının görünmez olduğu durumları daha iyi anlayabilmek açısından görüşmecilere “TV'de haber yayıncılığı yaparken hiç oto sansür uyguladığınız oluyor mu?” sorusu sorulduğunda katılımcıların neredeyse tamamı sansür ve otosansürün Türkiye'de son dönemde oldukça yaygın bir uygulama olduğunu belirtti. Neredeyse tamamı kendilerine oto sansür uyguladığını söylerken sadece bir katılımcı bunun bilinçli bir oto sansürden ziyade bazı hassasiyetlere dikkat etme zorunluluğu olduğunu belirtti.

Habercilerin yaşamış olabileceği baskının fiziksel boyutlarını anlayabilmek için “Kıyafet konusunda herhangi bir dayatma var mı? Yoksa özgürce giyinebiliyor musunuz?” sorusu yöneltildiğinde katılımcıların neredeyse tamamı bu konuda herhangi bir baskı olmadığını söylese de kendi kıyafet seçimlerini ifade ederken kullandıkları “uygun” kıyafet tanımını kendilerinin belirlediğini düşündükleri “haberciye yakışır kılık kıyafet” yaklaşımını başkalarının belirlediğini ortaya koyuyordu.

Cinsiyet ayrımı ülkemizde hegemonya ve baskı aygıtının varlığını belirlemek açısından önemli bir gösterge olarak kabul edildiği için bu noktada “Haberciler arasında bir cinsiyet ayrımı var mı?” sorusu soruldu. Mevcut durumda görüşmecilerden sadece 2’si kadınlardan oluşuyordu. Bu durum bile tek başına haberciler içerisinde yönetici ve karar verici pozisyonlara doğru ilerledikçe kadınların varlığının azaldığını gösteren net bir veriydi. Kadın görüşmecilerin her ikisi de bir cinsiyet ayrımı olduğunu düşündüklerini net bir şekilde ifade ederken erkek katılımcıların çoğu böyle bir sorun olmadığı iddiasındalardı. Yani esasında erkek olmalarından ötürü bir anda hegemonyayı uygulayan konumunda bulunuyorlardı.

Görüşmecilere yayınladığınız haberlerden ötürü işsiz kalma kaygısı yaşayıp yaşamadıklarını sorduğumuzda katılımcıların neredeyse tamamı böyle bir kaygıyı meslek yaşantılarının tamamında yaşadıklarını ifade ettiler. İşsizlik ve ekonomik sürdürülebilirliği koruma günümüzde en önemli baskı araçlarından biri olduğu için bu durum bile tek başına habercilerin yaşadıkları baskıyı açıkça ortaya koyan bir veri durumundaydı.

Sonrasındaysa, günümüzdeki duruma geçmeden önce Türkiye’de televizyonda haber yayıncılığına başlandığı 1968 yılından itibaren haberciliğin genel anlamda geçirdiği dönüşüm hakkında ne düşündükleri sorusu yöneltildi. Yine görüşmecilerin neredeyse tamamı televizyonlarda haberlerin yayınlanma amacı biçimiyle ilgili bir dönüşümü tarif ederken öncelikle 1980 darbesi sonrası yaşanan değişimi ve ilk özel televizyonların yayın hayatına girmesini önemli dönüm noktaları olarak işaret ederken tümü son yirmi yılı ayrı bir yere koydu. Zaten bu soruyla bağlantılı bir sonraki soruda son yirmi yıla dair özet soru sorduğumuzda görüşmecilerin tümü bunu açıkça ifade etti.

Yine bununla bağlantılı olarak görüşmecilerden kamu ve özel haber yayıncılığı arasındaki farklardan bahsetmelerini istediğimde görüşmecilerin tamamı haberciliğin kamu yararı gözetilerek yapılması gereken bir faaliyet olması gerektiği halde çalıştıkları kanalların buna uygun bir davranış içerisinde olmadıklarını dile getirdi.

Son olarak da görüşmecilere Antonio Gramsci'nin hegemonya kuramını duyup duymadıkları sorusu yöneltildikten sonra, Gramsci'nin gücü elinde bulunduran küçük bir azınlığın hâkimiyetini sürdürmek için baskı araçlarının yanı sıra gönüllü ikna araçlarının da kullanıldığı, Gramsci zamanında hakim medya organı gazeteler olduğu için gazetecilerin de buna hizmet ettiği teorisine katılıp katılmadıklarını sorulduğunda katılımcıların tümü Gramsci'nin hegemonya kuramından haberdar olduklarını ve bu kuramın öne sürdüğü iddialara katıldıklarını dile getirmiştir.

Burada katılımcıların hepsinin Gramsci'nin hegemonya kuramını duymuş olması önemli. Katılımcıların tamamı kitle iletişim araçları yardımıyla güçlü olanın hâkimiyetini daha da ileri boyutlara taşıma anlamında medyanın hegemonya aracı olma işlevinin en net fotoğrafının Türkiye'de görüldüğünü dile getirdiler. İktidarın kültürel hegemonyası için canla başla çalışan ve onlara sunulan olağanüstü nimetlerden faydalanan bir haberci topluluğundan bahsettiler.

Görüşmeciler son dönemde medyada yaşananları tarif ederken küçük azınlığın pasta küçüldükçe daha baskıcı hale geldiğinden, kullandığı araçların giderek sertleştiğinden ve medyadan tam biat ister hale geldiğinden bahsettiler. Bu durumda, devletin ideolojik aygıtlarına sosyal adaleti, emeğin kazanımları ve demokrasiyi rafa kaldırdıklarını, odaklandıkları tek noktanın kârların azalmaması ve büyümenin devam etmesi olduğunu söylediler. Ve medyanın ideolojik aygıt olarak görevini yerine getiremez hale geldiği durumlarda da devletin baskı aygıtlarının

devreye girdiğini ve gazeteciler, akademisyenler ve genel anlamda aydınların büyük yaptırımlarla karşı karşıya kaldığından söz ettiler.

Katılımcıların çoğuna göre Türkiye’de mevcut iktidarın en büyük başarısı ve varlığını sürdürmesini sağlayan temel dayanağı her alanda kendi mutlularını ya da imtiyazlı azınlıklarını yaratmayı başarmış olması. Onlara göre, AKP hegemonyasının temel dayanağı sınıfsal tatmin duygusu. Etkin kullanılan rıza gibi gönüllü ikna araçlarının başında hak edilmemiş, liyakate aykırı kariyerler geliyor. Onlara göre medya hem iktidar hem de sermaye sınıfı tarafından manipülasyon aracı olarak kullanılıyor. Ülkemizde özellikle televizyon yayınları üzerinden toplum belli konulara ikna edilmekte ve bu sayede toplumun hükümetin tüm politikalarına gönüllü olarak katılımı sağlanmaktadır.

