

# KAMU'DA SOSYAL POLİTİKA

Yıl/Year: 4 • Sayı/No:15 • 2010 / 4

ISSN:1306-8334

## Medya - İletişim ve Hayat



Memur-Sen Adına Sahibi  
Ahmet Gündoğdu

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü ve Editör  
Halit Ortaköy

Genel Yayın Yönetmeni  
Mustafa Güçlü

Yayın Kurulu  
Mahmut Kaçar  
Hüseyin Çumak  
Yusuf Yazgan  
Hacı Bayram Tonbul  
Ahmet Kaytan

Danışma Kurulu  
Prof. Dr. Naci Bostancı (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ali Seyyar (Sakarya Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mustafa Şentop (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Yasin Aktay (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kadir Arıcı (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ömer Çaha (Fatih Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mümtaz'er Türköne (Gazi Üniversitesi)  
Doç. Dr. Oya Akgönenç (Ufuk Üniversitesi)  
Yrd. Doç. Dr. Cengiz Anık (Gazi Üniversitesi)  
Yrd. Doç. Dr. Veysi Erken  
Yrd. Doç. Dr. Erdinç Yazıcı (Gazi Üniversitesi)  
Alaettin Şahin  
Şahin Ali Şen

Bilimsel makaleler ile ilgili  
tüm soru ve yazışmalarınız için; Mustafa Güçlü  
m.guclu@memursen.org.tr

Yayın İdare Merkezi:  
Memur-Sen  
GMK Bulvarı Özveren Sokak No:9/4  
Demirtepe/Ankara  
Tel: (0312) 230 09 72-73 - 230 48 98  
Bürocell: (0533) 657 97 03-04  
Faks: (0312) 230 39 89  
www.memursen.org.tr

Grafik Tasarım&Baskı  
Hermes Ofset Ltd. Şti.  
Kazım Karabekir Cad. Murat Çarşısı  
39/16 İskitler / Ankara  
Tel: 0312 341 01 97 - 384 34 32

Yayın Türü:  
Yaygın - Süreli

Basım Tarihi:  
31 Aralık 2010  
5000 adet

Ücretsiz Dağıtılır.

## EDİTÖRDEN

Halit ORTAKÖY

Genel Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Sekreteri

## GEÇMİŞTEN GELECEĞE MEDYA

Bütün zamanların en değişmez gerçeği ve belki de en önemli mesele-ydi iletişim.

Yeryüzü sakinlerinin küçücük topluluklardan mütevellit nüfusu bile, birbirlerinden haberdar olmanın, mevcut durumu tesbitin derdini taşımakta, sahip oldukları bilgiyi aktarmanın, doğrıyla yanlış, iyiyle kötüyü, güzelle çirkinli belirlemenin ve kendilerinden sonra geleceklere miras bırakmanın yoğun gayreti içindeydi.

Tarih boyunca omuzlarında ilahi mesajları yüklenen "nebi - haber veren"lerin bir diğer adı, Rasül, görevleri "risalet" idi. "Er-risale", aynı zamanda bir mektup, bir mesaj, bir çağrı idi.

Bu ilahi buyruk ve mesajların muhataplara ulaştırılmasında çoğu zaman o günün egemenlerinin çıkardığı engelleri aşmak ve yine o günün basılı değil ama çok etkin sözlü güce sahip medyasının uyguladığı sansürün üstesinden gelmek hiç de kolay olmamıştı. Çünkü toplumların en itibar ettiği kaynaklar arasında başrolü, ya egemen-statik güç ya da mitoloji, efsane ve aşırı yücelt-meci destanlar almaktaydı.

Üretilen bilginin, değer taşıyan haberin, insanlığın düşünce dünyasına ufuk açacak, hayatını değiştirecek gelişmelerin, aynı zaman dilimini yaşayan topluluklar arasındaki intikalinin asırlar boyu sürmesi gerçeğine rağmen yine de insanlık alemi, kurduğu temaslar sayesinde kalpten kalbe, gönülden gönüle yollar bularak bedevi topluluklardan medeni topluluklar inşa etmeyi başardı.

Hiçbir çıkar ve hesap gözetmeksizin yapılan uzun ve meşakkatli yolculuklarla (Rihle) elde edilen bilginin iletilmesi ve öğretilmesi için önce rahleler, sonra da tedrisat dönemleri yaşandı. Endülüs'te yazılan bir eserin, bir taraftan tüm coğrafyayı katederken diğer taraftan -tıpkıbasım gibi- çoğaltılarak dağıtılması ve mesela Şam, Bağdat medreselerinde ders kitabı olarak okutulması, ciddi bir arayışın ve sonuca ulaşma heyecanının gayretiydi.

Mesajlar bazen de şiir, hitabet ve edebiyatta saklıydı. Mevlana'nın Mesnevisi, Yunus'un Divanı ve daha niceleri, insanlığı en derin yerinden yakalayıp olup-bitenden haberdar olmaya çağırır, oradan büyük medeniyetlere yol verecek kanalları açardı. Artık gücü elinde bulunduran hükümdarlar bile şiir, edebiyat ve sanatta üstad olmalıydı.

Modern zamanlara doğru, matbuatın makinalaşması ile insanlık, kıyasıyla bir haber bombardımanına maruz kaldı. Önceleri gazete ve dergi, sonra yeryüzünün neredeyse tamamını kaplayan "teller" ve nihayet "tel" in de işlevini tamamlayıp çöpe atılmasıyla Radyo, televizyon, telefon ve internet sayesinde ulaşılan baş döndürücü hız ve buna eşdeğer sektörel güç...

Nerede duracağı bilinmeyen bu enformasyon ağı, artık en güçlü sektör olarak hayatımızın en önemli parçasıdır. Henüz yarım asır bile olmayan bir geçmişte, bir tek gaz lambasının ışığında topluca ders çalışan çocukların, bugün ebeveyni buldukları evlatlarının her birinin elinde kendilerini mahsus birer bilgisayarla dünyayı taraması, harikulade bir gelişme olarak tam önümüzde duruyor.

"Rihle" (yolculuk), artık masa başında ve dünyanın en doğusundan en batısına, en kuzeyinden en güneyine birkaç saniye içinde mümkündür.

Muhtaç olunan kudret, artık bu sektörün damarlarına sahip olmakla ilintilidir. Küresel aktörler, nasıl bir dünya istiyorlarsa, ona şekil vermenin yegane yolunun bu enformatik savaşı kazanmaktan geçtiğini biliyorlar.

İnsanın bilgiye ulaşmasında sağlanan bu devasa avantajın yanı sıra; henüz ergenlik çağına ulaşmakta olan bir çocuğun, o yaşa kadar kitle iletişim araçları vasıtasıyla kaç yüz bin gasp, cinayet, tecavüz, katliam, kan ve göz yaşına şahit olduğu ve bu durumdan nasıl sağlıklı bir halet-i ruhiye zuhur edeceği, nasıl bir insan yetişeceği sorusunun cevabını vermek kolay değil. Makinayı tek ve en sadık dostu kabul eden çocuğun ya da gencin, diğer insanlarla nasıl iletişim kuracağını kestirmek de zor.

Kitle iletişim araçlarına sahip olanların, yayın politikalarında uyguladıkları sorumsuzluğun bedelini ilerideki yıllarda kim ödeyecektir? Kötülüğün, çirkinliğin, soysuzluğun, vahşetin görüntülerini her gün onlarca kez insanın gözüne, gönüne, bilinç altına kazıyan ve silinmez, tedavi edilmez yaralar açanların, iyilikleri, güzellikleri, örnek davranışları ve sahip olduğumuz değerleri gündeme getirmemelerini anlamak kabil mi? Suni gündemler oluşturarak manipüle edilen insanların yol açtığı yıkımların telafisi nasıl mümkün olur?

"Malum Medya" tabiri, dünyanın kaç ülkesinde bizdeki kadar makes bulur?

Bu ve benzeri pek çok soruya cevap aramak ve sosyal sorumluluğumuzun bir gereği olarak, dergimizin bu sayısını "Medya-İletişim ve Hayat" konusuna ayırdık. Birikimlerini bizimle paylaşan ve katkı sunan herkese şükranlarımızı sunuyoruz.

3

**Ahmet GÜNDOĞDU** - Toplumun İnşası ve Medya

8

**Prof.Dr. Naci BOSTANCI** - Kitle İletişim Araçlarının Muhayyel Dünyası, İmajlar ve Siyaset

17

**Prof. Dr. M. Bilal ARIK** - Medya ve Hayat; Yanlış Hayat Doğru Yaşanmaz

21

**Yusuf KAPLAN** - Medya: Yeni-Sömürgeciliğin Keşif Kolu

33

**Prof. Dr. Erkan YÜKSEL** - Medyanın Gündem Belirleme Gücü: Toplumun Gündemini Kim Belirler?

39

**Prof. Dr. Nevzat TARHAN** - Hoşgörü ve Diyalog

43

**İbrahim ŞAHİN** - TRT'Nin Hedefi Dünyanın En Büyük Yayın Gurubu Olmaktır

47

**Prof. Dr. Hasan Tahsin FENDOĞLU** - Medya ve Yaşama Hakkı

52

**Ercüment ÖZTÜRK** - Demokratik Yönetim İçin Açık Toplum-Açık Kurumlar ve Açık Medya

55

**Ahmet DAĞ** - Kriminal Bir Suç Aleti Olarak Televizyon

61

**Ali Erkan KAVAKLI** - Medya Bir Propaganda ve Psikolojik Savaş Aracı

67

**Arş. Gör. Emrah ÖZTÜRK - Arş. Gör. Eda TURANCI - Arş. Gör. Çağrı KADEROĞLU BULUT** Medyada Yoğunlaşma ve Türkiye'deki Durum

Ahmet GÜNDOĞDU  
Eğitim Bir-Sen ve Memur-Sen Konfederasyonu Genel Başkanı

## TOPLUMUN İNŞASI VE MEDYA

Ahmet Hamdi Tanpınar, Beş Şehir'in girişinde, hayatımızda kaybolan şeylerin ardından duyulan üzüntü ile yeniye karşı beslenen arzudan söz eder. Şehirleri anlatırken kendi insanımızı, hayatımızı ve vatanın manevî çehresi olan kültürümüzü dile getirir. Medeniyetin dairelerinden geçerken sarsıcı deneyimlerin, sert dönemeçlerin, kırılmaların zaviyesinden bakar. Uçurumları, ümitleri, çekilen zahmetleri dile getirir. Gidilen istikamet ve vedalaştığımız âlemin arasında yaşadığı deruni titremeyi, terk etmek zorunda kalan her insanın yaşayacağı türden dramı, ustaca dile getirir. Selçuklu'dan Osmanlı'ya değişimin muaşeretten üslûba, insan ve zevke kadar uzanışına ve derinliğine dikkat çeker. Değişimin izlerini en çok İstanbul üzerinden anlatır:

"XV. asır başlarında, Anadoluhisarı'nda oturan dedelerimiz, İstanbul'a sadece fethedilecek bir ülke gibi bakıyorlardı. Buna mukabil fetihden sonrakiler için İstanbul bütün imparatorluğun ve Müslüman dünyasının gururu idi. Tanzimatçılar, İstanbul'a büsbütün başka bir gözle baktı. Onlar, bu şehirde, iki medeniyeti birleştirerek, elde edilecek yeni bir terkinin potasını görüyordu. Bizim nesil için İstanbul, kendi ruh haletlerimize göre seçtiğimiz mazi hatıralarının, hasretlerin aydınlığıdır." Bugün (2011) Yahya Kemal'in (1884-1958), düşleri bile bizim çok uzağımızda kalmış. Şimdi payitahtın, "alışverişin,

modanın, ekonominin, dış ticaretin, sağlık turizminin, promosyonun, bilişimin, medeniyetlerin başkenti olması için büyük bir heyecan duyuyor ve böyle olması için de yoğun çaba gösteriyoruz. Başka türlü düşünmemiz de nerdeyse imkânsız. Yetmiş milyon nüfusun bugününü ve yarınını kurtarmanın başka bir yolu da zaten kalmadı.

Değişim ve dönüşümlere, yine kentler üzerinden, bu sefer de Amerika örneğinden bakarsak, "Amerikan ruhunun odak noktasında farklı şehirler durmuşlardır. Söz gelimi on sekizinci yüzyılın sonundaki Boston, dünyanın her tarafında yankı yapan bir patlamayı tutuşturan politik radikalizmin merkezidi. Virginialılar dahil olmak üzere bütün Amerikalılar yürekten Bostoncu kesilmişlerdi. On dokuzuncu yüzyılın ortasında New York, dünyanın her köşesinden kovulan lanetlilerin Ellis Adası'na gelip tuhaf dillerini ve daha da tuhaf yaşam tarzlarını Amerika'ya yaymalarıyla Amerika'nın çeşitli ulusların kaynaştığı bir pota olması fikrinin sembolü haline gelmişti. Yirminci yüzyılın başlarında, Amerika'nın sanayi alanındaki enerjikliğiyle dinamizmini, Chicago sembolize etmeye başladı. Bugünün sembolü de otomatik büfeyle bir kabare kızının on iki metre yüksekliğinde, kartondan dev bir resmi olan Nevada'daki Las Vegas şehrine, ulusal karakter ve özlemlerimizin bir metaforu gözüyle bakmalıyız.



Zira Las Vegas,tamamen eğlence fikrine adanmış bir şehirdir ve bu niteliğiyle her türlü kamusal söylemin, giderek eğlence biçimine bürünen bir kültürün ruhunu yansıtmaktadır. Diyeceğim o ki biz, bugün için, ölesiye eğlenme noktasına gelmiş bir topluluğuz”.

Yaşanan gelişmeler gösteriyor ki, Doğu -Batı ayrımı yapmadan bütün bir yeryüzünü kuşatan bir süreçten söz ediyoruz. Aslında, dünyada çok önemli bir dönüşümün yaşanmakta olduğu konusunda yaygın bir görüş birliği var. Ama bu dönüşümün nasıl adlandırılması gerektiği ve insanlar üzerinde ne tür yansımaları olduğu konusunda, görüş birliği yoktur. Geçen zamanın, etkisini en çok insanlar üzerinde gösterdiği de tartışılmaz bir gerçek olarak karşımızda duruyor. Kentlerdeki anlam kaymaları ve dönüşümler, aslında, insanlardaki değişimin somutlaşmış görüntülerinden başka bir şey değildir. Bu durum,“Ekonomik ve toplumsal yapı da ortaya çıkan her köklü değişim, insanların düşünme, hissetme, eylemde bulunma biçimini etkiler ve yeni kişilik tiplerini ortaya çıkarır.” sosyolojik yasasının somut kanıtıdır. Özellikle son iki yüzyıldır, geleneksel değerlerimizde başlayan değişim, sayısız araştırmanın konusu yapılmıştır. Toplumsal dönüşümü tüketim kültürü üzerinden okumaya çalışan yazarımız, tüketimde Batılılaşma taleplerini üç irade kaynağına bağlar: “ Birincisi, yönetimden hareketle merkez iradeden; ikincisi, çevresel ya da toplumsal iradeden; üçüncüsü ise uluslararası gücü temsil eden küresel iradeden gelmektedir. Türk tüketim kültüründe zaman zaman ortaya çıkan çatışma ve uyumsuzlukların ya da uyumun ve huzurun sağlanmasında da bu irade kaynakları belirleyici olmuştur. Osmanlıdan 1950'lere kadar Batılılaşma ve tüketim olgusu daha fazla siyasal ağırlıklı bir karakter sunar. Değişim-tüketim talebi sadece belli kentlerde ve belli sınıflarla sınırlı kalmıştır”.

Mevlana bir dizesinde,“Tuttun beni, kurdun bana yüzlerce tuzak” diyor. Gelişmelerin seyri, ortada bir tuzağın varlığından söz etmeyi bile güçleştiriyor. Yine bir yasa olarak,“Her üretim ve yaşama biçimi güncel zorunluluk ve imkânlarca belirlenir ve o güne dek geliştirilmiş olanların üstünde temellenir.” sözü kabul edilirse, geldiğimiz noktanın, bir “durma sınırı” olmayacağını ön görmek zor olmaz. Bu değişim ve dönüşümle ilgili olarak özel önem taşıyan üç ana etken şöyle sıralanır : Birinci etken, pazar ekonomisinin, günümüzün kültür kapitalizmine dek gelişimidir. İkinci etken teknolojik ilerlemedir; dijitalleşme ve medyadaki teknolojik yeniliklerin yol açtığı ve açmaya devam ettiği köklü değişimlerin “ toplumsal yaşam pratiği” üzerindeki etkileridir. Üçüncüsü de telkinin gücü ve insanın telkin edilebilirliğidir.

Burada stratejik çıkarımlardan biri olarak, “Kapitalizmin ve teknolojinin dur durak bilmeksizin gelişmeye ayarlı olmasına ek olarak, insanın doğası ve biçimlendirilebilirliği-telkin edilebilirliği konusunda elde edilen bulguların da kapitalizmin ve teknolojinin hizmetine sunulmuş olmasını, gösterebiliriz:

Bugün, hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen filmlerin hareketli görüntüsü aslında, fotoğraf makinesinde, her deklanşöre basışta film karesine bir görüntü kaydedilmesi yerine, film kamerasında akan film üzerinde saniyede 'yirmi dört görüntü karesi' kaydedilmesi ve bunun aynı hızda perdeye yansıtılmasından öte bir şey değildir. Çünkü gözümüz arka arkaya gelen karelerdeki küçük farkları algılayamaz, devamlı ve hareketli bir görüntü olarak görür.

İnsanlığın ayrılmaz parçası halen gelen saat, anadan an'a geçiş fikrini ve duygusunu ortaya çıkarmış; böylelikle ölçülebilir, art arda anlar dizisinden oluşan bağımsız dünya inancını beslemiştir. Sonuçta insan, saniyeler ve dakikalardan oluşan bir dünyada,

tabiatın otoritesi sarsılıp geri plana düşerken, güneş ve mevsimlere saygı gösterme alışkanlığını yitirdi. Yazı, algıda bir devrim gerçekleştirmiştir; bu yolla insan, ağzından çıkan sözleri işitmekle kalmamış, bir de görmeye başlamıştır. Yazının büyüleyici dünyasından şimdi de elektroniğin büyüdüğü dünyasıyla değişim sürüyor. Gözlüğün bulunması(12.yy.), hem bedenlerimizin hem de zihinlerimizin geliştirilebileceği düşüncesine yol açarak, insanın anatomisinin kader olduğu inancını çürüttü. Mikroskop, o zamana kadar görülemeyen bir dünyayı gözler önüne sererek zihnin yapısıyla ilgili çeşitli olasılıklar üzerine kafa yorulmasına da yol açtı; örneğin, psikanaliz, eğer şeyler görüldüğü gibi değilse, görünmez olan görünür olanı denetliyorsa, o zaman alt benler, egolar, süper egolar da görünmeyen bir yerlerde pusuda beklediğinden söz eder oldu.