SONUÇ

Değişen teknolojilere rağmen günümüzde dünya üzerinde yaşayan insanların büyük çoğunluğu dünya hakkındaki temel bilgileri edinmek için halen en önemli kaynak olarak televizyonu kullanmaktadır ve televizyon, iktidara yakın ve hâkim konumdaki egemen söylemlerin dolaşıma sokulması anlamında en kullanışlı araç olarak öne çıkmaktadır. Televizyonda yayınlanan iletilerin ağırlıklı biçimde görüntülü olması ve sadece akla değil aynı zamanda duygulara da hitap ediyor olması yaydığı iletilerin inanılabilirlik oranını da artırmaktadır. Dünyada olan biten olaylarla ilgili kafamızda oluşan imajların varlığıyla ilgili önemli rol oynayan televizyon basit bir yansıtma sürecini değil, ayrıntılarda kurulan ve kültürün uzlaşısı ve

kodlarının üretime katıldığı bir süreci ifade etmektedir. İşte bu uzlaşlar ve kodlar televizyondaki haber içeriklerinin, yaygın değerlerin yeniden üretilmesini sağlayan bir söyleme dönüşmesini de beraberinde getirmektedir.

Televizyon haberleri içerik anlamında ve öz olarak ideolojik bir boyuta sahiptir ve hitap ettiği kitlelere, toplumsal olarak yapılandırılmış çok sayıda anlam taşır. Televizyon haberlerini hazırlayanlar, çoğunlukla bu haberlerin içerisinde taşıdığı anlamların yapısını bozarak dönüştürdüğü için, haberlerin içeriğiyle ilgili belirleyici olan konuların ayırt edilebilmesi giderek zorlaşmaktadır. Televizyon haberleri yapı itibarıyla hiçbir zaman tarafsız değildir ve daima egemen ideolojiye hizmet eder konumda yer alırlar. Bu anlamda, televizyon haberlerinin hâkim konumdaki egemen ideolojiye en önemli hizmeti, izleyicilerin algılama ve yorumlama çerçevelerini biçimlendirmesi ve bu sayede de egemen yapının kendini yeniden üretmesine imkân sağlamasıdır. Televizyonlarda en fazla izlenen program türü konumunu halen koruyan haberlerin hazırlanma ve bu haberlerle ilgili karar alma süreçlerini incelemek ve çözümlmek, başat söylemlerin televizyonda nasıl yeniden üretildiğinin anlaşılması açısından son derece önemlidir.

Bu bağlamda, çalışmanın asıl sorunsalı olarak Türkçe yayın yapan televizyon haberlerinin kimler tarafından hazırlandığı ve kimlerin karar verici konumda olduğu belirlenmiş ve Türkiye’de televizyon kanallarında haberlerin hazırlanmasıyla ilgili belirleyici konumda olan 9 profesyonel haberciyle yüzyüze görüşmeler yapılarak Gramsci’nin hegemonya kuramı bağlamında habercilerin haberle ilgili konumlanışları incelenmiştir. Bu görüşmecilerin belirlenmesinde kriter olarak Türkiye’de Türkçe yayın yapan bir televizyon kanalında çalışıyor olmaları ve haberlerin hazırlanmasında karar verici ve etkin konumda olmaları seçilmiştir.

İtalyan düşünce ve eylem adamı olan Gramsci esas olarak bir Marx takipçisi olmasına karşın, öne sürdüğü hegemonya kuramının asıl dayanağı konumundaki sivil toplum kuramının temelleri Hegel'e dayanmaktadır. Gramsci bir yandan sivil toplum

konusunda Hegel izleğini takip ederken bu konuda aynı zamanda Marx ve Engels'e yönelik örtülü bir eleştiride de bulunur. Bunun ötesinde, konuya bütünüyle Marksist bir açıdan yaklaşmakla birlikte yine de Gramsci'nin kendine özgü bir sivil toplum anlayışının mevcut olduğu söylenebilir. Gramsci'nin düşüncelerinden ötürü girdiği cezaevinde kaleme aldığı notlardan oluşan Hapishane Defterleri adlı eserde daha çok, o dönemde İtalya'da yaşanan duruma dönük bir analiz ve açıklama getirme çabası mevcuttur. İtalyan kültürel ve sosyal yaşamında kilisenin rolünün farkındadır düşünür. Gramsci İtalya'da o dönemde kilisenin devlet mekanizması açısından olmasa da İtalya'daki sivil toplum dâhilinde etkili bir konumda olduğunu tespit etmişti ve ona göre kilisenin kendi eğitim ve yayın organlarına sahip olması sosyal yaşam anlamında sahip olduğu etkinlikte kilit rol üstleniyordu. Bu anlamda katolik kilisesi İtalyan sivil toplumunun birçok alanını işgal etmekteydi.

Gramsci, sivil toplumu yeniden kavramlaştırma çabasına girerek çıkış noktası olan Marksist yaklaşımdan ayrılır. Marx'a göre sivil toplum daha çok, kamusal alanda etkin olan ekonomik faaliyetler şeklinde yorumlanırken, Gramsci sivil toplumun siyasal yönüne vurgu yapar. Gramsci'ye göre, sivil toplum alanındaki meseleler esas olarak siyasidir. Sivil toplum yalnızca ekonomiye ilişkin anlaşmaların yapıldığı ve bu anlaşmaların sonucunda ortaya çıkan üretim sürecinde elde edilen ürünün paylaşıldığı bir alandan ibaret görülmemelidir. Sivil toplum bünyesinde barınan partiler, dini gruplar, iletişim organları vb. kitlelerin siyasi kimliklerinin biçimlenmesinin yanı sıra sivil toplumun kendi kurumsal yapısı ve sınırlarının belirlenmesinde de etkin rol oynar. Bu yolla, siyasal görüşlerin düzenlenmesi ya da siyasal fikirlerin bir anlam kazanmasında da pay sahibi olur. Buna göre, Gramsci, sivil toplumun yalnızca ekonomik faaliyetlerle sınırlandırılmayacağını dile getirirken onu geniş anlamda devletin bir parçası olarak görmektedir. Gramsci öncesinde Marksist düşünceye hâkim olan ve devleti siyasal toplumla eş gören anlayış Gramsci'nin tezleriyle birlikte yerini şu Devlet = Siyasal toplum + Sivil Toplum eşitliğine bırakır, yani zorlayıcı önlemlerle güçlendirilmiş hegemonyaya.

Gramsci'ye göre, sivil toplum yönetim dışı oluşan bir kamusal alanı işgal eder. Peki, bu yönetim dışı kamusal alan nasıl mevcut olabilir? Yönetim dışı kamusal alan anlamında sivil toplum, her ne kadar yönetimle yakın ilişkisi içerisinde olsa da esas olarak bu mekanizmanın bir parçası değildir. Bu yönetim dışı kamusal alan, kamuoyunun oluşturulmasında, yönetsel bir meşruiyetin sağlanmasında ve sistemin sürdürülebilirliği açısından kritik bir rolü olan rızanın kazanılmasında hayati bir güçtür. Bu sivil toplum evreninde okullar, dini kurumlar, işçi sendikaları, işadamlarının oluşturduğu birlikler, etnik topluluklar, medya, sağlık ve hukuk alanındaki kurumsal yapıyı da belirleyen meslekî oluşumlar vb. yer alır. Gramsci'nin sosyal alanda üçe ayırdığı şekliyle, siyasal toplum, sivil toplum ve ekonominin sınırları kesin çizgilerle birbirlerinden ayrılamasa da yine de birbirinden farklı unsurlar olarak yer alırlar. Gerçek hayatta birbiriyle içiçe geçmiş durumdadırlar.

Kısacası, Gramsci'de sivil toplum alt yapıya değil üst yapıya ait bir unsurdur. Bobbio'ya göre (Bobbio, 1982: 25), bu nokta Gramsci'nin Marks'tan ayrıldığı en önemli husustur. Üstyapının bir parçasını oluşturan sivil toplum, hegemonyanın bir biçimi olarak işler ve kendisini dolaylı bir denetim alanı olarak ortaya koyar. Klasik Marksizm'deki ekonomiye dayalı eğilimlerin aksine, Gramsci genel olarak sivil toplumun hegemonyanın üretilmesi ve sürdürülmesinde merkezi rolü olduğunu vurgular. Sürdürülebilirlik açısından sadece zor yeterli olmaz, toplumun gönüllü katılımı ve rıza da gerekir. Buna göre, devletin, mevcut olan "baskıcı" yönünün yanında "ikna edici" bir yanı da mevcuttur. Gramsci, sivil toplum dâhilindeki hegemonyanın kurulması bağlamında öncelikli olarak aydınların önemli bir role sahip olduğundan bahseder. Her sınıf hegemonyasını kendi aydınları aracılığıyla kurar ve bu aydınlar olmadan bir sınıfın devlet üzerindeki hâkimiyetini elde etmesi mümkün değildir. Bu noktada aydınlar hegemonik sınıf lehine meşruluğu sağlama ve bir "konsensüs" yaratma görevini üstlenir. Özetle, Gramsci sivil toplumu, devlet mekanizmasına sahip olan sınıfın, aydınların da yardımıyla, kendi kültürü ve değerlerini empoze edip, kendi hegemonyasını kurduğu bir alan olarak tanımlar.

“Hegemonya ve rızanın üretilmesi birbirine bağlıdır. Bilginin kontrolü rızayı üretmek için kullanılır. Günümüzde yapılan bilgiyi tamamen ortadan kaldırmak değil bilginin nasıl, hangi içerikte ve söylemde verildiği, nasıl anlamlandırıldığıdır” (Çoban, 2013:70). Bu nedenle rıza üretimi bilginin kontrolü olarak ifade edilirken egemen sınıfın kendi çıkarlarını meşru hale getirmesi için de en önemli etkenlerden biri olarak işlev görür. Gramsci’ye göre yönetilenlerin, zor kullanma tehdidi dışında kalan yöntemlerle rızasının ve gönüllü katılımının sağlanması, siyasal iktidarın meşruiyeti ve buna bağlı olarak sürekliliği ve sürdürülebilirliğinin sağlanması anlamında olmazsa olmaz bir öneme sahiptir. Yani devletin araçları, kapitalist düzen içerisinde hegemonya yaratmak için ve varıl sınıfın sürekliliğini sürdürmesi için kullanılır.

İşte tam da bu noktada habercilere büyük görev düşmektedir. Günümüz Türkiye’sinde servet dağılımındaki dengesizlik nedeniyle temel kamu işlevleri ve hizmetleri oldukça sorunlu alanlar haline gelmiştir. Medya ve özellikle haber medyası, toplumsal ikna rolünü sağlama ve dikkatleri gerçeklerden kopartarak farklı konulara çekme anlamında önemli rolleri üstlenmiş durumdadır. Manüpülasyon ve dezenformasyonun sürekli ve yaygın olarak kullanıldığı bu süreçte kitlelerin tepkisizleşmeleri ve farklı sorunlara yönlendirilmeleri kolayca mümkün olabilmektedir. Haberlerin bu yöndeki gücü ve etkisi topluma aynı anda ulaşabilmesinden gelmektedir.

Tezin alan araştırması olarak medyadan 9 profesyonel haberci ile yapılan görüşmeler aracılığıyla, en temel varsayımlarımızdan olan medya kuruluşları arasında en görünür konumdaki televizyonlarda kullanılan yaygın haber dilinin önemi, toplumsal hiyerarşinin kurulması ve statükonun devamlılığının sağlanmasında üstlendiği ideolojik rolün etkisi açıklanmıştır.

Buna göre televizyon haberleri, hem hegemonya anlamında egemenlik yapılarının yeniden üretilmesi hem de var olan yapısal ilişkileri işaret etmesi ve bir

anlamda topluma dayatılan başat değerlerin onaylanıp meşrulaştırılması anlamında önemli rol oynamaktadır. Genel anlamda medyanın ve bu araştırma ölçeğinde Türkiye’de Türkçe yayın yapan televizyon kanallarındaki haber bültenlerinin işleyiş yapısı ve söylemi, baskın ideolojiyi beslemekte, yayılmasını ve yeniden üretimini sağlamakta, onun sürekliliği için meşru bir zemin oluşturmaktadır.

Ünsal Oskay’ın dediği gibi;

“Ve hepimiz, modadaki, pop müzikteki, TV dizilerindeki, gündelik konuşma biçimlerimizdeki evcilleştirilmiş argo sözcüklerimizdeki hızlı değişime karşın, insan ile insan arasındaki, temel ilişkinin değişmesini olumlu karşılamayan toplumsal sistemin karşısında tarihimizin akışını değiştirme olanağından yoksunlaşmakta oluşumuzun ötesinde, siyasal hayatı ve savaşları bile margarin reklamlarının ya da ‘soap operaların’ söylemiyle izlediğimiz için, tarihin ya da hayatın tanıdığı olma şansımızı da yitirir gibiyiz” (Oskay, 2001, s 113).

Yaşadığı “bilgi” bombardımanı nedeniyle dezenformasyona uğrayan ve gerçek bilgiden yoksun olan günümüz insanı için adeta bir illüzyonist marifetiyle gerçekleri değiştiren haber medyası çok sayıda tuzakla dolu. Artık neredeyse neyin asıl gerçek olduğunu tam olarak öğrenemeyeceğimiz bir sanal gerçeklik dünyasında yaşıyoruz. Aslında hiçbir şey bilmiyoruz ve Arundhati Roy’un Küçük Şeylerin Tanrısı adlı kitabında bahsettiği “gönüllü bunaklar” veya “bilinçli unutkanlara” atıfta bulunarak belirttiği gibi: “Bir insan bir şeyin olduğunu bilmiyorsa, ondan bunu hatırlamasını beklemek imkânsızdır” (Roy, 2000: 287). Ama ben yine de görüşmecilerle yaptığımız sohbetlerden sızan umudun da etkisiyle “başka bir haber medyası mümkündür” diyorum.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2009). 2002-2008: Türk Medyasında AKP Etkisi. İ. Uzgel, B. Duru (der.). *AKP kitabı: Bir Dönüşümün Bilançosu* içinde (s. 559-613). Ankara: Phoenix Yayınları
- (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet Ve Kontrol İlişkileri*. Ankara: Ütopya Yayınları
- Adaklı, A. G. (2001). *Televizyon Türlerinde Dönüşüm. A.Ü. İLEF Yıllık 99 - Mahmut Tali Öngören'e Armağan*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları
- Adanır, O. (1998). Görünümler Evreni. *Cumhuriyet Kitap Dergisi*, sayı 438
- Adorno, T. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken. (Çev. O. Doğan). *Cogito Dergisi*, sayı 36, ss. 76-83
- Adorno, T. ve Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (Çev. E. Öztarhan, N. Ülner). İstanbul: Kabalcı Yayınları
- Akarcalı, S. (1997). *Türkiye’de Kamusal Radyodan Özel Radyo Ve Televizyona Geçiş Süreci*. Ankara: Punto Matbaacılık
- Akarsu, B. (2010). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: İnkilap Yayınları
- Akgüner, T. (1998). Kamu Hizmeti Yayıncılığı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. Sayı:7
- Akşit, M. C. (2007). *İslam’da Ticaret Prensipleri*. İstanbul: Birun Yayıncılık
- Alankuş, S. (2003). *Habercinin El Kitabı: Gazete Ve Habercilik*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları

- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1990). *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınlan
- (1994). *Popüler Kültür Ve İletişim*. Ankara: Ümit
Yayıncılık
- Althusser, L. (2008). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (Çev. A. Tümertekin).
İstanbul: İthaki Yayınları
- Anderson, P. (1976). The anatomies of Antonio Gramsci. *The New Left Review*,
100
- (2007a). *Gramsci Hegemonya Doğu/Batı Sorunu Ve Strateji*. (Çev. T.
Günersel). İstanbul: Salyangoz Yayınları
- (2007b). *Batı Marksizmi Üzerine Düşünceler*. (Çev. B. Aksoy).
İstanbul: Birikim Yayınları
- Arrighi, G. (1994). Hegemony and Social Change, *Mershon International Studies
Review*. C. 38, ss. 365-366
- Arsan, E. D. (2003). Haber ve Habercilik, Sevda Alankuş (der.), *Habercinin El
Kitabı: Gazete Ve Habercilik* içinde. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Atılğan, S. (2001). Küreselleşme ve Günümüzde Medya Sektörü, *Marmara
İletişim Dergisi*. 11, s. 233-245
- Atiker, E. (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumu*. İstanbul: Vadi Yayınları
- Atton, C. (2001). *Approaching Alternative Media: Theory and Methodology*.
International Communication Association (ICA) OurMedia Conference,

Washington DC, ABD. Erişim Tarihi: 27 Aralık 2017.
<http://www.ourmedianet.org/papers/om2001/Atton.om2001.pdf>

Aykol, H. (2008). *Haber Basınından İslamcı Medyaya*. İstanbul: Agora Kitaplığı

Aziz, A. (1999). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*. Ankara: TRT Yayınları

----- (2016). *İletişime Giriş*. İstanbul: Hiperlink Yayınları

Barbier, F. ve Lavenir, C. B. (2001). *Diderottan Günümüze Medya Tarihi*. (Çev. K. Eksen). İstanbul: Okuyanous Yayınları

Bates, T. R. (1975). Gramsci and The Theory Of Hegemony. *Journal of the History of Ideas*, C. 36, No. 2

Baudrillard, J. (2004). *Tüketim Toplumu*. (Çev. H. Deliceçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Bauman, Z. ve Lyon, D. (2016). *Akışkan Gözetim*. (Çev. E. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Bekmen, A. (2008). Marksizm: Praksis'in Teorisi. H. B. Örs (der.). *19. yüzyıldan 20. yüzyıla Modern Siyasal İdeolojiler* içerisinde. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları

Benjamin, W. (2016). *Pasajlar*. (Çev. A. Cemal). İstanbul: Yapı ve Kredi Yayınları

Berger, J. (1986). *O Ana Adanmış*. Yurdanur Salman. (Çev. M. Gürsoy). İstanbul: Metis Yayınları

Blumler, J. G. and McQuail, D. (1968). *Television in Politics: Its Use And Influence*. London: Faber and Faber

- Bobbio, N. (1982). *Gramsci ve Sivil Toplum*. (Çev. A. İpek ve K. Somer). Ankara: Savaş Yayınları
- Boyd-Barrett, O. (1977). *Media Imperialism: Towards An International Framework For The Analysis Of Media Systems, Mass Communication And Society*. London: Edward Arnold in association with the Open University Press
- Bozkurt, N. (1995). *20. Yüzyıl Düşünce Akımları*. İstanbul: Sarmal Yayınları
- Boztemur, R. (2006). Tarihsel Açıdan Millet Ve Milliyetçilik: Ulus-Devletin Kapitalist Üretim Tarzıyla Birlikte Gelişimi. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Sayı: 38, Yıl:9, 161- 180
- Britt, L. (2003). Fascism Anyone? *Free Inquiry*. Spring. Erişim Tarihi: 30.05.2021 <https://secularhumanism.org/2003/03/fascism-anyone/>
- Bulut, S. (der.) (2009). *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi – Ekonomi Politik Yaklaşımlar*. Ankara: Ütopya Yayınları
- Buttigieg, A. J. (1995). Gramsci On Civil Society. *Boundary 2*, 22(3), 1-32
- Callinicos, A. (2004). *Making History: Agency, Structure And Change İn Social Theory*. Boston: Brill Publications
- Cankaya, Ö. (2002). *TRT. Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: 1927 – 2000*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Chomsky N. (1995). *Medya Denetimi - İmmediast Bildirgesi*. (Çev. Ş. Süer). İstanbul: Tümzamanlar Yayınları.

- (2002). *Medya Gerçeği*. (Çev. A. Yılmaz, O. Akınhay). İstanbul: Everest Yayınları
- Choudray, K. (1990). Gramsci's Intellectuals And People's Science Movement, *Economic and Political Weekly*, 25/14
- Cohen, S. (2002). *Folk Devils And Moral Panics: Creation Of Mods And Rockers*. New York: Routledge
- Cohen, N. S. (2014). Bir Mücadele Alanı Olarak Kültürel İş: Freelance Çalışanlar Ve Sömürü. (Çev. G. Baydar), Vincent Mosco ve Christian Fuchs (der.), Funda Başaran (Türkçe yayının derleyeni), *Marx Geri Döndü: Medya, Meta Ve Sermaye Birikimi*, Ankara: NotaBene Yayınları
- Crisell, A. (1997). *An Introductory History Of British Broadcasting*. New York: Routledge
- Curran, C. (1997). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme, (Çev. S. İrvan). S. İrvan (der.), *Medya, kültür, siyaset*, Ankara: Ark Yayınevi
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür Ve Küresel Kitle Kültürü*, Ankara: Ütopya Yayınları
- Çaplı, B. (1996). *Televizyon Ve Siyasal Sistem*. Ankara: İmge Yayınları
- (2002). *Medya ve Etik*. Ankara: İmge Kitabevi
- Çebi, M. S. (2002). *Haber Anlamak*. Ankara: Gazi Kitabevi
- Çelenk, S. (2002). *Medyada Kaynak Bölüşümü Ve Rating Savaşları*. Erişim Tarihi: 23.03.2016 <http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=803>
- Çiğdem, A. (2001), Kanaat Beyanı, Eleştiri Hakkı, *Birikim Dergisi*, Sayı: 144