Beyin -zihin ile teknolojik araçlar (bilgisayar, TV, radyo vb) ve bunların işlevi arasındaki bağ, "teknoloji- medya- insan" ilişkisinin anlaşılmasında hayati bir önem taşır. Teknolojik araçlar, kendilerine özgü dil, kodlama yollarını geliştirip toplumsal hayatta yerini aldığı anda medya olmayı da gerçekleştirdi. Bana göre insanlığın vardığı yerdeki; "her şeye bir fiyat biçilmesi, insani ilişkiler yerine net kârın konması, şiddet ve yüksek suç oranı, parçalanmış aile bağları, maddi açıdan zenginleşmeyi ahlaki sorumlulukların önüne koyarak insanlığın binlerce yılda



oluşturduğu değerlerin ve bağların yok edilmesi gibi süreçleri şimdi anlamaya daha yakınız;

Öncelikle bizi insan kılan biyolojik araçlarımızın (beyin vb.) ve zihinselliğimizin salt bir mekân olmadığını biliyoruz; bunlar artık, "bir satranç tahtası, kürsü, akademisyen masası, hâkimin koltuğu, şoförün direksiyonu, stüdyo, futbol sahası, zekânın bulunduğu yerler arasındadır." Bu liste uzatılıp medya araçlarında yaşanan ve insanın tanık olduğu her şeyin, ekranlara, oradan yansıyan ışınların beyin tarafından görüntü- eylem olarak, yeniden kur-

gulandığı/yaşantıya dönüştürüldüğü gerçeğine, daha çok dikkatimizi vermeliyiz. Örneğin, televizyonlarda, her yarım saatte bir bağlamı ve duygu dokusuyla önceki ve sonraki programdan ayrılan bir yayın akışı izlenir. İzleyicilerin kafalarının estiği gibi hareket edeceği ön görülerek, programlar her sekiz dakikalık bölümün başlı başına bir

bölüm gibi durabileceği şekilde tasarlanır.

En masum görünen televizyon haberleri, içeriğinden bağımsız olarak, bağsamsız, parça parça, sonuçsuz, değer yüklü olmayan ve dolayısıyla ciddi öz taşımayan bir eğlence programından çok da farklı değildir. Örneğin, Irak'a yapılan bir saldırı haberinin ardından, bir magazin haberi, bir reklâm kuşağı girebilir. Dolayısıyla gündelik hayatta bir insanın birbiri ardına asla söz etmeyeceği konular TV ekranlarında doğal bir şeymiş gibi bir arada verilir.

Bu tarz meşrulaştırmanın en büyük zararı insanların yorumlama ve eyleme geçme sürecine verir. Çünkü tutarlılık ve süreklilikten yoksun program akışı, bir haber ya da mesajın etkisini silmekle kalmaz, büyük ölçüde bayatlatır. Bu durum, insanları, pasif izleyiciler konumuna ittiği gibi, sağduyulu bir tepkiye gereksinim olmadığını kabule zorlayan yeni bilinç biçiminin, dışarıdan gözlemlenemeyecek şekilde, gelişmesine yol açar. Bu aşamada insan doğası ve davranışı konusunda bizim için aydınlatıcı, yol gösterici kavramları bulabileceğimiz bir düşünür var: Piaget.

Piaget'ye göre zekâ, çevreye uyum sağlama yeteneğidir. Uyum sağlamayı, sorunlarla başa çıkabilme olarak görmek de mümkündür. Çünkü insan, çevresine uyum sağlarken, aynı zamanda onunla başa çıkmaktadır. Bunu yaparken de “şema” denen düzenlenmiş düşünce ve davranış kalıpları geliştirir. Şema, gözle görünmeyen en temel zihinsel yapıdır. Bireyler bu şemalardan yararlanarak kendisini ve yaşadığı dünyayı anlamlandırır, uyum sağlar ve şekillendirir. Şemalar, bireyin gelişimine bağlı olarak değişir ve yeniden organize edilir. Başka bir söyleyişle, insanoğlu karşılaştığı olayları birbirleriyle tutarlı bütünler haline getirmeye çalışır. Bu durum düşünüre göre insanların doğuştan getirdikleri, “Örgütlenme ve uyum sağlama” gibi iki temel eğilimin sonucudur. Ki insan, bu yolla “dengeli ve başarılı” bir hayat sürebilir. Bu nokta gerçekte, her insanın geleceğinin belirleneceği kavşak noktasıdır: “İnsanoğlu, tarihin hiçbir döneminde, bugün olduğu gibi, çocukluğundan itibaren, sayısız uyarıcı ve mesaja maruz kalmamıştır. Cengiz Aytmatov'un “Onda yüzyıllar bir araya gelir, çağlar arasındaki yaşam ilişkileri birleşir.” diyerek kitaplar üzerinden tarif ettiği buluşmayı; medya üzerinden düşündü-

ğümüzde, bir araya getirilen hayatları, kurguları, dünyanın her yanına uzatılmış ağları, filmleri, dizileri, program çeşitlerini, sayısız medya araçlarının etki alanındaki insanın, tutarlı şemalar geliştirmesi, dengeli bir kimlik ve hayat inşa etmesi ve sürdürmesi kolay değildir.

A. Huxley, modern dünyanın geleceğine ilişkin öngörülerini en çok tartışılan yazarlardan biridir. 1932'de yazdığı ‘Cesur Yeni Dünya’ romanında “bütünüyle organize edilmiş bir toplumda, bilimsel kast sistemi, yöntemli şartlandırmayla özgür iradenin devre dışı bırakılması, gönüllü kölelik” üzerine fikirler geliştirir. Onun endişesini, “Aklın ruhu, gerçekdışının tam da bedeni haline gelebilir.” cümlesi özetleyebilir; Bu söz, gelişmelerin varacağı sonucu çarpıcı biçimde dile getirir. Cümle tam da medyanın gücünü tanımlamak için söylenmiş gibidir. Medya, her şeyden daha çok anlam, anlamlandırma, meşrulaştırma, şeyleştirme, katı ayrımların-kalıpların oluşturulup pekiştirilmesinde, insanların kendilerini ve çevrelerindeki dünyayı algulamalarında kilit rol oynar ve yakın gelecekte de bu rolünden vazgeçecekmiş gibi görünmüyor.

Aldous Huxley ileri teknoloji çağında ruhsal tahribatların, siması kuşkuculuğu ve nefreti yansıtan birinden ziyade güler yüzlü düşmandan kaynaklandığını ileri sürer. Büyük birader bizi kendi isteğiyle gözetlemez biz onu kendimiz izleriz. Yazara göre gardiyanlara, kapılara ya da “hakikat bakanlıkları”na gerek yoktur. Bir halk saçma sapan şeylerle eğlendiği, kültürel yaşamın aralıksız eğlence turları şeklinde yeniden tanımlandığı, ciddi kamusal konuşmalar bebeklerin çıkardığı seslere benzediği ve kısacası halkın kendisi bir izleyici kitlesine döndüğü zaman, artık ulus riskle yüz yüze gelmiş demektir. Huxley'in kehanetleri şimdilerde fiili bir gerçeklik kazanmaktadır.

Bizi bekleyen en büyük zorluklardan biri, insanların “büyük biraderi” gönüllü olarak izledikleri bir süreçte, duyabileceğimiz hiçbir acı çılgılığının olmaması, en ciddi konuların kıkır kıkır gülmeler arasında kaynayıp gitmesi, dünyanın bir eğlenceler seline maruz kalmasıdır. Böyle bir durumda, kime, ne zaman, niçin ve hangi ses tonuyla şikâyetle bulanabiliriz? Kiminle güç birliğine gidebiliriz?

Bir başka zorluk, her teknolojinin kendine göre toplumsal değişim programıyla donanmış olduğunu fark edememek, teknolojinin tarafsız olduğunu, daima kültürün dostu olduğunu sanmaktır. Oysa görüntüleri ışık hızıyla iletilmesini sağlarsanız, bir “kültür devrimi”ni tek bir oya gereksinim duymadan, polemiksiz, herhangi bir direniş ile karşılaşmadan gerçekleştirmiş olursunuz. Mevlana, bugünü ilgilendiren soruyu sanki asırlar önce sormuş:

Gitsem, seni sanki kim korur, kim ısıtır?

Dostum, arkadaşım, çağır- gelen kim olacak?

Peki, ne yapacağız, gelişmelere teslim mi olacağız? Elbette hayır, “Nerede problem varsa orada çözüm vardır.” sözü insana tarih boyunca eşlik etmiştir, bugün de edecektir. İlk kendimizi makine düşmanı olarak konumlandırmamalıyız; teknolojinin hiçbir parçasından istesek de vazgeçemeyiz. Yürürlükte bulunan iletişim araçlarından köklü değişiklik yapılmasını beklemek de gerçekçi bir yaklaşım olamaz.

Bizim için medeniyetimizi yeni baştan öğrenmek, kişiliğimizi inşa etmede izleyeceğimiz yollardan biri olmalıdır. Geçmişimizi inşa edenler ve onları harekete geçiren ruhtan, zafer ve sevinçlerinden, bilim-sanat ve estetik deneyimlerinden, umutlarından, değer yargılarından, toplumsal örgütlenmelerinden mutlaka haberdar olmalıyız. Başka bir söyleyişle, en iyi fikirleri medeniyet değerlerimizle birlikte inşa edebiliriz; geçmiş ve gelecekle kurduğumuz bağın

bilincinde olmak, varlığımızı sürdürmenin temel koşullarından biridir. Ancak bundan, medeniyet değerlerimiz ve onların temsilcilerinin, bugün dizilerde yer aldığı biçimiyle, ahlak dışılığın “prototipi” olarak sergilenmesini anlamamalıyız.

Aslında tüm dünya, toplum mühendisliği üzerinden bir gelecek inşa etmenin mümkün olmadığını ağır bedeller ödeyerek öğrendi. Birinci Dünya Savaşı, İkinci Dünya Savaşı, sosyalizmin ve Amerikan imparatorluğunun çöküşü; bizde, tek parti zihniyetinin ve uygulamalarının iflası, İspanyada faşizmin çöküşü... Örnekler çoğaltılabilir. Geldiğimiz noktada, sürdürülebilir bir ekonominin, yaşanabilir bir demokrasi ve dünyanın temel koşulunun sivil toplum olduğu kabul edilmiştir. Sivil toplumdan da “şirketler, eğitim kuruluşları, gönüllü birlikler, medya, sendika, çeşitli yardım amaçlı örgütlenmeler, camiler, dergâhlar, cemevleri gibi yapı ve birlik-teliklerin karmaşık bileşimini anlamalıyız. Neden sivil toplum örgütleri? Çünkü sivil toplum, kendine özgü değerleri ve bilgileri kuşaklar boyunca birbirine aktarmasını bilmiştir. Devlet politikaları böylesi süreçler ancak dolaylı yönden katkıda bulunabildiği de geçen zaman içinde görülmüştür.

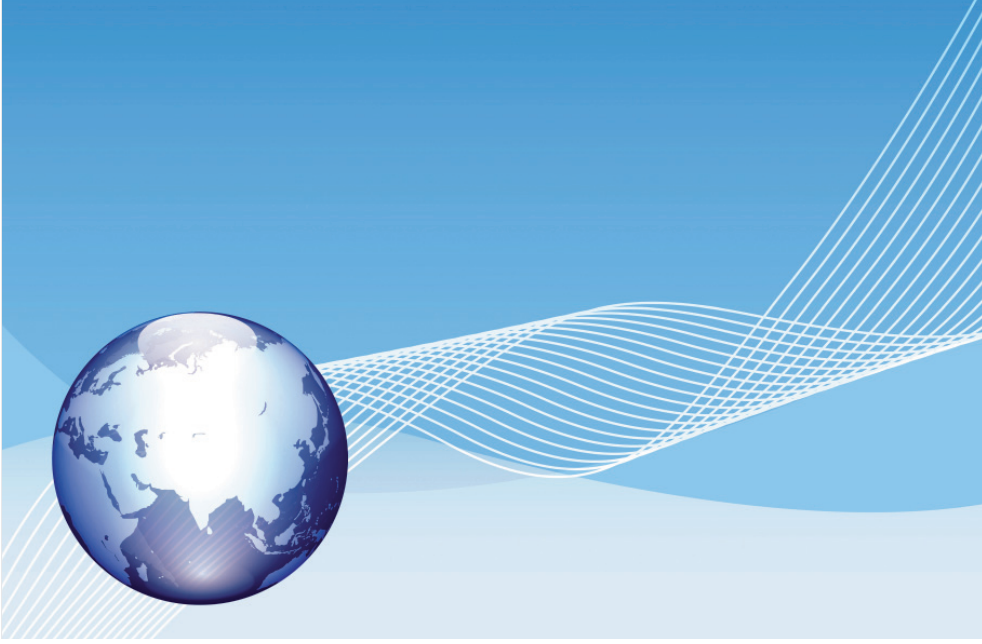
Sonuç olarak bizi, biz olmaktan alıkoymaya, varoluşumuzun anlamından bizi yoksun bırakmaya çalışan egemen güçlere karşı adaletsiz bir savaş içine itildiğimizin farkında olmalıyız. Bu gerçeğe rağmen geleceği etkileyebileceğimize dair inancımız diri tutarak yolumuza devam etmeliyiz. Artık modernizmin sorumsuz yürüyüşüne başkaldıran aydınlar ve sivil toplum örgütleri dünyanın her tarafında hızla çoğalıyor. Teknolojinin, özellikle medyanın, sağlıklı birey ve toplumun inşasında oynayabileceği olumlu rollerin ilk örneklerini de görmeye başladık. Geleceğe umutla bakmak için şimdi daha çok nedenimiz var.



**Prof. Dr. Naci BOSTANCI**

Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

## KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ MUHAYYEL DÜNYASI, İMAJLAR VE SİYASET



Althusser ideolojiyi tanımlarken, maddi hayat şartlarıyla hayali ilişkilerin temsili diyerek iki alana vurgu yapar. Bunlardan birincisi insanın üzerinde yer aldığı maddi şartlar, diğeri ise hayali ilişkiler evrenidir. Eskiden beri insanoğlu, sadece içinde bulunduğu gerçek, birebir yüzleştiği, somut dünyadan ibaret bir "mekân" da yaşamaz, buna sıçramalar halinde ileri giden ya da geriye düşen bir zaman ve ona kayıtlı hayali unsurlar, kurmacalar, fanteziler eşlik ederler. Zen Budistlerin bir bilgelik biçimi olarak insanoğlunu yaşadığı ana çekme çabaları, bu sıçramalar sebebiyle zamanı ve mekânı kesiştiremeyen insana karşı bir eleştiriyi de içinde taşır. Aynı dikkat ve ikaz İslami tasavvuf çevrelerince de ifade edilmiştir. Mevlana'nın "Dün bir düş idi yarın ise bir hayal, dem bu demdir dem bu dem" sözleri iyi bilinir. Keza, "Gafil halk yarın diye bir şeyden bah-

seder, bilmez ki yarın hiçbir zaman gelmeyecektir," sözleri de yine tasavvuf dünyasının insan gerçekliğinin zamanla ilişkisine incelikli bir eleştiri olarak yerini almıştır.

Son iki yüz yıla damgasını vuran modernleşme süreçleri, insanın zamanla ilişkisini de dönüştürmüş, ona hız boyutunu ekleyerek adeta yeni bir zaman/mekân algısı doğurmuştur. Geleneksel dünyada hayatın neredeyse ritüelistik diyebileceğimiz tekrarlarına dayalı üretim ve yaşama biçimleriyle modernliğin tehlike, risk, fırsat ve belirsizlik olarak insanın önüne koyduğu hayat tarzı, hem gerçekliği hem de hayali ilişkiler dünyasını değiştirmiştir. Tarım ve hayvancılığa dayalı üretim ve yaşama biçimi, mevsimler üzerinden zamana kayıtlı bir tekrarlar dizgesidir. Sınırlı teknoloji, bedeni gücün kullanımı, zamanla ilişkiyi geniş bir şekilde sürdürme şartla-

rı, hayal gücüne ilham sağlayacak imajların azlığı insanları dünyanın somut ilişkilerine daha gömülü hale getirir. Oysa modern hayat biçiminde emek ve dolayısıyla insanın kendini gerçekleştirme biçimi kol emeğinden kafa emeğine dönüşmüş, zihni süreçler asli fail haline gelmiş, zaman daha hızla akmaya başlamış, nihayet renkliliği ve çeşitliliği ile hayata ait sayısız gerçeklik ve imaj insan zihninde kendisine son derece canlı bir alan bulmuştur. Sadece edebi eserleri takip ederek dahi bu dönüşümü görebilmek mümkündür.

Milattan öncesine dayanan Gilgamiş destanında, ya da dokuzuncu yüzyıla kadar indirilen Dede Korkut anlatılarında olup bitenlerin daha somut bir ifade biçimi vardır. Ancak Goethe, Balzac, Musil, Joyce, Tanpınar gibi yazarların zamanına geldiğimizde anlatı biçimi de değişir, imajlar, göndermeler, dolaylımlar gerçeklikle zihnimizin arasına girer, onu zengin bir algı bağlamına taşır. Yazıya dayalı anlatımın insan zihninde yüksek düzeyde bir soyutlama oluşturduğu, bunun muhakemeye ve “şeyler” arasındaki ilişkileri anlamaya derin bir katkı sağladığı ortadadır. Özellikle son yüzyılın içinde insan zihnindeki imajların geçmişle mukayese edilemeyecek ölçüde arttığını söylersek haksızlık etmiş olmayız. Bunda en

büyük pay elbette kitle iletişim araçlarına aittir. Ancak kaynağında görmenin, televizyonun bulunduğu, hayali suretlerin zihindeki karşılıkları biçiminde beliren “imge”lerle yazılı olanın soyut kategorileri arasında ciddi bir fark gözetmek gerekir. Birinciler

sadece imajlar, ikinciler ise muhakemeye esas teşkil eden soyutlamalardır. Bu yüzden insanın görüntüler üzerinden oluşmuş canlı hayal dünyası, onun geçmiş klasiklerden gerektiği gibi tat almasına da mani olur. Çünkü klasik dönem edebi eserlerindeki bol bol tasvirlerle dayalı dilin modern insan nezdinde heyecan verici bir karşılığı yoktur. Aksine bu dil bir yükür, çünkü zaten insanın zihninde orada dile getirilenlerden çok daha fazla esinleyici imge vardır.