- (2008). *Akıl ve Toplumun Özgürleşimi- Jürgen Habermas Üzerine Bir Çalışma*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Çoban, S. (2013). *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya*. İstanbul: Parşömen Yayınları
- Dağtaş, B. (1999). İngiliz Kültürel Çalışmalarında İdeoloji. *Kurgu Dergisi*, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayını, Sayı: 16
- Debord, G. (1996). *Gösteri Toplumu*, (Çev. A. Ekmekçi ve O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Demirović, A. (t.y). *Foucault, Gramsci and Critical Theory – Remarks on their Relationship*. Erişim Tarihi: 17 Kasım 2019. <http://www.lancaster.ac.uk/cperc/docs/CR-Demirovic-Foucault.pdf>
- Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (2000). *Handbook of Qualitative Research*, Second Edition, Thousand Oaks: Sage Publications
- Devran, Y. (1997). *Siyasal İktidar TRT İlişkisinin Dünü*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu
- Devran, Y. (2010). *Haber Söylem İdeoloji*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu
- Downing, J. D. H. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication And Social Movements*. California: Sage Publications
- Dursun, Ç. (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge Kitabevi
- Eagleton, T. (1990). *İdeoloji*. (Çev. E. Tarım). İstanbul: Adam Yayınları
- Elgür, E. V. (2016). *Felsefenin Arzusu: Politika*. Ankara: NotaBene Yayınları

Erdem, B. N. (2017). Medyada Mülkiyet İlişkilerinin Yereldeki Dönüşümü: Haber Medya Grubu Örneği, *The Journal of Academic Social Studies*, Number: 61, p. 337, Autumn III

Erdoğan, İ. (1995). *Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim*, İstanbul: Kaynak Yayınları

----- (1997). *İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş*. Ankara: İmge Kitabevi

----- (2005). *İletişimi Anlamak*. İstanbul: Erk Yayınları

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram - Kitle İletişim Kuram Ve Araştırmalarının Tarihsel Ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları

Evliyaoğlu, G. (1987). *İletişim Psikolojisi. Psikolojik İletişim. İnsan Ve Toplum İletişiminde Psikolojik Süreçler*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları

Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev. S. İrvan), Ankara: Ark Yayınları

----- (1989). *Television Culture*. London and New York: Methuen

Forgacs, D. (1988). *An Antonio Gramsci Reader: Selected Writings, 1916–1935*. New York: Schocken Books.

Foucault, M. (2003). *Toplumunu Savunmak Gerekir*. (Çev. Ş. Aktaş), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

----- (2012). *İktidarın Gözü*. (Çev. I. Ergüden), İstanbul: Ayrıntı Yayınları

- (2013). *Hapishanenin Doğuşu*. (Çev. M. A. Kılıçbay). Ankara: İmge Yayınları
- Garnham, N. (1997). Ekonomi Politik Ve Kültürel Çalışmalar: Birleşme Mi Boşanma Mı? *Teori ve Politika*. (Çev. S. Çelenk), Sayı: 8, Güz 1997
- Geuss, R. (2002). *Eleştirel Teori: Habermas ve Frankfurt Okulu*. (Çev. F. Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2002
- Goode, E. ve Ben-Yahuda, N. (2009). *Moral Panics: The Social Construction Of Deviance*. Boston: Wiley and Blackwell
- (1994). Moral Panics: Culture, Politics, And Social Construction. *Annual Review of Sociology*. 20:149-171
- Golding, P. ve Murdock, G. (1997). Kültür, İletişim Ve Ekonomi Politik. (Çev. B. Kejanlıoğlu). Süleyman İrvan (der.). *Medya, Kültür, Siyaset* içerisinde. Ankara: Ark Yayınları
- Gökten, Y. S. (2013). *Hegemonya İlişkilerinin Dünü, Bugünü Ve Geleceği*. Ankara: NotaBene Yayınları
- Gönenç, A. A. (2001). *Sivil Toplum: Düşünsel Temelleri Ve Türkiye Perspektifi*. İstanbul: Alt Kitap Yayınlar
- Görgülü, G. (1991). *Basında Ekonomik Bağımlılık*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları
- Gramsci, A. (1971). *Selections From The Prison Notebooks Of Antonio Gramsci*. Quintin Hoare ve Geoffrey Nowell Smith (ed.). London: Lawrence and Wishart

- (1986). *Hapishane Defterleri, Seçmeler*. (Çev. A. Cemgil). İstanbul: Belge Yayınları
- (2009). *Hapishane Defterleri*. (Çev. K. Somer). İstanbul: Aşina Yayınları
- Güenalp, C. (2007). Kamu Ve Özel Televizyon Yayıncılığında İzleyici Araştırmaları Ve Ratingin Rolü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Gürsoy, A. B. (1999). TRT ve BBC'nin Anahaber Bültenlerinin Kamu Haberciliği Açısından Karşılaştırmalı Analizi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*. (Çev. M. Tüzel). İstanbul: Kabalcı Yayınları
- (2015). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. (Çev. T. Bora). İstanbul: İletişim Yayınları
- Haenni, P. (2011). *Piyasa İslamı - İslam Suretinde Neoliberalizm*. (Çev. L. Ünsaldı). İstanbul: Özgür Üniversite Kitaplığı
- Hall, S. (1997). İdeoloji ve İletişim Kuramı. (Çev. A. Gürata). S. İrvan (der.). *Medya Kültür Siyaset* içerisinde, s. 126-148. İstanbul: Ark Yayınları
- Hall, Stuart (1999a). İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü. M. Küçük (der.), *Medya, İktidar, İdeoloji* içerisinde, Ankara: Ark Yayınları

- Hall, S. (1999b), Kültür, Medya Ve İdeolojik Etki. M. Küçük (çev. ve der.). *Medya, İktidar, İdeoloji* içerisinde, Ankara: Ark Yayınları
- (1996). The Problem Of İdeology: Marxism Without Guarantees. *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, Morley and Chen (der.). Londra: Routledge
- (1998). Eski Ve Yeni Kimlikler, Eski Ve Yeni Etniklikler, Kültür, Küreselleşme Ve Dünya Sistemi, *Kültür Küreselleşme Ve Dünya Sistemi*. Antony D. King (der.). (Çev. G. Seçkin ve Ü. H. Yolsal), Ankara: Bilim Sanat Yayınları
- Hall, S., Lumley, B. ve McLennan, G. (1985). *Siyaset Ve İdeoloji: Gramsci*, (Çev. Sadun Emrealp). Ankara: Birey ve Toplum Yayınları
- Hanifeoğlu, M. ve Yetiş, M. (2013). Gramsci Sivil Toplum-Devlet İkiligi Ve Kuramsal Kökenler. *Mülkiye Dergisi*, Cilt 37 (1)
- Hardt, M. ve Negri, A. (2001). *İmparatorluk*. (Çev. A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Harvey, D. (2014). *Postmodernliğin Durumu*. (Çev. S. Savran). İstanbul: Metis Yayınları
- Haspolat, E. (2012). *Neoliberalizm ve Baskı Aygıtının Dönüşümü - Türkiye'de Özel Güvenliğin Gelişimi*. Ankara: NotaBene Yayınları
- Herman, E. S. (2004). *Medyada İkiyüzlülük. Propaganda Çağında Haberleri Deşifre Etmek*. (Çev. N. Nirven). İstanbul: Çivi Yazıları

- Herman, E. S. ve Chomsky, N. (1999). *Rıza İmalatı: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası. Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir.* (Çev. B. Akyoldaş, T.Han, M. Çetin). İstanbul: Minerva Yayınları
- Herrera-Zgaib, M. Á. (2009). The Public Intellectual In Critical Marxism: From The Organic Intellectual To The General. *Intellect Papel Político*, 14: 1
- Hızal, G. S. G. (2002). Yeni Yasal Düzenleme Çerçevesinde Türk Medyasında Mülkiyet İlişkileri. *Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*. Sayı: 1, Güz
- Hobbes, T. (2017). *Leviathan*. (Çev. S. Lim). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Horkheimer, M. (1998). *Akıl Tutulması*. (Çev. O. Koçak). İstanbul: Metis Yayınları
- Igenyar, S. (1997). *Siyasette Erişim Yanlılığı: Televizyon Haberleri Ve Kamuoyu*. (Der. ve Çev. S. İrvan). *Medya Kültür Siyaset* içerisinde. Ankara: Ark Yayınları
- İnceoğlu, Y. (2006, 28/09). Medya-İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi. Erişim Tarihi: 27 Ekim 2017. <http://bianet.org/bianet/medya/86980-medya-iktidar-iliskilerinin-tarihsel-gelisimi>
- İrvan, S. (1997). *Medya Kültür Siyaset*. İstanbul: Ark Yayınları
- Jameson, F. (1987). Reading Without Interpretation: Postmodernism And Video Text. Fabb et. al. (Ed.). *The Linguistics Of Writing*. Manchester: Manchester University Press

- (1991). *Postmodernism, Or The Cultural Logic Of Late Capitalism*.
Durham. N.C.: Duke University Press
- (1997). *Marksizm ve Biçim*. (Çev. A. Yardımlı). İstanbul: Yapı ve
Kredi Yayınları
- (2000). Küreselleşme Ve Politik Strateji. (Çev. M. Beşikçi). *Birikim
Dergisi*. Kasım 2000
- Jay, M. (2001). *Adorno*. (Çev. Ü. Oskay). İstanbul: Der Yayınları
- Kabasakal, M. (2008). *Sivil Toplum ve Demokrasi*. (Yayınlanmamış Denetçi
Yeterlilik Tezi) T.C. İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı,
Ankara
- Kaplan, Y. (27/06/2005), Yeni Sömürgecilik: Medyatik Totaliterlik. *Yeni Şafak*.
- Kaya, R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Ankara: Teori Yayınları
- (2016). *İktidar Yumağı Medya Sermaye Devlet*. Ankara: İmge Yayınları
- Kazancı, M. (2002). Althusser, İdeoloji Ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı. *Ankara
Üniversitesi SBF Dergisi*. Cilt 57, Sayı 1
- Keane, J. (1994). *Demokrasi ve Sivil Toplum*. (Çev. N. Erdoğan). İstanbul: Ayrıntı
Yayınları
- (1999). *Medya ve Demokrasi*. (Çev. H. Şahin). İstanbul: Ayrıntı
Yayınları
- Kejanlıoğlu, D. B. (2004). *Türkiye 'de Medyanın Yapısal Dönüşümü*. Ankara: İmge
Kitabevi

Kellner, D. (1989). *Critical Theory, Marksizm And Modernity*. Cambridge and Baltimore: Polity Press and Johns Hopkins University Press

----- (1999). *Cultural Studies and Social Theory: A Critical Intervention*.
Erişim Tarihi: 21.04.2020.
<https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/culturalstudiessocialtheory.pdf>

----- (2012). *Media Spectacle And Insurrection. 2011: From Arap Uprisings To Occupy Everywhere*. Londra: Bloomsbury

----- (2016). Kültürel Marksizm Ve Kültürel Çalışmalar. (Çev. F. Tezcan). *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar Dergisi*. Temmuz 2016, 9(2)

Koçdemir, K. (1999). Habermas Ve Toplum Teorisi (II) İletişimsel Davranış Teorisi. *Türkiye Günlüğü*. Sayı 56

Kongar, E. (2004). *Yozlaşan Medya Yozlaşan Türkçe*. İstanbul: Remzi Yayınları

Koyre, A. (2004). *Bilim Tarihi Yazıları*. (Çev. K. Dinçer). Ankara: TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları

Krough, T. (1994). Frankfurt Okulu'nun Kültür Analizi. M. Küçük (der.). *Medya İktidar İdeoloji* içerisinde s. 135-168. Ankara: Ark Yayınları

Köse, H. (2004). *Bourdieu Medyaya Karşı. Medya: İşbirlikçi, Zorba Ve Çığırkan*. İstanbul: Papirus Yayınları

----- (2007). *Alternatif Medya: Küresel Akıntıya Karşı Sivil Arayışlar*. İstanbul: Yirmidört Yayınevi

- Kuş, E. (2012). *Nitel-Nitel Araştırma Teknikleri*. Ankara: Anı Yayınları
- Küçük, M. (der.) (1994). *Medya, İktidar, İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınları
- Kümbetoğlu, B. (2005). *Sosyolojide Ve Antropolojide Niteliksel Yöntem Ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık
- Larrain, J. (1995). *İdeoloji Ve Kültürel Kimlik*. (Çev. N. N. Domaniç). İstanbul: Sarmal Yayınevi
- Lull, J. (1995). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge, UK: Polity Press, in association with Blackwell Publishers
- (2001). *Medya İletişim Kültür*. (Çev. N. Güngör). İstanbul: Ark Yayınları
- Lyon, D. (1997). *Elektronik Göz: Gözetim Toplumunun Yükselişi*. (Çev. D. Hattatoğlu). İstanbul: Sarmal Yayınları
- Maesele, P. (2010). On Neo-Luddites Led By Ayatollahs: The Frame Matrix Of The GM Food Debate In Northern Belgium. *Environmental Communication*, 4(3)
- Marcuse, H. (2008). *Tek Boyutlu İnsan*. (Çev. M. H. Doğan). İstanbul: İdea Yayınları
- Marx, K. (1992). *Ekonomi Politikin Eleştirisine Katkı*. (Çev. S. Belli). Ankara: Sol Yayınları
- (1993). *1844 El Yazmaları*. (Çev. K. Somer). Ankara: Sol Yayınları
- Mattelard, A. ve Mattelard, M. (1998). *İletişim Kuramları Tarihi*. (Çev. M. Zılhoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları

- Mattelard, A. (1995). *Beyin İğfal Şebekesi*. (Çev. I. Gürbüz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Mayring, P. (2011). *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş*. (Çev. A. Gümüş, M. Durgun). Ankara: Bilgesu Yayıncılık
- McCusker, K. N. ve Günaydın, S. (2015). Research Using Qualitative, Quantitative Or Mixed Methods And Choice Based On The Research. *Perfusion*, 30 (7)
- McGuigan, J. (1992). *Cultural Populism*. London: Routledge
- McLellan, D. (2005). *İdeoloji*. (Çev. B. Yıldırım). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- McPherson, J. B. (2006). *Journalism At The End Of The American Century - 1965-Present*. Westport-ABD: Praeger
- McQuail, D. (1994). *Kitle İletişimi Kuramı – Giriş*. (Çev. A. H. Yüksel). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- McQuail, D. ve Sven W. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. (Çev. K. Yumlu). Ankara: İmge Yayınları
- Miege, B. (2011). Principal Outgoing Mutations Of Cultural And Informational Industries. D. Winseck ve D. Y. Jin (der.). *The Political Economies Of Media: The Transformation Of The Global Media Industries* içerisinde. London: Bloomsbury Academic
- Milord, J. (2 Temmuz 2013). The World's 10 Largest Media Conglomerates. Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2016. <http://elitedaily.com/money/the-worlds-10-largest-media-conglomerates>

- Morton, A. D. (2011). *Gramsci'yi Çözümlemek*. (Çev. B. Uysal). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık
- Mosco, V. and Herman, A. (1981). *Radical Social Theory And The Communications Revolution, Communication And Social Structure*. E. G. McAnany, J. Schnitman, N. Janus (ed.). New York: Praeger Publications
- Mouffe, C. (1979). Introduction: Gramsci Today. C. Mouffe (Ed.), *Gramsci and Marksist Theory*. London: Routlage & Kegan Paul Ltd.
- Murdock, G. (1999). İletişim, Modernlik Ve İnsan Bilimleri. M. Küçük (der.). *Medya, İktidar ve İdeoloji* içerisinde. Ankara: Ark Yayınevi
- (2000). Digital Futures: European Television İn The Age Of Convergence. J. Wieten, G. Murdock, P. Dahlgren (Ed.) *Television Across Europe* içinde (s. 39-43). Sage Publication. London
- Mutlu, E. (1995). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınları
- (1999), *Televizyon ve Toplum*, Ankara: TRT Yayınları
- Mutman, M. (1995). Televizyonu nasıl sorgulamalı? *Toplum ve Bilim*, S:67, Güz 1995
- Naiman, A. (1996). *Chomsky ile Konuşmalar*. (Çev. N. Erol). İstanbul: Alan Yayınları
- Neocleous, M. (2015). *Sivil Toplumunu Yönetmek: Devlet İktidarı Kuramına Doğru*. (Çev. B. Ahıska). Ankara: NotaBene Yayınları
- Noam, E. (1991). *Television in Europe*. New York: Oxford University Press

Okday, A. (1987). *Toplumsal Değişme ve Basın*. İstanbul: Bilim/Felsefe/Sanat Yayınları

----- (1993). *Türkiye’de Popüler Kültür*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Oskay, Ü. (2000). *19 Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişim Araçlarının Kültürel İşlevleri. Kuramsal Bir Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları

----- (1992). *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*. İstanbul: Der Yayınları

----- (2001). *İletişimin ABC’si*. İstanbul: Der Yayınları

Otan, Ü. (2006). *Medyatelli: Sendikasızlaştırmadan İş Takipçiliğine*. İstanbul: Agora Kitaplığı

OECD İletişime Bakış Raporu 1999. (1999, 22/03). Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2018. <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turkiye-radyo-televizyonda-ocdnin-buyume-rekortmeni-39069226>

Öngören, M. T. (1995). *İletişim Notları*. Ankara: ÇGD Yayınları

----- (1972). *Televizyon Kılavuzu*. İstanbul: Milliyet Yayınları

Özçağlayan, M. (2000). Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi. *Konya Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, sayı 36

Palahniuk, C. (2020), *Dövüş Kulübü* (31. Baskı). Elif Özsayar (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Papathanassopoulos, S. (1990). Public Service Broadcasting and Dregulatory Pressures in Europe. *Journal of Studies in International Education*. 16, 113-120. Erişim Tarihi: 23 Mart 2017. <http://Jsi.sagepub.com>

- Parlak, İsmet (2005). *Kemalist İdeolojide Eğitim: Erken Cumhuriyet Dönemi Tarih Ve Yurt Bilgisi Ders Kitapları Üzerine Bir İnceleme*. Ankara: Turhan Kitapevi Yayınları
- Parsons T. (1959). The Social Structure Of The Family. R.N. Anshen (ed.). *The Family: Its Function And Destiny* içerisinde. New York: Harper.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Evaluation And Research Methods* (3rd Ed). London: Sage Publications
- Pekman, C. (1997). *Televizyonda Özelleşme: Avrupa'da Yayıncılığın Değişim Süreci*. İstanbul: Beta Basım-Yayım Dağıtım
- Pierson, C. (2004). *The Modern State*. London: Routledge
- Portelli, H. (1982). *Gramsci Ve Tarihsel Blok*. (Çev. K. Somer). Ankara: Savaş Yayınları
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence. Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Postman, N. ve Powers S. (1996). *Televizyon Haberlerini İzlemek*. (Çev. A. Tunç). İstanbul: Kavram Yayınları
- Poulantzas, N. (2006). *Devlet, İktidar Ve Sosyalizm*. (Çev. Turhan Ilgaz). Epos Yayınları, Ankara
- Poyraz, B. (2002). *Haber Ve Haber Programlarında İdeoloji Ve Gerçeklik*. İstanbul: Ütopya Yayınları

- Radford, B. (2004). *Medya Nasıl Yanılıyor: Basının, Aktivistlerin Ve Reklamcıların Yanlış Yönlendirmesi*. (Çev. A. Akdaş). İstanbul: Güncel Yayıncılık
- Ramonet, Ignacio (2001). Üç Medya Miti: Gaz Maskesi, Kaçak, Patriot. (Çev. U. Aydın). *Marmara İletişim Dergisi*, Sayı 11
- Ramos Jr. V. (1982). The Concepts of Ideology, Hegemony, and Organic Intellectuals in Gramsci's Marxism. *Theoretical Review*. s. 30
- Richardson, J. T. ve Introvigne M. (2000). 'Brainwashing' Theories in European Parliamentary And Administrative Reports On 'Cults' And 'Sects'. *Journal for the Scientific Study of Religion*. 12(1):47-59
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. (Çev. Ş. S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Rodinson, M. (1996). *İslam ve Kapitalizm*. (Çev. L. F. Topaçoğlu). İstanbul: Spartaküs Yayınları
- Rodriguez, C. (2001). *Fissures in The Mediascape: An International Study of Citizens' Media*. Cresskill. New Jersey: Hampton Press
- Rojek, C. (1995). *Decentering Leisure: Rethinking Leisure Theory*. London: Sage Publications
- Roy, A. (2000), *Küçük Şeylerin Tanrısı* (6. Baskı). (Çev. İ. Özdemir). İstanbul: Can Yayınları
- Roy, A. and Zinn, H. (2004). Instant-mix imperial democracy and Come September [DVD]