Gerçekliğe ya da kurmacaya ait, ancak sonuçta yaşadığımız bu dünyanın dönüştürülmüş suretleri olarak anlaşılacak muhayyel evren, bize kendimiz, toplum, siyaset, güçler ilişkisi üzerine toplam bir bakış açısı sunar. Bunun hayat bulduğu zeminin yine üzerinde yer alınan maddi şartlardan teşekkül ettiğini söylemeye gerek bile yoktur.

Bu durumu bir örnekle açıklayacak olursak; sınıfta öğrencilere alt, orta, üst sınıflardan hangisine ait olduklarını sorduğumda, çok büyük çoğunluğunun kendilerini orta sınıf olarak takdim ettiklerini

Özellikle son yüzyılın içinde insan zihnindeki imajların geçmişle mukayese edilemeyecek ölçüde arttığını söylersek haksızlık etmiş olmayız. Bunda en büyük pay elbette kitle iletişim araçlarına aittir. Ancak kaynağında görmenin, televizyonun bulunduğu, hayali suretlerin zihindeki karşılıkları biçiminde beliren “imge”lerle yazılı olanın soyut kategorileri arasında ciddi bir fark gözetmek gerekir. Birinciler sadece imajlar, ikinciler ise muhakemeye esas teşkil eden soyutlamalardır. Bu yüzden insanın görüntüler üzerinden oluşmuş canlı hayal dünyası, onun geçmiş klasiklerden gerektiği gibi tat almasına da mani olur.

gördüm. Acaba orta sınıfa ait somut şartları taşıdıkları için mi böyle düşünüyorlardı yoksa kendilerini öyle mi görmek istiyorlardı? Orta sınıfın sosyolojik olarak her türlü ihtiyacını karşılayacak harcamaları yaptıktan sonra tasarruf da edebilen bir sınıf olduğunu belirtip, yeniden bu şartlara uyan kaç kişi bulunduğunu sorduğumda, bu defa çok az sayıda elin havaya kalktığını gördüm. Onların şartları değişmişti, sadece şartlarını görme biçimleri değişmişti. Sahip oldukları bir bilgi üzerinden kendilerine baktıklarında bu defa “aynı şartlar” a ilişkin başka bir sonuca varmışlardı.

Kitle iletişim araçları, dilleri, görüntüleri, müzikleri, kameranın, fotoğrafların kullanımı ile izleyicilerine, okuyucularına gerçekliği dönüştürerek sunarlar. Bu dönüştürmenin ardında elbette sermayenin, profesyonellerin mutfak işçiliği, görme biçimleri vardır. Onlar, hayata ilişkin okumalarını ve “gerçekliği” anlatma biçimlerini kitle iletişim araçlarının teknik imkânlarıyla bütünleyerek “ikna edici bir tarzda” kitlelere iletmeye çalışırlar. Sonuçta her tür kitle iletişim aracı, “ötelere” yüz yüze iletişimimizin olmadığı yerlerden, belli bir seçme ve kompozisyonla olup bitenleri aktaran araçlardır. Bu dolaylılık, dolayımı sağlayan araçlara ideolojik bir nitelik kazandırır. İdeolojinin en temel anlamıyla bir görme ve gerçekliği anlamlı bir dizge ile düzenleme işi olduğunu not ettiğimizde, kitle iletişim aracının rolü de açığa çıkar. Aslında bu konuyu şöyle de düşünmek mümkündür: İnsan bire bir gözlediği, iletişimde bulunduğu, yüz yüze olduğu “gerçeklik

İnsan bire bir gözlediği, iletişimde bulunduğu, yüz yüze olduğu “gerçeklik dünyası” ile de bağlarını bir seçicilik, abartıcılık, altını çizme ya da önemsememe şeklindeki okumalarla teşekkül ettirir. Bizatihi insanın kendisi, dolayimsız ilişkide aynı genetik kodda yer alan bu işi yapar. Kitle iletişim araçlarının rolü ise, gerçekliğin ölçeklerini dönüştürme işini bir dolayım üzerinden sağlarken ona kendi karakterini taşımasıdır.

dünyası” ile de bağlarını bir seçicilik, abartıcılık, altını çizme ya da önemsememe şeklindeki okumalarla teşekkül ettirir. Bizatihi insanın kendisi, dolayimsız ilişkide aynı genetik kodda yer alan bu işi yapar. KİA’nın rolü ise, gerçekliğin ölçeklerini dönüştürme işini bir dolayım üzerinden sağlarken ona kendi karakterini taşımasıdır.

Şunu biliriz: görme eylemi sadece göze ilişkin değildir. Görmeye eşlik eden müktesebat, bilgi, esinleyici unsurlar hepsi, neyin nasıl görüleceği üzerinde etkili olurlar. Manavın kasasındaki limonu limon ağaçları olan bir çiftçinin görme biçimiyle hayatında hiç limon görmemiş bir başka insanın görme biçimi aynı değildir. Limon orada, aynı, kesin gerçekliği ile durmaktadır fakat buradaki bilişsel fark, görmeye de bir fark olarak yansır. Kamera, gazete sayfası, kitap, afiş, gibi KİA unsurları da arkasındaki ekonomik politik kadar söylemine yerleştirilmiş normlarla birlikte bir bilişsel harita üzerinden olup biteni insanoğluna takdim eder. Bu bize şunu söyler: insanların “şeyleri” aynı şekilde görebilmeleri için “şeylerin” aynı olması yetmez, insanların da aynı olması gerekir. Görülen ve gören arasındaki ilişkide anlamı tayin eden sadece görülen değildir, aynı zamanda görendir. KİA ise bir görme biçimidir; kendine has bir bilişsel haritası vardır. Bu, bir yanıyla medya teknolojisine içkindir, diğer yanıyla ise arkasındaki müktesebatla bağlantılıdır.

Neyi, nasıl görüyoruz? Sorusu siyasi ilişkilerin sürdürülmesi, süreçlerin anlamının çözülmesi-

si bakımından hayatidir. Sadece kendi “görüşüne” göre davranan tüccar, siyasi aktör, akademisyen, başkalarının görme biçimlerini ihmal etmenin bedelini, mesajlarını istediği şekilde iletememekle öder. Bazen hedef kitlenin görme ve akletme biçimi “bizimkiyle” derin bir çelişki oluşturabilir. Burada anlama ilişkin olarak değil fakat mesajın iletimine ilişkin stratejik unsur, hedef kitlenin görme biçimidir. Onlar hangi mesajlara karşı nasıl bir duyarlılık sergilemektedirler, seçici algıları nasıl çalışmaktadır, bunlar önemlidir.

### Siyaset ve İmaj

Moderniteyle birlikte imaj dünyası gelişen, gövdesiyle bu dünyanın kafasıyla ise muhayyel bir dünyanın içinde yaşamaya başlayan insan, siyasal mesajlarla ilişkisi bakımından da değişime uğramıştır. Artık siyasal mesajların “gerçeklikle ilişkili olmaları” yetmez, aynı zamanda esinleyici, ayartıcı, baştan çıkartıcı olması gerekir. Siyasetin ekseni didaktik bir anlatımdan ilham verici, etkileyici bir eksene kaymıştır. Bu yüzden modern dünya içindeki siyaset üzerine düşünen John Keane, artık siyasetin “İmaj yaratma ve olgular ne olursa olsun insanları bu imajlara inandırma sanatı,” olduğunu söylemektedir. Keane'nin biraz sert bir şekilde tanımladığı bu yeni durum, içinde iki potansiyel taşımaktadır. Bunlardan birincisi, siyasal süreçte başarılı olmak için imaj yaratma faaliyetlerine başat bir rol vermek, ikincisi ise, böyle yapıldığında siyasetin kendisinden beklenen toplumsal talepleri siyasi düzeye taşıma, tercieme arasındaki illiyet bağına “imaj mühendisliği” üzerinden çarpıtmak, böylelikle yapmak yerine “yapıyormuş gibi yapmak” durumudur. Bu iki etkinin birbirine zıt yönde sonuç doğurduğu ortadadır. Birincisi siyasal başarı için imajları gerektirmekte, ikincisi ise bu şekilde elde edilmiş başarının sürekli olmasına engel oluşturmaktadır. Ne yazık ki siyasal süreçleri belirleme bakımından ilkesel olanın şansı yok gibi gözükmektedir. Burada tek başına siyaset yerine diğer alanlardaki elitlerin, nihayet entelektüellerin rol alması, eleştirel düşünceye hayat vermesi, halkın siyasal düzeyi belirleme kapasitesine ilkeler



Moderniteyle birlikte imaj dünyası gelişen, gövdesiyle bu dünyanın kafasıyla ise muhayyel bir dünyanın içinde yaşamaya başlayan insan, siyasal mesajlarla ilişkisi bakımından da değişime uğramıştır. Artık siyasal mesajların “gerçeklikle ilişkili olmaları” yetmez, aynı zamanda esinleyici, ayartıcı, baştan çıkartıcı olması gerekir. Siyasetin ekseni didaktik bir anlatımdan ilham verici, etkileyici bir eksene kaymıştır. Bu yüzden modern dünya içindeki siyaset üzerine düşünen John Keane, artık siyasetin “İmaj yaratma ve olgular ne olursa olsun insanları bu imajlara inandırma sanatı,” olduğunu söylemektedir.



istikametinde güç kazandırması önemlidir. Bunlar yapılamaz ise, tıpkı televizyon dizilerinde olduğu gibi “sığ çoğunluğun tiranlığı” şeklinde adlandırılabilir. Bir eğilimin çarpıtıcı sonuçları siyasal ve toplumsal düzlemde büyük tahribatlar doğurabilmektedir.

Öte yandan siyasal alanda rol alan elitlerin, genellikle imaj, problemle çözüm arasındaki ilişkiyi esas alan, KİA'nın potansiyelini bu esas üzerinde kullanan bir eğilim oluşturmaları önemlidir. Esasen bu tarz bir yaklaşım, orta ve uzun vadede ilgili siyasi çevrelere güç, süreklilik ve istikrar kazandıracak bir tutumdur. Aksi halde imajla gelen, imajla başta kalamaz, gücünü sürdüremez. Muhayyel dünyaya ait olup bitenlerin nihayetinde gerçek dünyada beklentileri karşılayan sonuçlarının olması gerekir. Siyasetin bunu başarabilmesi ise muhakkak yukarıda ifade ettiğimiz bağlara dikkat etmesiyle mümkündür.

Keane'nin dediği gibi imajlar nasıl oluşturuluyor? İmajla gerçeklik arasındaki mesafe üzerine ne söyleyebiliriz? Bu sorulara cevap arayabilmek için birkaç örneğe bakmamız gerekir.

Thomas Meyer Alt başlığında “Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir” olan “Medya Demokrasisi” kitabında imaja ilişkin olanla gerçek arasındaki farkı ilginç örneklerle açıklar:

“Willy Brandt, Varşova Gettosu Anıtı önünde diz çöktüğünde ya da Ronald Reagan, Kuzey Kore sını-

rında amaca uygun düzenlenmiş bir siperin önünde bir önder gibi durduğunda, rol yapıyorlardı ve belli bir tutumu ya da olayları yorumlama tarzını halka öneriyorlardı. Bu tür şeyler çoğunlukla bozulup içi boş, sahte siyasete ya da salt inandırma siyasetine dönüşür. Örneğin Başkan Reagan tantanalı bir biçimde okulları ziyaret ederken, aynı zamanda yönetimi okul bütçesini kısmakla meşguldü. Bu simgesel

inandırma siyaseti, tüm o jestlere rağmen siyasetin gerçek dünyasında fiilen gerçekleşmeyen bir olayı gerçekmiş gibi gösterir.” (Meyer; s.51)

Yine Meyer'den bir örnekle devam edelim. Amerikan demokrasisini incelediği bölümde, Medya demokrasisinde iktidar kimin elinde diye Soran Meyer bunu birkaç madde olarak açıklar. Maddelerden birisi şöyledir:

“Bağlayıcı siyasal kararlar almak için ana olayların kıyısında köşesinde toplantılar yapılır, fakat medya bu toplantılarla ilgili genellikle fazla bir şey öğrenemez ve daha kamusal sahnelerden özenle uzak tutulurlar. Delegelerin ve kameraların menzili dışında

yan odalarda adayın arkadaşları büyük şirketlerden ve çıkar gruplarından gelen bağışları kabul ederler ve onların “dertlerine” kulak vermeye söz verirler. Parayı verenler ve alanlar, doğrudan bağlayıcı, ih-san karşılığı nakit alışverişi yapıldığını varsaymasalar da, paranın bir nedenden ötürü el değiştirdiğini herkes bilir. Her iki taraf verilenin siyasal değerini ve nasıl telafi edilebileceğini hesaplamaya çalışır,

Meyer'in söylediği, siyaset için asıl kritik olan alanların medya üzerinden kitlelerin bilgisine ulaşmadığı, onların “görmenin” dışında kaldığı hususunu teyit edecek çok sayıda örneğe ulaşmak mümkündür. Belki buradaki istisna, demokrasilerde farklı kamplarda konumlanmış medya organlarının, yine “hak ve hakikat” adına olmaktan çok güç ve çıkar adına rakiplerine yönelik eleştirilerde bu mahrem alanlara inmeleri, oradaki rakiplerini zor duruma düşürecek bilgileri kamuoyuna aktarmalarıdır.

tüm işlemin dillendirilmeyen öncülü budur. Bağışta bulunanlar siyasal aktörlerin güç edinmelerine yardım etmenin karşılığında çıkarlarının kollanmasını güvenceye alırlar. Seçim kampanyasının büyüdü dağıldıktan sonra gerçekte yapılacakların çoğu burada, medya sahnesinin arkasında gerçekleştirilen bu küçük alışverişlerin seyri içinde kararlaştırılır.” (Meyer; s.124)

Meyer’in söylediği, siyaset için asıl kritik olan alanların medya üzerinden kitlelerin bilgisine ulaşmadığı, onların “görmenin” dışında kaldığı hususunu teyit edecek çok sayıda örneğe ulaşmak mümkündür. Belki buradaki istisna, demokrasilerde farklı kamplarda konumlanmış medya organlarının, yine “hak ve hakikat” adına olmaktan çok güç ve çıkar adına rakiplerine yönelik eleştirilerde bu mahrem alanlara inmeleri, oradaki rakiplerini zor duruma düşürecek bilgileri kamuoyuna aktarmalarıdır. Nitekim Türkiye’deki medya organları arasında özellikle doksanlı yıllarda sert tartışmalar yaşandığında, siyasetle medya arasındaki mahrem ilişkilere dair de bir hayli bilgi kamuoyunun bilgisine sunulmuş, özellikle medyaya sağlanan destekler ile kurulmak istenilen gizli ittifaklar hakkında hayli söz edilmiştir.

Aslında siyasal alanda bir iktidar aracı olarak “imajlar”ın kullanılması yeni bir olay değildir. Tarih içinde her toplumda güç sahiplerinin kendilerini ötekilerden, yönetilenlerden ayıracak, farklı bir konuma yerleştirecek, onların nezdinde nüfuz edilemez bir yüceliğe taşıyacak çeşitli aksesuarları kullandıklarını, güçlerini bir haşmet perdesi ile tahkim ettiklerini biliyoruz. Roma imparatorları iktidarlarının büyüklüğünü, etkileyciliğini göstermek amacıyla taçlar, tahtlar, süslü kıyafetler kullanırlar, muhafız alayları, nihayet imparatorluğun geniş coğrafyasındaki egemenliğine işaret eden çeşitli “hediyelerden, sembollerden” oluşmuş bir arka plan oluştururlardı. Erişilemez güçlerine işaret eden bir kudretli dil, karşılıklı konuşmada protokoller bir tutum yine imparatorun imajını destekleyen unsurlar olarak ilişkilerin içindeydi.

Ortaçağ Avrupa’sının senyörleri, kralları, imparatorları güçlerinin altını çizen, onları konumları bakımından diğerlerinden ayıran sembollere başvururlardı. Yine Ortaçağ’da kilisenin dini ve siyasi iktidarı elinde tutan bir merkezi kurum haline gelmesi, papaların ve kardinallerin kılık kıyafetlerinden yaşadıkları mekânlara ve dillerine kadar hemen her yere nüfuz etmiş bir iktidar göstereni setiyle donatılmalarını doğurmuştur. Parlak kumaşlar, taçlar, süslü arabalar, Göklerin krallığının ihtişamının işareti sayılması gereken bir bağlam burada da ilişkilerin “dilini” oluşturmaktaydı. İlginç hususlardan birisi, Ortaçağ Avrupa’sında yoksul kasabaların dahi birbirleriyle rekabetlerinde kiliselerine yerleştirdikleri çanın kalitesine ve kullanılan madenin etkileyciliğine bel bağlamalarıdır.

Merkezi krallıklar kurulduğunda, iktidar sahipleri diğerlerinin üstündeki otoritelerini askerlerin, paranın, hukukun ötesinde giydikleri elbiseden yaşadıkları yerlere kadar her yere yayılan sembollerle desteklemişlerdi. 14. Loui’nin önde ve arkada değnekçiler, muhafızlar olmak kaydıyla tahtirevanıyla Paris sokaklarındaki ihtişamlı geçişleri kayıtlardadır. Muhakkak aynı gösteri diğer imparatorluklarda, Habsburg, Romanoflar ve Osmanoğulları’nda da mevcuttu. Boğaz’daki saraya ait kayığın haşmetiyle yarışabilecek başka kayıklar elbette olamazdı. Saraylar, rekabet edilemez sayıdaki atların çektiği arabalar, alaylar, etraftaki telaş ve koşuşturma, her şey iktidarı tebci eden anlamlı bir bütün oluşturmaktadır. Dikkat edilirse, modern zamanlarda Weber’in ifade ettiği tarzda yasal-ussal otoritelerin ortaya çıktığı demokratik toplumlarda bile, primus inter pares olarak adlandırılan yöneticiler, siyasal programların ve mücadelelerin kendileri üzerinden yürüdüğü liderler dahi maddi görünümleri, çevreleriyle ilişkileri, dilleri itibariyle güçlü bir profil çizmeye, etkili bir imaj oluşturmaya dikkat etmektedirler. Buradan güçlerini destekleyecek bir anlamın üretilmesi hayati derecede önem kazanmaktadır. Onları olağan halleri içinde görmek (eğer bir PR çalışması olarak planlanmadıysa) neredeyse imkânsızdır. Her zaman adeta aristokrasiden devşirilmiş bir konuşma ve bağ

kurma tarzı, güçlü liderlik ışıklarını çevreyle paylaşmalarını sağlayan kudret ve tevazuun tuhaf karma-sındaki tutumları, güvenlik ihtiyacının ötesinde bir alâyişe ve nümâyîşe dönüşen koruma düzenlemele-ri, her vakit onlar için ayrı ve çok hızlı bir zamanın yaşandığını anlatan koşuşturma ve telaş, bu manada hemen akla gelecek belli başlı unsurlardır.

Liderlerin, önderlerin güçlerini görsellikle somutlaştırıp başkalarıyla manevi düzeyde o güce dayalı bağları sürekli güncelleme arayışları gerçekte sadece onlar için önemli değildir. Esasen toplumsal ve siyasal alanda ilişkilerin teşekkülünde diyalektiğin oynadığı rol dikkate alındığında, karşıda olanların, muhatapların, halkın, o otoritenin altında yerlerini alanların da iktidarın böylesi bir görsellikle kendini görünür kılmasından şikâyetçi olmak bir yana memnuniyet duyduklarını, itaat etmek için gerekli moral iknayı oluşturmada buradan da destek aldıklarını söyleyebiliriz. Herkesin görüntü itibariyle birbirine benzediği, gücün kendini diğerlerinden somut olarak ayırmadığı bir bağlamda itaat için gerekli ayar-tıcı ve baştan çıkartıcı ortam sağlanmamış olacaktır. İktidarın, tıpkı cinsellik gibi bilinç dışıyla da derin ilişkisi ve Freud'un dediği gibi bu alanın istikrar-sızlığı, gücün görsellik üzerinden kendini var etme yollarını adeta zorunlu kılmaktadır. Gündelik hayat içinde bile kılık kıyafeti ile toplum içinde işgal ettiği hiyerarşik yeri arasında örtüşme olmayan insanlar başkalarının gözünde önce şaşkınlığa sonra kızgınlığa neden olurlar. Çünkü güçlerinin görünür tarafını saklamışlar, ilişkilerin "doğal hiyerarşisini" hatırlatmamışlar, karşıdakileri zor duruma düşürmüşlerdir. Padişahların, kralların tebdil kıyafet halkın arasına karışmaları elbette bir yanıyla tanınırlıklarının ortadan kaldırarak insanları izlemek, onları olağan halleri içinde görmek, iktidar hakkında gayri resmi görüşlerini öğrenmek içindir. Ancak kılık kıyafete, iktidar aksesuarlarına ilişkin bu saklama davranışı, bir yanıyla da halka, güçlü bir şekilde hiyerarşideki yerlerini almaya sevk eden çağrının bu etkileyici setlerini görünmez kılmak içindir. Nitekim tebdil kıyafet yapanlar, tam da dilde ifade edildiği gibi

"gerçekten halkın arasına karışmaya" çalışırlar. Onlardan biri gibi olmak, sıradanlaşmak, altı çizilecek her tür güç görünümünden kendilerini soyutlamak isterler.

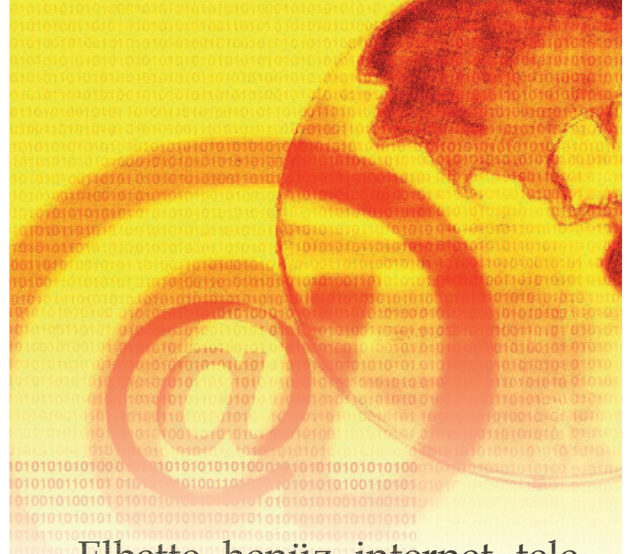
Tüm bu örnekler bize şunu gösterir: öteden beri güç ilişkilerinde kudret sahiplerinin imajlarına yönelik dikkatleri, kitle iletişim araçlarının imkânları üzerinden yeni bir evreye ulaşmıştır. Dün bu manada "her tür yardımcı unsuru" iktidarın halesine eklemek isteyen "siyasal akıl" bugün yine "her tür" kapasitenin kullanımı peşindedir. Burada sınırı çizecek olan güç gösterisinin kendi üstüne katlanması, artık etkisizleşmeye başlaması, klişelere dönüşmesi, kitlelerin dünyasında anlamını yitirme aşamasına geçmesidir. Demokrasiyle birlikte siyasetin -ilgili tüm eleştiriler saklı kalmak kaydıyla- "etkin faili" haline gelen kitleler, güç sahiplerinin "nereye kadar imaj" çizebilecekleri konusunda da sınır duygusunun, aklının mukabil gücü konumundadırlar. Her gün televizyona çıkan kişinin yüzünün eskimesi gibi, siyasi liderler de ellerinde imkânlar olsa bile her gün uzun uzadıya televizyonların baş konuğu olmak istemezler. Bunu talep edenler, kitlenin algısını hesaba katmayan daha otoriter rejimin yöneticileridir. Onlar için kendi taleplerinden öte sınırı tayin edecek şekilde kulak verilen bir kamusal hassasiyet söz konusu değildir.

Yine bunun diğer tarafında kitlelerin nezdinde, oy verdikleri, arkasından gittikleri, kendi vekilleri olarak tayin ettikleri siyasetçilerin kendilerinden daha farklı, yarı ilahi bir konumda bulunmaları, mistik bir takım güçlerle donatılmış olmaları "talebi" önem taşımaktadır. Tam bir eşitlik hali siyasal takibi önemsizleştirir, ortaya kişisel açıdan ahlaki bir problem çıkarır. Niçin onun arkasından gidecek, programını kabul edecek, sözlerine özel bir anlam verecek ve onunla siyasete yani hayata ilişkin derin bağlar kuracaktır? O da tıpkı kendisi gibiyse, onu öne çıkartan nedenler ne olacaktır? İşte bu öne çıkartan nedenlerin sadece rasyonel nedenler olması, insanın bu dünyada "var oluşu" anlamlandırmasıyla çelişki doğurur.

## Ne yapmalı

Kitle İletişim Araçları hayatımızın içinde. Onların eleştirel yanlarının varlığı mukabil bir chartist hareketi gerektirmiyor. İngiliz işçi sınıfının, yerini alan makinelere karşı giriştiği mücadele onlara başarı sağlamadı. Teknolojik gelişme, beraberinde getirdiği birçok sorunla birlikte yoluna devam ediyor. Görünen, Kitle İletişim Araçlarıyla birlikte yaşamayı öğrenmemiz gerektiğidir. Daha önemlisi henüz en etkili olarak gördüğümüz televizyona ilişkin tüm hikâyeye vakıf olamamışken, onun ardından başka iletişim araçlarının ve mecralarının hiyerarşide daha yukarılara doğru tırmanmasıdır. Bunun en çarpıcı örneği internettir. Daha yakın zamanlara kadar televizyon haberciliği için bir yardımcı hizmetli rolünde olan internet, wikileaks olayının da gösterdiği gibi, televizyondan rol çalmaya, onun yerini almaya başlamıştır. Bu olayda internetten ne tür haber akacak, beklentisiyle davranan ve oradaki akışa göre haber yapan televizyonlar, hem gündemin gerisine düşmüşlerdir hem de haber kaynağı olarak internete başvurmak zorunda kalmışlardır. Elbette henüz internet televizyon kadar etkili değildir, yaygın değildir, aynı zamanda bir ölçüde interaktif yanları sebebiyle daha okuryazar kesimlere seslenmektedir. Ancak tablo internetin önümüzdeki dönemde daha fazla hayatımıza gireceği, gerçek ve hayali hayatımızın yanında yarı gerçek yarı hayali siber bağlarla ayrıca bize bir ilişkiler ağı sunacağı istikametindedir. Yeni teknolojilerle birlikte internetle ilişkiler zenginleşmekte, adeta her gün yeni bir işlev onun dünyasına eklenmektedir.

Popper, "Hayat Problem Çözmektir" diye bir kitap yazmıştı. Bu aslında aynı zamanda bireyin, toplumların, toplumsal çevrelerin hayatla ilişkilerindeki üstlenmeleri gereken konumu ifade etmektedir. Evet, hayat problem çözmektir, KIA da buna dâhildir. O teknolojilerle de ilişkilerimizi problem çözme mantığı üzerinden yürütmek durumundayız. Bu doğrultuda söylenecek her söze, geliştirile-



Elbette henüz internet televizyon kadar etkili değildir, yaygın değildir, aynı zamanda bir ölçüde interaktif yanları sebebiyle daha okuryazar kesimlere seslenmektedir. Ancak tablo internetin önümüzdeki dönemde daha fazla hayatımıza gireceği, gerçek ve hayali hayatımızın yanında yarı gerçek yarı hayali siber bağlarla ayrıca bize bir ilişkiler ağı sunacağı istikametindedir. Yeni teknolojilerle birlikte internetle ilişkiler zenginleşmekte, adeta her gün yeni bir işlev onun dünyasına eklenmektedir.



cek her öneriyi, ama, fakat, şeklinde itirazlar bildirilebilir. Onlara karşı da yeni tezler geliştirmek, bu diyalektik ilişkiyi sürdürmek gerekmektedir.

Maddi ve moral kaynakların dağıtım alanı olarak siyaset ve tayin edici kararların teşekkülü bakımından da iktidar ilişkileri her vakit problemlidir. Modernleşme yüksek nüfus, karmaşık toplumsal örgütlenme, Marks'ın ifade ettiği "yanlış bilinç" anlamında ideolojik inşalar için "etkileyici araçlar" ile birlikte bu karmaşıklık daha da artırdı. Diğer yandan ise temel hak ve hürriyetler konusunda alınan mesafe, demokrasinin klasik biçimlerinin de ötesinde katılımcılığa doğru evrilerken niteliğini artırması, sivil toplum örgütlenmeleri, küresel ölçekte teşekkül eden insani normlar, bunların takipçisi olacak ulus üstü örgütlenmeler olumlu gelişmeler. Kitle İletişim Araçları çapları, tartışmalı etkinlikleri, insanların hayatında işgal ettikleri yer bakımından bu diyalektik ilişkinin her iki yanında sonuçlar doğuruyor.

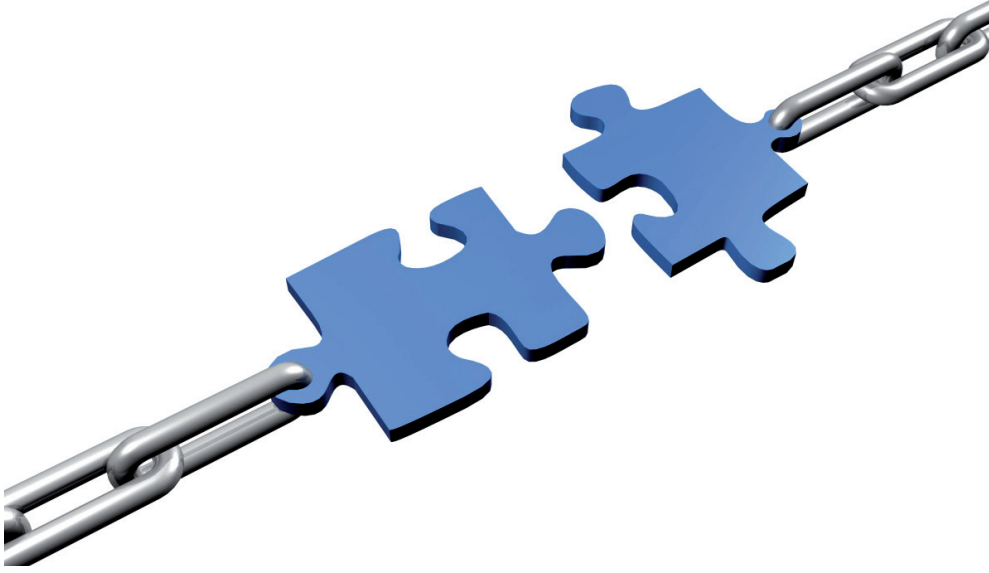
Öyle anlaşılıyor ki, bize düşen, bir yandan KİA için eleştirel düşüncelerin ifade ettiği dikkatleri yaygınlaştırmak, insanların medya okuryazarları haline gelebilmeleri için çaba göstermek. Son zamanlarda yaygınlaşmaya başladığı gibi, eğitim öğretim hayatının bir parçası olarak bu medya okuryazarlığı uygulamasını örgütlemek. Diğer yandan ise KİA'nın toplumsal gerçekliği temsil edecek şekilde örgütlenmesinin yollarını zorlamak, özel yayıncılığın yanı sıra kamu yayıncılığı marifetiyle en geniş en temsil edici bir "anlayış, okuma, çözümleme" biçimini medyanın dünyasına taşımak. Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi iletişim alanını düzenlemek amacıyla oluşturulan üst kurullar, yayınların tekel haline gelmesinin önüne geçmeye, bu doğrultuda normlar ve kurallar belirlemeye çalışıyorlar. Demokratikleşme güçlendikçe, kamu yayıncılığının temsil edici referans çerçevesi genişliyor, toplumsal kesimler daha kapsayıcı bir yaklaşımla bu alanda temsil ediliyorlar. Mahalli basın, kendi gerçek çevresinin "haberlerini, olaylarını" öğrenme arzusu ve toplumsal talebi istikametinde güç kazanıyor. Küreselleşmey-

le birlikte telaffuz edilen küre-yerelleşme bu süreci destekliyor. Haberciliğin ilişkili olduğu hukuki düzenlemeler, çeşitli toplumsal değerler dikkate alınarak güncelleniyor, emsal kararlar çıkıyor, bu alanda hukuki normlar oluşuyor.

Belki bunların yanında tartışmaya açılması gereken yeni bir alan, basın meslek ilkeleri olarak adlandırılan on altı ilkenin sürekli olumsuzlayan, gazeteciyi kaçınılması gereken ödevlerle donatan kriterlerini yeni baştan düşünmek olabilir. Gazeteci sadece "yapmaması" gereken ödevleri olan kişi midir, yoksa aynı zamanda üstlendiği kamusal rol dolayısıyla "yapması gereken" ödevleri de var mıdır? Basın yayın organlarının arkasındaki sermaye, toplumsal hiyerarşide işgal ettikleri yer, ideolojik konumları vs. düşünüldüğünde bu tür bir ödevlendirmenin gerçekçi olamayacağı üzerine görüşler ileri sürülebilir. Ya da bu ödevlendirmenin sınırlarının nereden geçeceği konusu ciddi tartışmalar çıkartabilir. Tıpkı ilişkili olduğu hukuki içtihat, tarih içinde yaşadığı dönüşüm gibi, bu konuda da süreç tayin edici olacaktır. Önemli olan bu sürecin içine pozitif ödevlendirmeyi de bir anlayış olarak eklemek, bunların ne ölçüde yerine getirildiğine dair bir takip yapmaktır. Bir dönem Türkiye'de RTÜK'nun özel televizyon yayıncılığına bir zorunluluk olarak kültür programlarını getirdiğinde, gece geç vakitlerde, izleyicilerin en az olduğu, reklamlar bakımından değerinin çok düştüğü kuşaklarda, bir tür defi hacet kabilinden bu tür yayınlar yapıldığını biliyoruz. Ancak burada amaç, KİA çevreleri kadar doğrudan kamuoyunun kendisidir ve ona "yayıncılığın ne olduğu"na ilişkin bir kavrayış sunmaktır. Kamuoyu bu konuda, tıpkı şehir hayatı için karşılıklı saygıyı ve bir arada yaşamayı sağlayan civitasın oluşması gibi, bir yayıncılık civitasının normlarından haberdar olursa, yayıncıların o çok hassas oldukları "izleyiciler" olarak tayin edici rollerini bu normlar istikametinde kullanabilirlerse, o zaman adil, dengeli, tutarlı bir toplam yayıncılık için daha ümitvar olabiliriz.

Prof. Dr. M. Bilal ARIK  
Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan V.

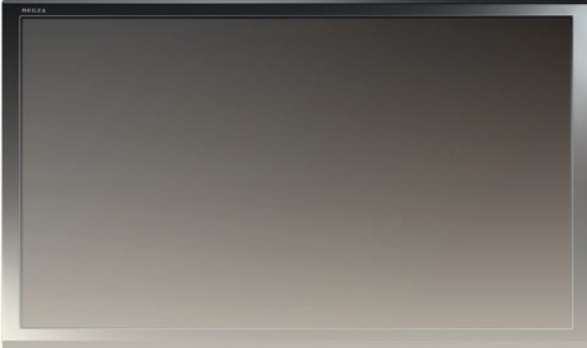
## Medya ve Hayat; YANLIŞ HAYAT DOĞRU YAŞANMAZ



Medya ve hayat ilişkisi modern dünyada üzerine derinlikli olarak düşünölmeyi gerektiren bir sorunsaldır. Medya günümüzde hayatı anlamlandırın, zenginleştiren bir “aracı” olmanın ötesinde, çoğu zaman hayatı ikame eden bir güç odağı haline gelmiştir. Gerçek hayatın yerine “temsili hayatları” koyan medya, algılarımızın üzerine kendi giysisini giydirmektedir. Dolayısıyla medyanın hayatın önündeki “stratejik” rolünün doğru sorgulanması ve etkileri karşısında en azından belli farkındalıkların geliştirilmesi önemlidir.