- Sarmaşık, J. (1993). *Radyo Ve Televizyon Yayınlarının Denetim Yöntemleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınları
- Saybaşı, K. (1999). *Siyaset biliminde temel yaklaşımlar*. Ankara: Doruk Yayınları
- Schudson, M. (1989). *Media, Culture And Society*. London: Sage Publications
- Seiler R. M. (2012). *Human Communication In Critical Theory Tradition. Political Science*. Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2019. <https://www.semanticscholar.org/paper/Human-Communication-in-the-Critical-Theory-Seiler/f92bf435b86e133c8a8b23277bc92f3f17f7dff8>
- Severin, W. J. ve Tankard, J.W (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri Ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları*. (Çev. A. A. Bir ve S. Sever). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını
- Shoemaker, P. ve Dreese, S. (1997), İdeoloji ve İletişim Kuramı. S. İrvan (der.). *Medya Kültür Siyaset* içerisinde s. 94-125. (Çev. A. Gürata). İstanbul: Ark Yayınları.
- Strinati, D. (1995). *Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routhledge
- Sönmez, M. (2003). *Filler ve Çimenler – Medya ve Finans Sektöründe Doğan – Anti-Doğan Savaşı*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2003
- (2010). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*. İstanbul: Yordam Kitap
- Sustainability (t.y.) *Dictionary.com* içinde. Erişim Tarihi: 30.05.2021. <http://dictionary.reference.com/browse/sustainability>

- Şahin, H. (1991). *Yeni İletişim Ortamı, Demokrasi Ve Basın Özgürlüğü*. İstanbul: Basın Konseyi Yayını
- Şeker, M. (2013). Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri. *Selçuk İletişim*, 4 (4). 36-44
- Şener, E. (1984). *Televizyon Video*. Ankara: İmge Yayınları
- Şimşek, N. (2005). *Ulusal Televizyon Yayınları Türkiye Geneli Kamuoyu Araştırması*. Ankara: TRT Yayınları
- Talu, U. (2000). *Dipsiz Medya*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Tamer, E. C. (1983). *Dünü ve Bugünüyle Televizyon*. İstanbul: Varlık Yayınları
- Tanrıöver, H. U. (2012). *Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı 2011*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları
- Teber, S. (2001). *Politik Psikoloji Notları*. 2. Basım, İstanbul: Papirüs Yayınları
- Tekinalp, Ş. (2011), *Camera Obscura’dan Synopticon’a Karşılaştırmalı Radyo Ve Televizyon*. İstanbul: Beta Yayınları
- Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: Saga Publications
- Tılıç, D. L. (1998). *Utaniyorum Ama Gazeteciyim*. İstanbul: İletişim Yayınları
- (2001). *2000’ler Türkiyesinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak*. İstanbul: Su Yayınevi

- Tokgöz, O. (1972). *Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo-Televizyon Sistemleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları
- Tomlinson, J. (1999). *Kültürel Emperyalizm*. (Çev. E. Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Topuz, H. (2018). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi* (8. Baskı). İstanbul: Remzi Yayınları
- Topuz, H., Öngören, M. T., Aziz, A., Önen M. (1990). *Yarının Radyo Ve Televizyon Düzeni: Özgür, Özerk Ve Çoğulcu Bir Alternatif*. İstanbul: TÜSES-İLAD Ortak Yayını
- Turam, E. (1994). *Medyanın Siyasal Hayata Etkileri*. İstanbul: İrfan Yayınları
- Türkoğlu, N. (2003). *Kitle İletişimi Ve Kültür*. İstanbul: Naos Yayınları
- Uluç, G. (2003). *Küreselleşen Medya: İktidar Ve Mücadele Alanı. Olanaklar – Sorular- Tartışmalar*. İstanbul: Anahtar Kitaplar
- Uslu, İ. (2011). *Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı*. (Yayınlanmamış Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlık Tezi). Radyo Televizyon Üst Kurulu. Ankara
- Uzgel, İ. Ve Duru B. (der.) (2009). *AKP Kitabı: Bir Dönüşümün Bilançosu*. Ankara: Phoenix Yayınları
- Uzun, R. (2002). Eğlence Endüstrisi Ve Televizyon Haberciliği. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*. Cilt 2, Sayı 2

- Ünlüer, A. O. (1999). Dünyada Ve Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi: Geleceğe İlişkin Düşünceler. *Kurgu Dergisi*. 16, 55-66. Erişim Tarihi: 23 Temmuz 2019. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/150346>
- Üşür, S. (1997). *İdeolojinin Serüveni: Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme*. Ankara: İmge Kitabevi
- Van Dijk, T. A. (1994). Söylem Yapıları ve İktidarın Yapıları. (Çev. M. Küçük), M. Küçük (der.). *Medya, İktidar, İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınları
- Vergin, N. (2008). *Siyasetin Sosyolojisi*. İstanbul: Doğan Kitap
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon Bombası*. (Çev. K. Şahin). İstanbul: Metis Yayınları
- Weber, M. (1995). *Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı*. (Çev. Ö. Ozankaya). Ankara: İmge Yayınları
- Wallerstein, İ. (1979). *The Capitalist World Economy*. Connecticut: Yale University Press
- Williams, R. (1990). *Marksizm ve Edebiyat*, (Çev. E. Tarım). İstanbul: Adam Yayınları.
- Williams, R. (2003). *Kültür*. (Çev. S. Aydın). Ankara: İmge Yayınevi
- Wood, E. M. (2003). *Kapitalizmin Kökeni: Geniş Bir Bakış*. (Çev. A. C. Aşkın). Ankara: Epos Yayınları
- Yaylagül, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları* (2. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları
- Yazıcı, A. N. (1999). *Kamu Yayın Kurumları Ve Yeniden Yapılanma*. Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları

Yetiş, Mehmet (2005), Tocqueville, Demokratik Devrim ve Sivil Toplum, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi Tartışma Metinleri*, No.87, Ekim Sayısı

Yıldırım, A. ve Şimşek, S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Teknikleri*. 9. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık

----- (2005). *Sosyal Bilimlerde Nicel Araştırma Yöntemleri*. 5. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık

Yıldız, S. ve Sümer, H. H. (2010). Medya ve Ahlaki Panik. *Erciyes İletişim Fakültesi Dergisi*. Cilt 1, Sayı 3

Zıllıoğlu, M. (1996). *İletişim Nedir*. İstanbul: Cem Yayınları

1961 Anayasası (1961). Erişim tarihi: 13.03.2018.
<http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm>

1981 Anayasası (1982). Erişim tarihi: 13.11.2018
<http://www.adalet.gov.tr/duyurular/2011/eylul/anayasalar/1982ilks on.pdf>