Modern birey, yaşamı medya aracılığıyla deneyimlemekte, medya aracılığı ile iletişim kurmakta ve yine medya aracılığı ile elde ettiği bilgilerle karar alma süreçlerine dâhil olmaktadır. Haber alma, eğlenme, siyasi tercihlerin belirlenmesi gibi konularda artık yüz yüze iletişim kanalları eski etkinliklerini

yitirmiş, medya toplumsal yaşamın en belirleyici gücü haline gelmiştir. İnsanlar, toplumsal çevrelerini yorumlamak ve onlara tepki göstermek için kullandıkları imgeler, simgeler ve sözcükler için büyük ölçüde medyaya bağımlıdır. Günümüzde kültür adeta medyadan yayılan ve onunla biçimlenen bir noktaya gelmiştir. Özellikle televizyon, yaygınlığı ve karşısında vakit geçirme verileri ile toplumun bütün katmanlarını -sosyo-ekonomik düzeyi ne olursa olsun- bir araya getiren ortak bir platform haline gelmiştir. Dünyanın pek çok kesiminde insanlar günde ortalama 5 saatlerini ekran karşısında geçirmektedir. Bu rakamlar ölkemiz açısından da benzerlik taşımaktadır. RTÜK’ün 2006 ve 2009 yılında yaptırdığı, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması verilerine göre, Türkiye’de insanlar, günde ortalama 4.5 saat televizyon seyretmektedir. Tüm bu özellik-



**Televizyon hayat ilişkisi üzerine düşünen teorisyenler; bu yoğun birlikteliğin pek çok sakıncayı da beraberinde getirdiğini ileri sürmektedir. Buradaki temel sorun, insanların çoğunun gerçekle kurgu arasındaki farkın ayırımına varamaması; farklı motivasyonlarla kurgulanmış temsilin çoğu zaman hayatın kendisiymiş gibi algılamasıdır.**

leriyle televizyon gündelik yaşamda tartışılmayacak bir ağırlığa sahiptir ve tüm yaş gruplarında en yaygın şekilde paylaşılan serbest zaman etkinliğidir. Diğer tüm alternatif etkinlikler (sohbet etmek, gezmek, kitap okumak, spor yapmak, vs.) televizyon seyretmenin gerisinde kalmakta; beyaz ekran ezici bir şekilde hayatımızın merkezine oturmaktadır. Elbette ki, bu merkeze oturma pek çok etkiyi ve değişikliği de beraberinde getirmektedir. Öyle ki, George Comstock'un belirttiği gibi; "artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi değildir."

### **Temsili hayatların ardındaki yapılanma**

Televizyon hayat ilişkisi üzerine düşünen teorisyenler; bu yoğun birlikteliğin pek çok sakıncayı da

beraberinde getirdiğini ileri sürmektedir. Buradaki temel sorun, insanların çoğunun gerçekle kurgu arasındaki farkın ayırımına varamaması; farklı motivasyonlarla kurgulanmış temsilin çoğu zaman hayatın kendisiymiş gibi algılamasıdır. George Gebner'in "acımasız dünya sendromu" tam da bu parçalanmayı anlatır. Televizyondan sürekli şiddete maruz kalan izleyiciler, zamanla hayatın kendisini de olduğundan daha şiddetli ve acımasız olduğuna kendilerini inandırırılar. Bu durum ekran karşısında daha fazla vakit geçirenlerde daha yoğun bir şekilde yaşanmakta ve bu "korku", gündelik yaşamlarına tesir etmektedir. Dolayısıyla televizyon seyretmenin hayata "renk katan" bir aktivite olmaktan çok, esasta hayatın rengini belirleyen ana tonlardan biri olduğunu söylemek çok yanlış olmaz. İşin tehlikeli yanı ise; pek az insanın televizyonun "mutfağı" hakkında bilgi sahibi olmasıdır. Çoğu insan, temsil sürecinde hangi faktörlerin devreye girip, temsili nasıl yönlendirdiğini bilmemekte ve televizyonun "ideolojik" fonksiyonunun farkına varamamaktadır. Bu durum da en çok hayatı düzenleme iddiasındaki medyanın, dolayısıyla medyanın ardındaki "güç odaklarının" işine gelmektedir. Gerçeği değil, kendi karakteristik yapısı doğrultusunda yeniden ürettiği gerçekliğin aktarımını sağlayan medya, bu biçimlendirme ve dolayımleme sürecini, doğası gereği izleyicilerden/okurlardan saklamakta; böylelikle "oluşturulan" bu yapay dünya, tamamen doğalmış gibi sunulmaktadır. Gerçek ile "medya gerçekliği" arasındaki "mesafe" izleyicilerden gizlenmektedir. Nick Couldry'nin ifadeleriyle, "Günümüzde adeta içine hapsoldüğümüz medya dünyası ile gerçek dünya arasındaki ayrım gittikçe silikleşmektedir ve daha ötesi artık, medya aracılığıyla deneyimlediğimiz dünya, gerçek dünyadan çok daha kapsayıcı ve büyüktür." Bu durum yaşamı, aracılığıyla algıladığımız medyanın işleyiş biçiminin toplum üyeleri tarafından doğru bilinmesi zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Çünkü medyada yer alan her "metin", her "öge" bilinçli bir seçme sonucu orada konumlandırılmakta ve bu konumlandırmada çoğu zaman kamuyla paylaşılmayan, özellikle ekonomik ve siyasal öğeler etken olmaktadır.

Televizyonun yanı sıra, gitgide toplumun geniş kesimlerinde yaygınlık kazanan internetin de hayatımıza girmesiyle, yaşamın kıyıda kalmış diğer alanları da medya tarafından kuşatılmış, kültürümüz bu yeni aracın etkisiyle ciddi oranda değişime uğramıştır. Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına karşı ezici üstünlüğüne karşın, internet bambaşka bir tonla hayatımızın ortasına oturmuş ve çok daha tehlikeli bir düzeyde gerçek hayatı ikame etmeye soyunmuştur. Çalışırken, yemek yerken, yolculukta, yürürken bile internete girebilme ihtimali, bu büyümlü aracın televizyondan daha etkin bir medya olarak gündelik hayatı biçimlendirmesine neden olmuştur. İnternetin getirileri öylesine yoğun olmuş ve hayatımızı öylesine zenginleştirmiştir ki, karşılığında aldıkları da o denli büyük olmuştur. Kısacası, “sahip olduğumuz, karşılığında bize sahip olmuş” ve bireyleri internetsiz nefes alamayacağını düşünür hale getirmiştir. Bu tehlikeli ortaklığın getirileri kadar götürülerinin de doğru sorgulanması gerekir.

### İnternet: Bilinmez bir evren

İnternetin çocuklar ve gençler üzerindeki etkileri son yıllarda sıklıkla tartışılmakta ve internete bilinçli ve kontrollü girilmesi gerektiği ısrarla vurgulanmaktadır. Gerçekten de gençleri ve çocukları sıcak odalarında tehdit edebilen internet, güvenlik algımızda da önemli değişimlere yol açmıştır. Gençlere ve çocuklara oyun, haberleşme ve kendilerini ifade etme şansı tanıyan, ancak bu şansın yanında ciddi tehlike ihtimallerini mümkün kılan bu “bilinmez evren” yetişkinlere sunduğu olanaklarla da, onları bilgisayarlara davet etmekte ve kendi gerçekliğine bağımlı kılmaktadır. Bilgisayar monitöründen adeta “başka” bir dünyaya giriş yapan bireyler, bu sınırsız dünyanın büyümesine kapılmakta ve yaşam standartlarını dahi bu doğrultuda biçimlendirmeye çalışmaktadır. İnternet öylesine bir bağımlılık yaratmıştır ki, artık “geleceğin ekranı” denilen cep telefonları ile sürekli olarak insanların yanlarında taşıdığı ve “ilişkide” olunan bireylerle ilgili her değişikliğin anında farkına varıldığı bir gerçekliği tecrübe etmeye başlanmıştır.



Son yılların en popüler konularından biri olan sosyal medya, insanları “sosyalleştirirken” aslında kendine bağımlı kılmakta ve onları doğal ortamlarından kopartarak “yeni” bir sosyal gerçekliği tecrübe etmelerini sağlamaktadır. Özellikle Facebook ve Twitter, kullanım yoğunluğu ve etki derecesi açısından diğerlerinden ayrılmakta ve insanları sosyalleştirirken aynı zamanda onları yoğun bir şekilde sanal cemaatlere dâhil etmektedir.

Herkesten önce reklâmcılar ve pazarlamacılar farkına varmıştır bu sihirli dünyanın; bilgilenildiği, eğlenildiği, haberleşildiği sanılırken, birden bire insanlar markalarla karşı karşıya bulmuşlardır kendilerini. Önemli bir mail beklerken falanca araba markasının son modelini, indirmeye giren giyim mağazasını ve son çıkan albümler öğrenilmektedir internetten. Siyasetçiler de önce kurumsal, sonra kişisel ve nihayet anında ne düşündüklerini kitlelere iletebilecekleri kanallar aracılığıyla internete dâhil olmuşlar ve kitleleri bu yolla etkilemeye soyunmuşlardır. Ticaret yapan firmalar, resmi-özel kuruluşlar, kişiler, takımlar, cemaatler, aynı yerde doğanlar, aynı şarkıyı sevenler, çiftçiler, berberler, akademis-



yeniler, vs. neredeyse tüm bir toplum internete kayıtsız kalmamış ve gerçek hayat dışında sanal âlemdede "alternatif bir dünya" kurulmuştur. Bu "sanal dünya" öylesine tatminkâr bir içeriğe sahiptir ki, "gerçek hayat" şimdiye kadar hiç olmadığı kadar kenara itilmiştir.

Son yılların en popüler konularından biri olan sosyal medya, insanları "sosyalleştirirken" aslında kendine bağımlı kılmakta ve onları doğal ortamlarından kopartarak "yeni" bir sosyal gerçekliği tecrübe etmelerini sağlamaktadır. Özellikle Facebook ve Twitter, kullanım yoğunluğu ve etki derecesi açısından diğerlerinden ayrılmakta ve insanları sosyalleştirirken aynı zamanda onları yoğun bir şekilde sanal cemaatlere dâhil etmektedir. Siyasetçiler ve reklamcılar tarafından önemli bir fırsat olarak görülen Twitter anlık duyguların online diğer takipçilere iletilmesi yoluyla, kişilerin kendilerini ifade etmelerine olanak sağlarken, onları diğer ünlü simalarla başka bir platformda eşitlemektedir. Facebook ise kişisel mahremiyetin sınırlarını çok daha genişleterek, tüm dünya tarafından "görülebilir" kılmakta ve bu görülebilirliğin sınırlarını kişinin kendi inisiyatifi-ne bırakmaktadır. Yani profilinizdeki fotoğraf, artık sizin kimliğinizdir. Yüzünüzü, mesleğinizi, isminizi, ilişkilerinizi kendiniz kurabilir, içinizdeki "olmak istediğiniz kişi"ye ulaşabilirsiniz. Bu bağlamda internet size sosyal medyalar aracılığı ile "yeni bir kimlik" vaad etmektedir. Sıradan insanın görünür olma duygusuna karşılık gelen Facebook, yarattığı sanal gerçeklikle, yeni hayatların kurulmasına olanak sağlamaktadır. Facebook gerçek kimliklerini kullananlar içinse, bambaşka sosyalleşme olanakları sunar. Aynı anda farklı düzlemlerden pek çok kişiyle iletişimde olma şansına sahip olan kullanıcılar, gerçek hayatta olmayacak kadar hızlı ve kontrollü diyalog ortamına dâhil olmuşlardır. Dolayısıyla bu sanal dünya, insanlara evlerinden sosyalleşme olanakları sunmaktadır; fotoğraflar, videolar, görüşler paylaşmakta ve "doğal" yüz yüze ilişkiler ikincil plana itilmektedir. Sosyal medya siteleri uçsuz bucaksız bir evren görünümündedir; insanlar bura-

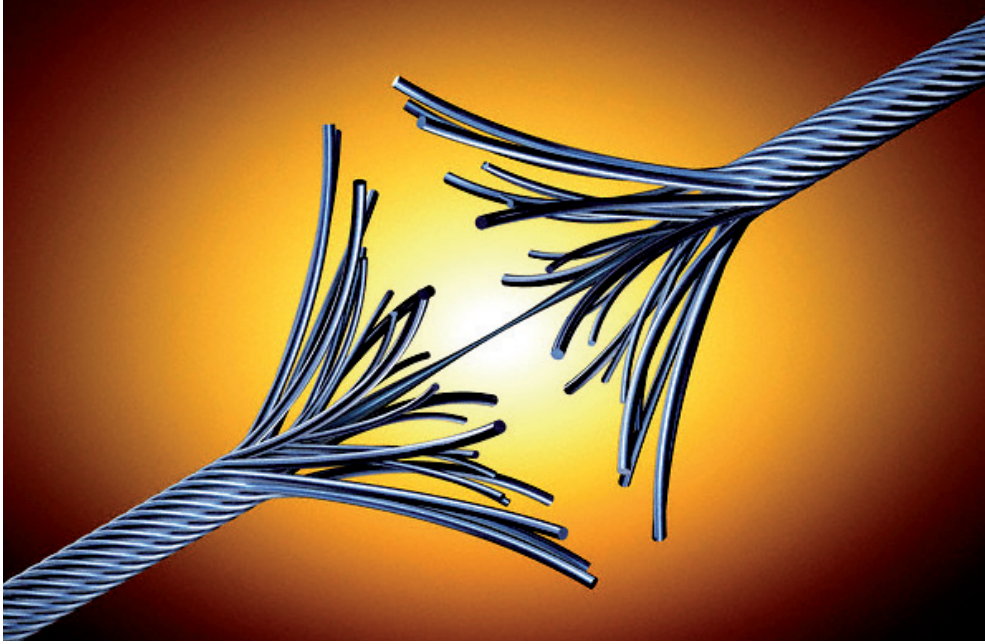
larda "daldan dala" gezinerek saatlerce vakit geçirmekte, herhangi bir durum, foto, vs. ile ilgili yorum yapmakta ve birbirleriyle haberleşmektedir. Dolayısıyla "gerçek yaşamı" ikame eden, alternatif bir yaşama dâhil olmakta ve bu medyalar aracılığıyla sosyalleşmektedir.

## Sonuç yerine...

Günümüzde internetin önünü çektiği "medyatik yaşam"la ilgili temel sorunsal, bu dünyanın doğal bir dünya olmadığı ve birileri tarafından belli parametreler doğrultusunda organize edildiğidir. Asla bir özgürlük ve demokrasi ortamı değil, kontrolün ve sınırlarının doğallaştırdığı ama üzerine ciddi hesap ve kitapların yapıldığı büyük bir işletmedir. Dolayısıyla tüm medya ortamları gibi, işletme prensiplerine göre işlemesi kaçınılmazdır. İlişkilerin, yazışmaların, fotoğrafların kaydının tutulduğu ve sahibinin belli olmadığı "dev" bir organizasyondur. Bu son derece önemlidir; çünkü bu "doğal olmayan" "medyatik dünyada" seyredilen her dizinin, arabada dinlenen radyo programlarının, atılan her mailin, tıklanan her sitenin veya eklenen her yeni fotoğrafın "maddi" bir değeri vardır. Bu "doğal olmayan" dünyada, hiçbir şey tesadüfi değildir ve bu dünyayı deneyimleyen her kişi, kurallarını başkalarının koyduğu bir gerçekliğe dâhil olur. Bu gerçeklik çoğu zaman yaşanan "çıplak" gerçeğin üstünü örterek toplumsal sorunların, sınıfsal çelişkilerin görülmesini ve insanların eşitsizlikleri, problemleri değil, medyatik dünyanın temsillerini tartışmasını amaçlar. İnsan doğaldır, yaşam doğaldır, arzular, duygular, hüznler ve acılar doğaldır; ancak artık sahibisinin yerine geçmekte olan "medyatik hayat" doğal değildir. Dolayısıyla bu dünyanın öznesi de hiçbir zaman "insan" olmayacaktır... Özetle medya üzerinden yanlış bir hayat yaşanmaktadır ve bu hayatı doğru yaşayabilmek mümkün değildir. Bireylere düşen rol ise, bu doğru ve doğal olmayan dünyanın farkında olmak, medyanın toplumsal yaşamdaki etkinliği karşısında bilinçlenerek, bu yoğun yabancılaşmaya karşı direnç gösterebilmektir.

Yusuf KAPLAN

## MEDYA: YENİ-SÖMÜRGEÇİLİĞİN KEŞİF KOLU



### Yeni-Sömürgecilik: Medyatik Totaliterlik

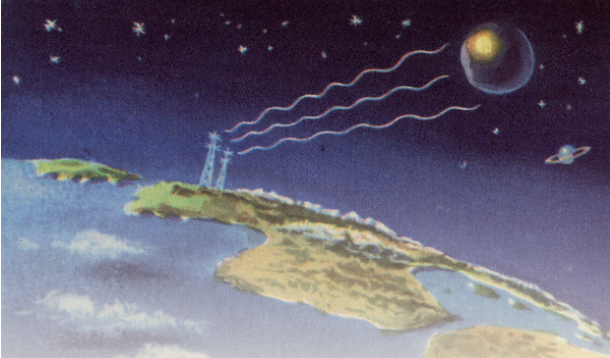
Klasik sömürgecilik, doğrudan, fiili olarak gerçekleştirilen işgalin adıydı: Sömürgeci Batı / Avrupa ülkelerinin başka kıtalardaki ülkeleri zor kullanarak işgal etmeleri, o ülkelerde hâkim olan kültürel yapıları ve dokuları altüst ederek yok etmeleri idi. Batılılar, yaptıkları bu işgal ve sömürü işine, sözümona “gerikalmış” Batı-dışı ülkeleri ve toplumları “uygarlaştırma süreci” adını vermişlerdi.

Sonuç, Batı dışındaki kültürlerin ve medeniyetlerin yok edilmesi oldu: Büyük tarihçi Arnold Toynbee, Rönesans ve Reformasyon’dan sonraki üç asırlık zaman diliminde Batılıların yeryüzündeki 26 medeniyetten 16’sını fiilen tarihten sildiklerini, 9’unu ise fosilleştirdiklerini hatırlatır bize: Batılılar,

böylelikle, farklı kültürlerin ve medeniyetlerin kendi dinamikleri ve anlam haritaları doğrultusunda varolmalarına, gelişip serpilmelerine, türlü açılım ve atılımlar gerçekleştirmelerine hem izin vermeyeceklerini, hem de imkân tanımayacaklarını göstermiş oldular.

Burada yakıcı soru şu: İnsan hakları, hukukun üstünlüğü, demokrasi gibi temel kavramlar ve bu kavramlar çerçevesinde geliştirilen kurumlar, bizzat Batılılar tarafından icat edilmemiş miydi? Elbette. Peki, öyleyse, bu kavramları geliştiren bir kültür, nasıl olur da, diğer kültürlere, diğer kültürlere mensup toplumlara kendileri olarak, kendi dinamiklerini ve imkânlarını hayata geçirerek varolma hakkını bile çok görebiliyordu?

Burada bir çelişki yok mu? Bence yok. Bizim asıl yanılmamız burada bir çelişkinin olduğunu zannet-



Artık klasik / açık sömürgecilik çağı kısmen de olsa geride kaldı. İkinci Sanayi Devrimi'yle icat edilen elektronik kitle iletişim araçları aracılığıyla, adına yeni-sömürgecilik dediğimiz, diğer toplumları ve kültürleri doğrudan değil dolaylı yollarla, yöntemlerle ve söylemlerle kontrol ve kolonize eden bir pratik var karşımızda. Dünyayı McLuhan'ın dediği gibi aynileştirilen, tektipleştirilen "global bir köy"e dönüştüren bir pratik bu.

memiz zaten. O halde, mesele, ne öyleyse? Mesele şu: Batılılar, antik Yunan'dan bu yana, kendilerinden farklı olana aslâ hayat ve varolma hakkı tanımamışlardır. Farklılıklarla birlikte yaşama ve farklı olanı da farklılıklarıyla birlikte yaşatabilme tecrübesi üretememişlerdir.

Neden? Nedeni şu bunun: Pagan ve dolayısıyla seküler Batılılar, Marcuse'ün de altını kalın harflerle çizdiği gibi, tek boyutlu bir insan, tek boyutlu bir toplum, hepsinden de önemlisi tek boyutlu bir

dünya tasavvuru geliştirmişler; bu tek boyutluluğa ve tek tipliğe uymayan, farklı olan, aykırı kaçan her şeye, herkese ve her tür dünya algısına ve tasavvuruna korkuyla, ürküntüyle, dışlayıcı, ötekileştirici ve dolayısıyla ya derhal asimile edilmesi (eritilmesi, kendi özelliklerini terk ederek her şeyiyle Batılı gibi olması ve hareket etmesi); ya da eğer asimile olmaya direnirse, elimine (yok) edilmesi gereken "çocuğu" bir psikolojiyle bakmışlardır.

Klasik sömürgecilik tecrübesi, Rönesans ve Reformasyon'dan sonra zuhûr eden, büyük ölçüde yalnızca Avrupalılara ait bir tecrübeydi; modern paradigmanın ürettiği, seküler / modern Avrupa'yı / Batı'yı özneleştirerek her şeyin merkezine yerleştiren, diğerlerini ise nesneleştirerek bu merkezden ve bu merkeze göre gören, konumlayan, yönlendiren; efendi-köle, hâkim-mahkûm, uygar-barbar şeklinde icat edilmiş yapay ve sahte ikili karşıtlıklar üzerinden işleyen, Batılıların dünya üzerinde hâkimiyet kurmalarını amaçlayan bir pratikti.

Ayrıca, pagan ve seküler kültür, genelde ırk-merkezli, özelde ise de ben-merkezli olduğu için, klasik sömürgecilik, Avrupa'da yeteri kadar ekonomik, siyasî ve askerî güce ulaşan Avrupalı prensler ve devletler arasında kaçınılmaz olarak ırk / ulus eksenli hâkimiyet mücadelelerinin ve savaşlarının yaşanmasına yol açmış; bu yüzden, bugüne kadar o küçücük Avrupa kıtasının birleşmesini sağlayabilecek bir ruh, bir dinamizm, kuşatıcı ve kucaklayıcı, farklılıkları farklılıklarıyla kabul eden, farklılıklarla birlikte yaşayan, farklılıkları farklılıklarıyla yaşatabilen ortak bir irade ve tecrübe üretememiştir.

Artık klasik / açık sömürgecilik çağı kısmen de olsa geride kaldı. İkinci Sanayi Devrimi'yle icat edilen elektronik kitle iletişim araçları aracılığıyla, adına yeni-sömürgecilik dediğimiz, diğer toplumları ve kültürleri doğrudan değil dolaylı yollarla, yöntemlerle ve söylemlerle kontrol ve kolonize eden bir pratik var karşımızda. Dünyayı McLuhan'ın dediği gibi aynileştirilen, tektipleştirilen "global bir köy"e dönüştüren bir pratik bu.

Dolayısıyla gerçeğin değil, kurmacanın hâkim olduğu, medya yoluyla üretilen kurmaca gerçeklik-



lerin gerçek katına yüksel/til/diği ve fiilî, yaşanan, fiziksel gerçekliği –Paul Virilio’nun imajinatif tarifiyile- “gerçekliği kazaya uğrattığı” veya Baudrillard’ın deyişiyle “gerçekliği buharlaştırdığı”, medya üzerinden üretilen ve sürdürülen yeni bir sömürgecilik biçimi var: Kim medyaya hâkimse, dünyaya hâkim oluyor artık.

Medyaya hâkim olanlar, elbette ki güce, güç üreten ekonomik, siyasî ve askerî güce sahip olan bir avuç elitler. Artık çıkarları, duyarlıkları ve çıkar ağları, küresel ölçekte örtüşen bu bir avuç elit, dünyaya istediği gibi nizam/at verebiliyor. Anlam ve sembol trafiği, hayatta üretilmiyor; önce medyada üretiliyor, dolaşıma sokuluyor; sonra da küre ölçeğinde kitleler tarafından hayatlaştırılıyor ve tüketiliyor.

Medyatik alan, artık kamusal alanı da, özel alanı da işlevsizleştirdi ve “yok etti”. Kamusal alan’da olup bitenlerin de, özel alanda olup bitenlerin de, bir anlam ifade edebilmesi ve hükmünü icra edebilmesi için, medyatik alana taşınması, taşınabilmesi, medyatik kapıları tutanlar tarafından medyatik alana taşınıp taşınmayacağına karar verebilmesiyle mümkün. Bu olguyu ve bu yeni durumu, medyatik totaliterlik diye tanımlamak mümkün. Medyatik totaliterlik, demokrasiyi de, insan haklarını da, hukukun üstünlüğü gibi kavramları ve kurumları da bitirmiştir.

Artık demokrasi değil, genelde medyokrazi’den, özelde ise teleokrazi’den söz edebiliriz. Demokrasinin şekli olarak olmazsa olmaz en temel ilkesi “halk iradesi” olgusu, karikatürize edilmiş; böylelikle, medyaya hâkim olan güçler, istedikleri siyâsî gücü iktidara taşıyabilecek manevraları medya üzerinden ve medya sayesinde yapabilecek bir güce kavuşmuş durumdadırlar.

Bunun en çarpıcı örneği demokrasinin en fazla geliştiği söylenen Amerikan siyasî sistemi ile medya arasında kurulan örtük denge’dir: Amerika’da iki değil de üç parti seçimlerde öne çıktığı / çıkarıldığı zaman Amerikan siyasî sistemi çıkmaza sürüklenebilmektedir. O yüzden büyük ölçüde güç çevrelerinin kontrolündeki medya tarafından yalnızca iki



Amerika’da 500’den fazla siyasî parti var ve bu partilerin hepsi de seçimlere giriyor; fakat sisteme hâkim olan elitokratlar, kapitalist güçler, yalnızca iki partinin yarışabileceği bir düzeneği medyayı harekete geçirerek işletmekten başka seçenekleri olmadığını düşünüyorlar ve siyasî alanı söylemleri birbirinden pek de farklı olmayan iki ana parti üzerinden dizayn ederek kolonize ediyorlar: İşte yeni sömürgeciliğin adı ve aracı/sı, bu medyatik sömürgecilik fenomenidir.

partinin öne çıkarılması Amerikan sisteminin işleyebilmesinin yegâne garantisidir.

Oysa Amerika’da 500’den fazla siyasî parti var ve bu partilerin hepsi de seçimlere giriyor; fakat sisteme hâkim olan elitokratlar, kapitalist güçler, yalnızca iki partinin yarışabileceği bir düzeneği medyayı harekete geçirerek işletmekten başka seçenekleri olmadığını düşünüyorlar ve siyasî alanı söylemleri



birbirinden pek de farklı olmayan iki ana parti üzerinden dizayn ederek kolonize ediyorlar: İşte yeni sömürgeciliğin adı ve aracı/sı, bu medyatik sömürgecilik fenomenidir.

Peki, demokrasi, insan hakları ve hukukun üstünlüğü gibi kavramlar ve kurumların asıl amacı ne? Farklı olana, bütün farklılıklarını koruyarak varolma ve varlığını sürdürme hakkı tanımak mı? Görünüşe bakılırsa evet; ama gerçekte ise hayır. Hayır, diyorum; çünkü teorik olarak tek boyutlu (seküler) bir dünya tasavvurunun küre ölçeğinde hâkim olduğu bir zaman diliminde böyle bir şeyin gerçekleşmesi, sanıldığı kadar aksine pek mümkün değil; pratik olaraksa böylesi bir şey gerçekleştirilebilmiş değil.

Şimdi, burada, "Avrupa'da, Amerika'da demokrasi yok mu? İnsan hakları yok mu? Hukukun üstünlüğü hâkim değil mi?" gibi sorular sorulabilir. Cevap: Tabii ki yok. Biraz önce Amerikan siyasi sistemi ile medya rejimi arasındaki çarpık ve çapraşık ilişkiyi özetlemiştim. O yüzden demokrasi değil, medyatik sömürgeciliğin yegâne aracı olan medyatik totaliterlik, yani medyokrazi var yalnızca.

## Medyatik Oryantalizm

Bize bir "masal" anlatıyorlar. Diyorlar ki: "Batı'da demokrasi, liberalizm, rasyonalizm, hukukun üstünlüğü gibi kavram ve kurumlar geliştirildi. Müslümanlık, hem bu tür kavram ve kurumların geliştirilmesine imkân tanıyabilecek dinamizmden yoksun; hem de üstüne üstlük bunu engelleyecek bir yapıya sahip. O yüzden müslüman toplumlarda baskıcı, totaliter yönetimler hâkim. Müslüman toplumların baskıcı, totaliter yönetimlerden kurtulabilmeleri, Batı'da geliştirilen sözkonusu kavramları, kurumları ve yöntemleri benimsemelerine bağlı. Kaldı ki dünya zaten bu yöne doğru gidiyor. Öte yandan, İslâm dünyasındaki İslâmî söylemleri dillendiren ve temsil eden oluşumlar, şiddete, fanatizme kaymaktan başka bir şey yapamıyor ve öneremiyorlar." Vesaire, vesaire... Bu "masal" böylece devam edip gidiyor...

İslâm dünyasına, müslümanlığa ve İslâmî söylemlere ilişkin olarak geliştirilen ve küreselleşen medya aracılığıyla icat edilip kurgulanan, bir güzel cilâlanarak ve ambalajlanarak tüm dünyada dolaşma sokulan hâkim söylem böyle. Bu masalda, eski oryantalist söylemin izleri de var; medyatik oryantalizm olarak adlandırılabilir daha "sofistike" ve daha tehlikeli yeni bir oryantalizm biçiminin ipuçları da.

Batıda akademide ve entelektüel hayatta, eski oryantalist söylem son yirmi yıldan bu yana kıyasıya eleştirildi ve aşıldı. Ancak eski oryantalist söyleme taş çıkartacak, rahmet okutacak yeni bir oryantalizm biçimi, medyatik oryantalizm icat edildi. Geçen yüzyıllarda geliştirilen oryantalist söylemin şu ya da bu şekilde de olsa bilimsel bir değeri vardı. Oysa medya vasıtasıyla geliştirilen ve hâkim kılınmaya çalışılan yeni / medyatik oryantalizm biçiminin bilimsel bir değeri filan da yok. Ama iki oryantalizm biçiminin buldukları ortak nokta şu: Kontrol, manipülasyon, sömürü ve tahakkümün meşrulaştırılması.

Yeni / medyatik oryantalizm biçimi, hâkim uluslararası ilişkilerin söylemini ve medyanın dilini belirleyen ürkütücü özelliklere sahip: Mesela, İslâm dünyasında veya Batı'da vuku bulan bir terör olayı anlatılırken ilk önce, terör eylemini gerçekleştirdiği zannedilen ama yaşanan olayla doğrudan ilgisi henüz kanıtlanmamış kişilerin "fanatik, terörist, çapulcu" imajı yüklenen görüntüleri; hemen ardından da, örneğin camide -tercihan El-Ezher'de- namaz kılan veya türlü şekillerde ibadet eden insanların görüntüleri ekranları dolduruyor. Ardından bu görüntülere "el-Kaide"nin elinde silahlı militanlarının görüntüleri bindiriliyor. Yine Bosna'da, Çeçenistan'da, Kosova'da, Filistin'de kitlesel katliamlara maruz kalan insanlar gösterilirken bile, sanki bu insanların yapılan katliamları hakettiklerini kanıtlamaya çalışan "fanatik, çapulcu" imajını destekleyen görüntüler bulunuyor. Asıl üzerinde durulması gereken katliamlar ve nedenleri es geçiliyor.

Burada, tıpkı geçen yüzyılda geliştirilen oryantalist söylemde olduğu gibi, İslam dünyası, müslü-

manlık ve İslâmî söylemler ve oluşumlar yine Batılılar tarafından ama bu kez çok daha ürkütücü, itici şekillerde tanımlanıyor: "Müslüman toplumlar, geri kaldı; çünkü müslümanlık sadece despot yönetimler ve fundamentalist, fanatik söylemler üretiyor" şeklinde hayalî bir tanımlama yapılarak bir yandan müslümanlığın ve İslâmî söylemlerin karalanması, olumsuzlanması ve reddedilmesi sağlanmaya, yani bir İslamofobi üretilmeye; öte yandansa, Batılıların yeryüzünde kurdukları haksız hegemonya ve sömürü biçimleri meşrulaştırılmaya çalışılıyor.

Ama İslâm dünyasında hâkim olan despot, baskıcı ve totaliter yönetimlerin meşruiyet, otorite ve hegemonya kaynaklarını müslümanlıktan almadıkları, gerçekte İslâmî söylemlere ve dinamiklere karşı sürdürdükleri mücadeleyi destekleyeceği düşünülen, -çoklukla biçim bozumuna uğratılmış- Batılı kavramlardan ve kurumlardan (ve tabii Batılı hegemonik güçlerin proje ve stratejilerini benimsedikleri sürece de Batılılardan) aldıkları gerçeği gözardı ediliyor.

Medyatik oryantalizm, bir taşla birkaç kuş birden vurulmasına hem vasita oluyor, hem de bunun vasat'ını oluşturuyor: Bir yandan İslâmî söylemler terörle, fanatizmle özdeşleştirildiği için müslümanlığın câzibesi ve imkânları bastırılıyor; öte yandansa, Batılıların kurmaya çalıştıkları hegemonyanın, kontrol ve tahakkümün meşrulaştırılması sağlanmaya çalışılıyor.

Ancak ben, bir iletişimci olarak, medyanın, kendisine yüklenen yeni oryantalist söylemler ve dolayısıyla tahakküm biçimleri geliştirme işlemini ve

işlevini bir Frankenstein gibi "bir anda" tepetaklak edecek bir "zaaf"ı olduğunu çok iyi biliyorum.

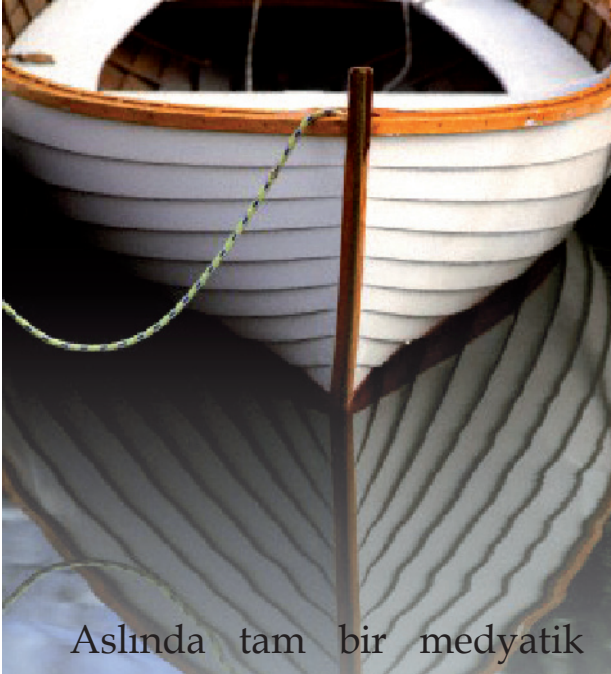
Ne demişti Heidegger: "Kamera, izleyiciye yöneltilmiş bir silahtır". İyi de "izleyici" kim? İşte asıl yakıcı soru bu. Stuart Hall, Jean Baudrillard ve Paul Virilio gibi cins adamların, "izleyici, bu kamerayı icat edenler, kuranlar ve kullananlardır" dediklerini sağır sultan bile duydu! O halde biraz bekleyin... Final'in Batılılar ve hayalperest Batıcılar için nasıl "berbat" (!) bir şekilde sona ereceğini göreceksiniz!

### Medyatik Hiper-terör ve "Pornografik" Savaş

Medya, yalnızca kontrol ve kolonizasyon işlevi görmüyor; aynı zamanda, tastamam bir söylemsel şiddet ve terör aygıtı olarak da işlev görüyor: Daha doğrusu şu: Medya, söylemsel şiddet dilini kullanarak, gerçekleri belli süzgeçlerden geçirip sanal bir gerçeklik icat ederek kontrol ve kolonizasyon işlevini yerine getiriyor: Medya, bu kadar her yerde hâzır ve nâzır olmamış, bu

denli her yere ve her şeye nüfuz etmemiş ve dolayısıyla zaman'da ve mekân'da mesafe kavramı sanal bir şekilde ortadan kalkmamış olsaydı, sözgelisi, Amerika'da yaşanan "terör" olayı bu kadar hiper (aşırı, sanal, abartılı) boyutlar kazanabilir miydi?

Aslında tam bir medyatik hiper-terör ve hipergerçeklik durumu ile karşı karşıyayız. Hiper-terör ve hipergerçeklik kavramlarını çağımızın en cins düşünürlerinden Jean Baudrillard'a borçluyuz: Baudrillard, medyanın her yerde hâzır ve nâzır olacak kadar yaygınlaşmasının, gerçeklik algımızı ve gerçeklik kavramını köklü bir şekilde değiştirdiğini



Aslında tam bir medyatik hiper-terör ve hiper-gerçeklik durumu ile karşı karşıyayız. Hiper-terör ve hiper-gerçeklik kavramlarını çağımızın en cins düşünürlerinden Jean Baudrillard'a borçluyuz: Baudrillard, medyanın her yerde hâzır ve nâzır olacak kadar yaygınlaşmasının, gerçeklik algımızı ve gerçeklik kavramını köklü bir şekilde değiştirdiğini söyler: Artık gerçeklik, parçalanmış, iki farklı gerçeklik biçimi ortaya çıkmıştır: Birincisi, bizim bildiğimiz, yaşadığımız, tecrübe ettiğimiz fizik gerçeklik. İkincisi de, medya yoluyla üretilen "sanal" / medyatik gerçeklik.

söyler: Artık gerçeklik, parçalanmış, iki farklı gerçeklik biçimi ortaya çıkmıştır: Birincisi, bizim bildiğimiz, yaşadığımız, tecrübe ettiğimiz fizik gerçeklik. İkincisi de, medya yoluyla üretilen "sanal" / medyatik gerçeklik.

Baudrillard, medya yoluyla üretilen sanal gerçekliği, aynı zamanda hiper-gerçeklik olarak tanımlar. Ve hiper veya sanal gerçekliğin, gündelik hayattaki (fizik) gerçeklikten daha gerçekmiş gibi algılandığını ve hayatımıza hâkim olduğunu, yön verdiğini söyler: Öyle ki, medya yoluyla üretilen bu hiper ve sanal gerçeklik, çoğu zaman yaşadığımız gündelik (fizik) gerçekliğin önüne ve yerine geçer. Dolayısıyla biz yaşanan olayları, hayattaki gerçekleri artık hayatta vuku bulduğu gibi değil, medya nasıl yansıtıyorsa öyle algılarız. Yani, sanal, medyatik gerçeklik, hayattaki gerçek (fizik) gerçeklikten daha gerçek bir konuma geçmiştir. Sonuçta, medyanın ürettiği gerçekler, hayatımızdaki gerçeklerin yerine geçer; hayatımızdaki gerçeklerse, bu süreçte, buharlaşır, sırna kadem basar.

Amerika'daki terör olayı, şu an artık tam bir hiper-gerçeğe dönüştürülmüştür: Medyanın enformasyon ve görüntü bombardımanına maruz kaldığımız için, yaşanan terör olayına, öncesine ve sonrasına ilişkin edindiğimiz tüm "bilgiler", sadece ve sadece medyanın bize sunduğu malumatlardan ibarettir.

Medya, terör olayını da, terör olayına ilişkin her şeyi de ancak medyadan izleyebilen ve öğrenebilen hepimizi de "rehin" ve "esir" almış durumdadır. Medya, işin içinde (tam merkezinde) olduğu süreçte, terör olayının nedenlerini de, bundan sonra neler olabileceğine ilişkin şeyleri de hiçbir zaman tam olarak öğrenemeyeceğiz. Medya bize neyi sunarsa onları gerçekmiş diye kabul edeceğiz. Bugüne kadar tanık olduğumuz şey bu söylediklerimizi doğruluyor açıkça.

Baudrillard, medyanın enformasyon bombardımanının "iletişim coşkusu" ürettiğini belirtir ve medyanın ürettiği iletişim coşkusunun, esas itibarıyla müstehcen (pornografik) olduğuna dikkat çeker. Şöyle ki: Medya, örneğin ABD'deki terör olayı





İşte medyatik hiper-terör bu: Aslâ onaylanamayacak ve kimin, ne amaçla tezgâhladığı belli olmayan vahşî ve de ürkütücü bir terör olayı, bütün müslümanları ve dolayısıyla İslâm'ı fanatizmle, kan-emicilikle özdeşleştirecek (sanal ama boyutları ve sonuçları bakımından terör olayından kesinkes daha tehlikeli ve kalıcı) medyatik bir hiper-terör olayının yaşanmasına, meşrulaştırılmasına malzeme olarak kullanılmıştır.

dolayısıyla bizi yoğun bir enformasyon bombardımanına tabi tutmakta, ürettiği sanal (ve dolayısıyla "ısmarlama", cilalanmış, paketlenmiş ve belli bir amaca hizmet etmesi için tasarlanmış) haberler ve görüntülerle, bizi tam anlamıyla ayartmakta, manipüle etmektedir. Örneğin, terör olayından sonra medya, ürettiği ve tekrar tekrar dolaşıma ve tüketime sunduğu haberler ve görüntüler yoluyla, hem Amerikan toplumunu, hem de tüm dünyayı tam anlamıyla ajite etmiş, ayartmış; ortada somut hiçbir şey olmamasına rağmen dünya kamuoyunu müslümanların ne denli fanatik, gözü dönmüş, kan-emici insanlar olduğu konusunda manipüle etmeyi, yönlendirmeyi başarmış ve Amerika'nın müslüman bir ülkeye yapacağı saldırıları meşrulaştırmıştır.

İşte medyatik hiper-terör bu: Aslâ onaylanamayacak ve kimin, ne amaçla tezgâhladığı belli olmayan vahşî ve de ürkütücü bir terör olayı, bütün müslümanları ve dolayısıyla İslâm'ı fanatizmle, kan-emicilikle özdeşleştirecek (sanal ama boyutları ve sonuçları bakımından terör olayından kesinkes daha tehlikeli ve kalıcı) medyatik bir hiper-terör olayının yaşanmasına, meşrulaştırılmasına malzeme olarak kullanılmıştır. Medyatik hiper-terör, tam bu noktada pornografik bir baştan çıkarıcılık işlevi görmeye başlamaktadır: Medyanın estirdiği hiper-terör havası, Amerika'daki terör olayı ile hiçbir ilgisi olmayan 1,5 milyarlık müslüman dünyanın şeytan-

laştırılmasına (demonization) ve İslâm dünyasının herhangi bir köşesine, ülkesine yapılacak bir saldırı veya savaşın herkesi tatmin edecek, katharsis'e (doyum'a) ulaştıracak şekilde meşrulaştırılmasına son derece uygun bir zemin hazırlamıştır.

Medyanın ürettiği hiper-terörün pornografik ayartıcılığı, o "ilkel" Aristo mantığına başvurur: Amerika'daki vahşî terör olayının zanlıları ilan edilen kişi, grup veya ülkelerle ilgili haberler; (camilerde namaz kılan, Kur'an okuyan) sade ve masum müslümanların görüntüleri eşliğinde tüketime sunulmakta ve böylelikle Umberto Eco'nun deyişiyle "göstergebilimsel bir gerilla savaşı"na dönüştürülerek, bu terör olayının suçlusunun müslümanlar ve dolayısıyla müslümanlık olduğu ilan edilmekte ve herhangi bir müslüman ülkeye yapılacak saldırı, işgal böylelikle meşrulaştırılmaktadır.

Burada tam bir kontrol ve manipülasyon aracı olarak işlev gören medya, Amerikan dış politikasının ve geleceğe ilişkin stratejilerinin (aşklarının ve savaşlarının) meşrulaştırıcısı ve insanların bilinçaltılarını, ilkel dürtülerini harekete geçiren sanal bir silah gibi kullanılmaktadır.

### **Doğa Belgeselleri ve Çocuk Filmleri: Neo-paganizm ve Medyatik Kolonyalizm**

Buraya kadar medyatik kolonyalizm, medyatik oryantalizm ve yeni-paganizm biçimleri konusunda



geliştirdiğimiz argümanları, burada, şimdiye kadar ihmal ettiğimiz ilginç bir alan üzerinde, doğa belgeselleri ile çocuk filmleri örneklerinde test etmenin oldukça yararlı olacağını düşünüyorum.

Doğa belgesellerinin, yoğun pagan / putperest unsurlar içerdiğini, daha doğru bir ifadeyle, bu belgesellerin sonuç itibarıyla pek çok bakımdan pagan metinler olduğunu hiç düşündük mü, merak ediyorum doğrusu. Hepimiz hayvanlar âlemini anlatan doğa belgeselleri izlemiştir zaman zaman. Hatta genel olarak da bu belgeselleri ilgiyle ve merakla izlediğimizi söyleyebiliriz. Peki, bu belgeselleri neden ilgiyle ve merakla izleriz acaba?

Doğa belgesellerini ilgiyle ve merakla izlememizin ilk bakışta görünen nedeni, insanın dünyasının dışındaki dünyaları, tabiatı ve hayvanlar âlemini merak ediyor oluşumuzdur. Ama gerçek neden aslında bu değildir: Gerçek neden, bu belgesellerin kahir ekseriyetine hâkim olan dil’de gizlidir: Tabiatı ve hayvanlar âlemini anlatıyormuş izlenimi uyandıran doğa belgeselleri, aslında kendi dili ve doğasıyla tabiatı ve hayvanlar âlemini anlatmaz bize: Bizi anlatır; bizim dünyamızı. Hayvanlar “ehlileştirilir”, insana yakınlaştırılır, hatta insansılaştırılır. Orada anlatılan şey, tabiat ve hayvanlar âlemi değil, tabiat ve hayvanlar kullanılarak, insanın dünyası, algılama, duyma, görme, akıl yürütme, hayatı yaşama ve sürdürme biçimidir.

Dolayısıyla bu belgeselleri, ilgiyle ve merakla izlememizin en temel nedeni, bu belgesellerde, kimi zaman örtük, kimi zaman açık şekillerde anlatılan, resmedilen, temsil edilen dünyanın bizim dünyamız, yani insanın dünyası olması; dolayısıyla bu belgesellerin bir anlamda bizim dünyamıza örtük olarak ayna tutuyor olmasıdır.

Bu belgesellere damgasını vuran göz ve görme biçimi, antroposentrik / insan-merkezci göz ve görme biçimidir: Doğa belgesellerinde tabiatın ve hayvanların dünyası, insanın dünyası üzerinden kurgulanır ve sunulur. Böylelikle tabiatı ve hayvanların kendi dünyasını anlama kaygısı güdülmez; tabiata ve hayvanların dünyasına insanın dünyası giydirir;

tabii ki batılı seküler-çatışmacı insanın. Burada enteresan bir temsil (yeniden-sunum) problemi vardır: Tabiat ve hayvanların dünyası olduğu gibi sunulmaz bize: İnsanların dünyası, tabiat ve hayvanlar üzerinden yeniden-sunulur. Antroposentrizm (insanın her şeyin merkezine yerleştirilerek tanrısal bir konum biçilmesi) tabiatın ve hayvanlar âleminin bir kez daha insan tarafından kontrol ve kolonize edilmesinin yegâne aracı ve dili’dir burada.

Sorunun paganizm tarafı daha da enteresandır: Bu belgesellerde tabiat, sürekli olarak Tabiat Ana olarak adlandırılır ve Tabiat Ana’nın cömertliğinden, esrarengiz gücünden vesaire sözedilir. Ama bu metinlere biraz daha yakından bakıldığında Hıristiyan sembolizmiyle karışık pagan bir kodifikasyonun altan alta işlediği görülür: Tabiat, Ana’dır. O yüzden cömerttir. Hayvanlar ona emanet edilmiştir; onun ürünlerinden cömertçe yer ve beslenir. Tabiat Ana, cömerttir; doğurur, üretir ve besler; esrarengizdir, tehlikeler barındırır, şimşekler çaktırır, fırtınalar estirir, sıcaktan, soğuktan ve kuraklıktan öldürür vs.

Tabiat Ana, “Dişi Tanrı”dır. Hatta belgesellerde tabiatın bu tür tanrısal niteliklerine sık sık vurgu yapılır. Tabiat Ana’nın bu özelliklerini Hıristiyan sembolizminde, mistisizminde ve teolojisinde bulabiliriz. Ama Hıristiyanlık’ta bulduğumuz bu özellikler, esas itibarıyla pagan Antik Yunan mitolojisinden ve panteonlar dünyasından Hıristiyanlığa tevarüs etmiş, sızmış ve köksalmıştır.

Peki, Tabiat Ana, “Dişi Tanrı”ysa, bu belgeselleri yapan, kuran, kurgulayan göz ve aklın sahibi insan nedir, öyleyse? Tam da Pagan kültürün Hıristiyan teolojisine ve terminolojisine sirayet ettiği şekliyle insan, “Tanrı Baba”dır. (Bunun, 1960’ların ve 1970’lerin Yeşilçam sineması’na, çocuk kahramanlara “Allah Baba” dedirtecek kadar girebilmiş olması, nasıl bir şeydir; yeni-sömürgecilikle ne tür bir ilişkisi vardır acaba, diye biraz düşünmek gerekiyor). Tabiata hükmeden, müdahale eden, tabiatı kontrol eden ve değiştiren, istediği şekilde kullanan, hatta tahrip etme kudret ve kuvvetini (“çocuksuluğunu”) gösteren odur; yani büyük İ ile İnsan’dır.

Ama doğa belgesellerinde tuhaf ve düşündürücü olan bir başka şey de şudur: İnsanın tahripkârlığı, tabiatı nasıl tahrip ettiği pek verilmez; aksine, bu belgesellerde resmedilen doğa, keşfedilmemiş fakat keşfedilecek yeni bir kıta (terra ingognita) olarak resmedilir. Bir yandan tabiat, doğal hâliyle gösterilmeye çalışılır; öte yandan da, böyle yapmakla, keşfedilecek şeyi keşfedebilecek aktörün sadece insan (tanrısal güç sahibi bir aktör) olduğu örtük bir şekilde zihinlerimize kazınır. İnsanın hayatın ve her şeyin merkezine yerleştirilerek tanrısal bir konuma yükseltilmesi demek olan antroposentrizm, burada da hükmünü icra eder bir kez daha.

Mesele çizgi filmlere, çocuk filmlerine geldiğinde, iş, daha da çetrefilleşir ve çığırından çıkar: Çocuk filmlerinin, çizgi filmlerin büyük çoğunluğu, hayvanlar üzerinden kurgulanır: Hatta bu filmlerin ana veya yan karakterleri büyük ölçüde görünüşte "hayvan kahramanlar" dan seçilir. Böylelikle hayvanların masumiyeti ve saflığı ile çocukların masumiyeti ve saflığı eşitlenerek, hayvanların üzerinden çocuklara her tür kültürel kodlama ve anlamlandırma biçimi dolaylı olarak yoluyla tam bir kültürel bombardıman yapılır.

Bazı filmler, elbette ki, insanların dünyasındaki sorunları, açmazları, haksızlıkları vesaire hayvanlar aracılığıyla anlatırlar; çocukların dünyayı, dünyada olup bitenleri kavramaları böylelikle kolaylaşır veya kolaylaşsın diye böyle düşünülür ve yapılır. Böylesi bir şeyin, elbette ki olumlu, yararlı yanlarından söz etmek mümkündür.

Ancak sonuç itibarıyla, bu tür filmlerde yapılan şey, hayvanları insanlaştırmaktır: Bunun en klasik örneği Lassie dizisidir; en son sinema filmi örneği ise, süper-zeki bir kedi ile köpeğin başrollerde yer aldığı Garfield filmidir: Bu filmde ve yüzlerce benzeri üretilen bütün diğer filmlerde, hayvanlar, insanlar gibi konuşur, insanlar gibi yer, insanlar gibi kavga eder, insanlar gibi hayat sürdürür, insanlar gibi bir hayat tarzı seçer; özetle hayvanlar gibi değil, insanlar gibi yaşarlar.



Sorunun paganizm tarafı daha da enteresandır: Bu belgesellerde tabiat, sürekli olarak Tabiat Ana olarak adlandırılır ve Tabiat Ana'nın cömertliğinden, esrarengiz gücünden vesaire sözedilir. Ama bu metinlere biraz daha yakından bakıldığında Hıristiyan sembolizmiyle karışık pagan bir kodifikasyonun altan alta işlediği görülür: Tabiat, Ana'dır. O yüzden cömerttir. Hayvanlar ona emanet edilmiştir; onun ürünlerinden cömertçe yer ve beslenir. Tabiat Ana, cömerttir; doğurur, üretir ve besler; esrarengizdir, tehlikeler barındırır, şimşekler çaktırır, fırtınalar estirir, sıcaktan, soğuktan ve kuraklıktan öldürür vs.

Meselenin problemlili yanı işte burasıdır: Hayvanlara yüklenen roller, kimi zaman, süper-zeki, hatta "süpermen" insan rolleridir; kimi zaman, saf, salak, asalak, tembel, düşük-zekâlı insan-rolleri. Sonuç, tıpkı doğa belgesellerinde olduğu gibi, çocuk filmlerinde veya çizgi filmlerde de hayvanların dünyası kontrol altına alınır, kolonize edilir ve yok sayılır / yok edilir. Tabii çocuk filmlerinin ve çizgi filmlerin doğa ve hayvan belgesellerinden açıkça çok daha tehlikeli tarafı, hayvanlar üzerinden çocuklara belli bir kültürün, hayat tarzının, zevklerin, beğenilerin, elbette ki belli bir ideolojinin, ikonolojinin ve mitolojinin (ezici çoğunlukla seküler Batı kültürünün ve çatışmacı, gücü, parayı ve güç sahibi olmayı kutsayan kapitalist sembolik anlam haritasının) empoze edilmesi, enjekte edilmesidir. Böylelikle, sadece hayvanların dünyası değil, çocuklar ve çocukların dünyası da bizzat yetişkinler tarafından kontrol altına alınır, yönlendirilir, biçimlendirilir ve kolonize edilir.

Makalenin buraya kadar olan bölümlerinde, medya olgusunun çeşitli görünümünü ve sonuçlarını farklı açılardan ve bazı somut örnekler üzerinden tartıştım. Makalenin bu son bölümünde biraz da Türk medyası üzerinde durmak istiyorum. Buraya kadar yaptığımız tartışmaların ve geliştirdiğimiz argümanların Türk medyasını anlamamız açısından bize bir hayli yardımcı olabileceğini sanıyorum.

## YENİ-SÖMÜRGEÇİLİĞİN KEŞİF KOLU OLARAK TÜRK MEDYASI

Türkiye'deki medya rejiminin yapısı ve görünümü, aslında Türkiye'nin yaşadığı temel sorunların bir "ayna imge"si gibidir. Türkiye, bir yandan, patolojik sonuçlar doğuran köklü bir medeniyet buhranı yaşayan, öte yandan da, yaşadığı sorunların nedenlerini kavrayıp köklü çözümler geliştirme yoluna gitmek şöyle dursun, adeta yaşadığı hayatî sorunların üstünü sürgit devâsâ ve kalın bir şalla örten, perdeleyen; sonra da, her şeye bu toplumun derin medeniyet tecrübesinin sunduğu kuşatıcı anlam haritalarıyla bakmak yerine, bu anlam haritalarını sürgit yıkmakla, bunların kökünü kazımakla uğraşan ve sömürgeleştirilmediği hâlde, ürkütücü bir kendi-kendini sömürgeleştirme tecrübesi yaşayan dünyanın tek ülkesidir.

Bu nedenledir ki, Türkiye'deki medya düzeni ve düzeneği,

Türkiye'de zorla, tepeden monteleme yoluyla benimsetilmeye çalışılan, bütün kurumları ve bütün kavramları sekülerleştirilerek İslâm'dan arındırılmış köksüz, tabansız, dayanaksız nevezuhûr bir insan ve toplum tipi icat etmeye çalışan sekülerleşme projesinin bir aracı ve uzantısıdır.

Türkiye'de retoriksel kaygularla ve retoriksel yöntemlerle zoraki olarak uygulanan ve dünyada

Tabii çocuk filmlerinin ve çizgi filmlerin doğa ve hayvan belgesellerinden açıkça çok daha tehlikeli tarafı, hayvanlar üzerinden çocuklara belli bir kültürün, hayat tarzının, zevklerin, beğenilerin, elbette ki belli bir ideolojinin, ikonolojinin ve mitolojinin (ezici çoğunlukla seküler Batı kültürünün ve çatışmacı, gücü, parayı ve güç sahibi olmayı kutsayan kapitalist sembolik anlam haritasının) empoze edilmesi, enjekte edilmesidir. Böylelikle, sadece hayvanların dünyası değil, çocuklar ve çocukların dünyası da bizzat yetişkinler tarafından kontrol altına alınır, yönlendirilir, biçimlendirilir ve kolonize edilir.

hiç bir benzeri olmayan radikal sekülerleşme projesi, nasıl toplumun tarih şuurunu, medeniyet şiarlarını ve müşterek meşairlerini bütünüyle yok eden, anlamsızlaştıran yıkıcı, tahripkâr bir metamorfoz ve mutasyon projesine dönüşerek, bu toplumun medeniyet iddialarını, rüyalarını, ideallerini yok etmiş, toplumumuzun varlık nedenini ve tarih akışını değiştiren yaratıcı ruhunu ve kurucu iradesini oluşturan anlam haritalarını parçalamış, omurgasını çöktürmüş, toplumumuzu tarih yapan asil bir toplum tipinden, tarihte tatil yapan “köleleşme” özellikleri öne çıkan kişilsiz ve kimliksiz bir toplum tipine dönüştürmek gibi tehlikeli, yok edici bir sürecin eşiğine getirip bırakmışsa, aynı şekilde, Türkiye’de hâkim olan medya düzeni ve düzeneği de, toplumumuzun tarih yapıcı, medeniyet kurucu ve çığır açıcı iddialarının, ideallerinin, rüyalarının ve ruhunun yok edilmesi sürecinde hiç bir sömürgeci ülkenin ve hiç bir yabancı medyanın yapamayacağı kadar bu toplumu büyük bir yok oluş mevsiminin eşiğine fırlatan bir iş ve işlev görmektedir.

Resmî sekülerleşme projesi, toplumumuzun temel dinamiklerini dinamitleyecek adımları atarken, seküler Türk medyası da bu adımların kökleşmesine, meşrûlaşmasına zemin hazırlayacak vasatı oluşturmakta; Türk toplumuna bu toplumun anlam haritalarıyla, medeniyet idealleriyle, tarihî tecrübesiyle hiç bir ilgisi olmayan seküler ikonlar, tipler, mitler sunmakta; Türkiye’ye özgü bir seküler medya paganografisi ve ikonografisi üreterek toplumumuzu sömürgecilerin yapamayacağı kadar kimliksiz, kişilsiz, iddiasız, idealsiz, rüyasız, ruhsuz bir toplum hâline getirecek medyatik bir işgal ve yıkım hareketi yürütmektedir. Dünyanın hiç bir ülkesinin medyasında bırakınız görebilmeyi, tahayyül bile edilemeyecek medyatik bir kendi kendini sömürgeleştirme sürecinin kurbanları hâline getirilmektedir Türk toplumu.

Bunun en ürkütücü örnekleri dışarıya, özellikle de İslâm dünyasına da satılan, hem İslâm dünyasını sekülerleştirerek dönüştürmeyi, hem de tam da bizim dünyaya yeni bir medeniyet fikri sunmamız gereken bir zaman aralığında, bizim böyle bir iddiamızın olamayacağı fikrini enjekte eden Türk tele-

vizyon dizileridir. Bu diziler, öncelikli olarak Türk toplumunun kültürel genleriyle oynayan, bütün anlam haritalarını tepetaklak eden, Türkiye’de medya üzerinden uygulanan sömürge araçları olarak işlev görüyor. Bu dizilerde Müslüman tipolojiler, karakterler yok; kurulan göstergebilimsel düzende, namazın, caminin, İslâmî davranış, duyuş, düşünüş ve zihin kalıplarından en küçük bir eser bile görmek mümkün değil. Bir iki istisna hariç, bütün dizilerde, olay örgüsü, dizide işlenen üç kuşağın da “karı-kız peşinde koşturması” anateması etrafında kurgulanıyor. Yine bu dizilerde, inanılmaz bir şarap tüketimi enflasyonu göze çarpıyor: Hiçbir dizide handiyse içki içmeyen tek bir karakter bile yok gibi.

Özetle, bu diziler, Türkiye’nin büyük bir medeniyet krizi yaşayan dünyaya tam da esaslı bir medeniyet fikri sunmaya hazırlandığı bir süreçte, öncelikli olarak Türk toplumunun kimyasını bozmayı, toplumu her bakımdan ürpertici bir dekadansın, metamorfozun eşiğine sürüklemeyi amaçlıyor ve bizim bütün medeniyet iddialarımızın ve rüyalarımızın köküne kibrit suyu döküyor! Batıların sömürgeleştiremediği toplumumuzu ve İslâm dünyasını daha örtük ve daha ayartıcı ve çözücü, çürütücü şekillerde medya üzerinden sömürgeleştiriyor!

Özlü bir şekilde söylemek gerekirse, Türkiye’deki seküler medya düzeni ve düzeneği, toplumumuzun kültürel ikonografyasını ve mitografyasını, zihni coğrafyasını ve kozmografyasını tanınamayacak hâle gelecek kadar tahrip eden en önemli ve en tehlikeli kendi kendini sömürgeleştiren bir araç konumuna yükselmiştir.

Türkiye gibi bir yandan tarih yapıp da, öte yandan da, yaşadığı medeniyet buhranının kaçınılmaz sonucu olarak tarihte tatil yapmaya mahkûm olan bir ülkede, medyanın yıkıcı ve yok edici gücünün, gücün medyasına dönüşmesi, ülkedeki siyasî, kültürel, sosyal, entellektüel ve sanatsal iktidar aygıtlarına gerçek anlamda hâkim olan bir avuç azınlığın elinde, tam bir yıkım ve kıyım makinasına dönüşmesi, güç ve çıkar çevrelerinin güçlerini ve çıkarlarını pekiştirecek ve meşrûlaştıracak bir tahakküm aracına dönüşmesi elbette ki kaçınılmazdı.



Yeni-sömürgecilik olarak adlandırılan fenomen, mevcut literatürde, genellikle kültürel emperyalizm olarak tanımlanıyor. Mevcut literatür derken, ne yazık ki, yalnızca Batı'da geliştirilen seküler literatürü kastediyorum. Türkiye'de bu sorun, neredeyse hemen hiçbir şekilde akademinin gündemine gelebilmiş değil. Üstelik de, hayatımızın her alanına Batı kültürü, hayat tarzı, algılama, görme, anlamlandırma, yaşama biçimleri derinlemesine nüfuz ve sirayet etmiş olmasına, hatta Batılı anlam haritaları ve anlamlandırma pratikleri, son derece yüzeysel şekillerde de olsa, eğitim sistemimizden medya rejimimize kadar Türk toplumunun yüzyıllardan bu yana

sürdüregeldiği, İslâm'ın sunduğu insan, kâinât, Tanrı, zaman, mekân ve gerçeklik gibi bir medeniyetin kurucu paradigmalarını oluşturan İslâm'ın kurucu paradigmalarını etkisizleştirme, hatta yok etme sürecine girmesine rağmen, belki de bu süreç her bakımdan desteklendiği ve resmî olarak Türk toplumu Batı kültürü ve sivilizasyonu yönünde bir kültür ve medeniyet değiştirmeye icbar edildiği için gerek, Türkiye'deki entelektüellerin, akademisyenlerin ilgi ve çalışma alanlarına girebilmiş değil. Çok hayatî bir meseleyle, Türk toplumunun geleceğini derinden belirleyebilecek kadar önemli bir sorunla karşı karşıya olmamıza rağmen, bu meseleye hak ettiği ilgiyi gösteremeyişimizi anlayabilmek gerçekten çok zor.

Türkiye'deki akademinin, genel olaraksa entelijansiyanın böylesine hayatî önemi hâiz bir soruna ilgi duymamasının nedeni, ilk bakışta, yeni-sömürgeciliğin taşıdığı kültürel bagajın zaten kültür ve medeniyet değiştirmeye, Batılılaşma projesini ülkenin temel projesi olarak hayatın her alanına yay-

maya ve yerleştirmeye çalışan seküler elitlerin ve entelijansiyanın da benimsediği ve benimsetmeye çalıştığı seküler Batı kültürü olması'dır diye düşünülebilir. Bu kısmen, doğrudur. Ama asıl neden, Türkiye'nin Batılılaşma projesi uyguluyor olmasından ziyade, Türkiye'nin kendi-kendini sömürgeleştirme projesine soyunmuş olmasıdır. Batılılar tarafından sömürgeleştirilemeyen bir ülkede, dünyada İran ve Afganistan'la birlikte sömürgeleştirilemeyen üç ülkeden biri olan Türkiye gibi bir yerde, Batılılaşmanın bizzat Batılılar tarafından değil de Türkiye'de seküler Batıcı elitler ve entelijansiya tarafından hayata geçirilmeye çalışıyor olması, sömürgecilik

**Özlü bir şekilde söylemek gerekirse, Türkiye'deki seküler medya düzeni ve düzeneği, toplumumuzun kültürel ikonografyasını ve mitoğrafyasını, zihnî coğrafyasını ve kozmoğrafyasını tanınamayacak hâle gelecek kadar tahrip eden en önemli ve en tehlikeli kendi kendini sömürgeleştiren bir araç konumuna yükselmiştir.**

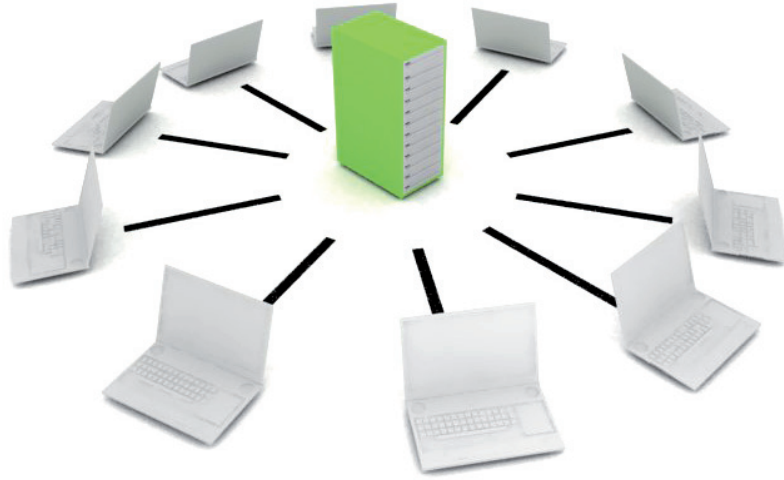
fenomeninin de, yeni-sömürgecilik fenomeninin de Türk entelijansiyanının ve akademiasının gündemine girebilmesini zorlaştırmıştır.

Oysa bütün dünyadaki farklı kültürleri birer birer etkisizleştiren ve yok eden yeni-sömürgecilik gibi son derece ayartıcı ve yıkıcı bir fenomenin Batılılar tarafından sömürülen dünyanın bütün ülkelerinde bizzat Batıcı elitler ve akademisyenler tarafından bile kıyasıya tartışıldığını görüyoruz.

Dışarıdan doğrudan sömürgeleştirilmeye direnmemize rağmen içeriden kendi-kendimizi sömürgeleştirme çabasına soyunmamızın ne anlama geldiği, bunun ne tür sonuçlar doğurabileceği soruları üzerinde kafa yorma ihtiyacı hissetmeyişimiz, bizim hem yeni-sömürgeciliğin mekanizmalarının toplumumuz ve kültürümüz üzerinde nasıl bir iz ve etki bıraktığını anlama isteğimizi iptal ediyor, hem de yeni-sömürgeciliğin ne olduğunu, nasıl işlediğini, daha spesifik olarak da, bu fenomenin esas itibarıyla bir medyatik kolonyalizm olarak görülebileceği gerçeğini görebilmemizi bir hayli güçleştiriyor.

Prof. Dr. Erkan YÜKSEL  
Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi

## MEDYANIN GÜNDEM BELİRLEME GÜCÜ: TOPLUMUN GÜNDEMİNİ KİM BELİRLER?



*“Bütün bildiğim sadece gazetede ne okuduğumdur”  
(Will Rogers)*

Bu sabah uyandıığımızda gün boyu neler yapacağınızı, neler yapmayacağınızı, neleri yarına ya da diğer günlere erteleyeceğinizi düşünmüş olmalısınız. Aynı anda iki işi bir arada yürütemeyeceğiniz ya da aynı anda iki yerde birden bulunamayacağınız için yapamayacağınız bazı işler olacaktır. Ayrıca elinizdeki imkânlar nedeniyle yapamadığınız işler de çıkacaktır. Tabii bütün bunlara ilişkin değerlendirmeyi siz kendiniz, kendi kararlarınızla yaparsınız.

Peki, günlük meselelere ilişkin neleri yapıp, neleri yapmayacağımıza ilişkin kararlarımızı kendimiz verirken, acaba toplumsal meselelere ilişkin hangilerinin önemli ve öncelikli ya da hangilerinin biraz daha bekleyebilecek durumda olduğuna iliş-

kin kararı kim verir? Bu kararın verilmesinde hangi unsurlar etkili olur? Sorunların gerçek yaşamdaki boyutları ile “önemlilik algılaması” arasında nasıl bir ilişki vardır?

Daha da artırabileceğimiz bu tür sorulara, iletişim biliminin etkileri üzerine yapılan çalışmalar arasında, “gündem belirleme kuramı” önemli açıklamalar getirir. Medya, kamuoyu ve siyasal gündem üzerine açıklamalarda bulunan bilim insanları bugüne dek yapılmış 500’e yakın çalışmada konunun farklı boyutlarına ilişkin veriler elde etmişlerdir. Bu yazıda, söz konusu çalışmaların bulgularına ilişkin öne çıkan kimi noktalar üzerinde duracağız...

### HANGİ GÜNDEM? NASIL GÜNDEM?

“Gündem” sözcüğü, zamanın belli bir noktasında önem sırasına göre dizilmiş olaylar ya da konu-

lara yönelik sıralama anlamına gelir. Bu nedenle hepimizin ve her kurumun kendine göre bir gündemi vardır. Tek bir gündemden; yani meselelere ilişkin öncelik ya da önemlilik sıralamasından söz etmek -aslında- anlamlı değildir. Çünkü sizin için önemli olan bir mesele, başkaları için önemli olmayabilir. Onlar için daha başka meseleler, daha önemli bulunabilir. O halde kişisel gündemlerin kişiye özel olduğunu, kurumlara ait gündemlerin de o kurumları bağladığını söyleyebiliriz. Peki, kamu gündemi dediğimiz şey o halde nedir? Başka bir deyişle toplumun karşı karşıya bulunduğu meselelere ilişkin önemlilik sıralaması nasıl bir şeydir?

Kamu gündeminin somut, elle tutulur, hazır bir "metni-listesi" yoktur. Örneğin medya gündemi için bir gazete ele alındığında, "en önemli haber hangisidir?" diye sorulduğunda, "manşet/sürmanşet haberdir" yanıtı alınabilir. Radyo ve televizyon için "en uzun süreli verilen haber" ya da "bültende ilk sırada yer alan haber" karşılığı verilebilir. Farklı yayın organlarındaki önemli haber konularına ilişkin yapılacak bir sıralama, bize medya gündemini oluşturan konuları sunabilir. Örneğin, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin gündemi nedir diye sorulduğunda, gündemdeki konuların listesine, Tutanak Dergisi kayıtlarına bakmak yeterlidir.

Peki, kamuoyunda önemli bulunan konuların neler olduğu sorusuna nasıl yanıt alınabilir? Bu sorunun akla gelen ilk yanıtı, "yapılacak bir kamuoyu araştırmasıyla yanıt verilebilir" olabilir. Başka bir deyişle, toplumu oluşturan bireylere gidip, soru sorarak gündemlerinde hangi konuların olduğu öğrenilebilir.

Gündem belirleme kuramı üzerine çalışan bilim insanları, Amerika Birleşik Devletleri'nde kamuoyunun gündemine ilişkin bir liste oluşturabilmek için düzenli kamuoyu araştırmaları yapan Gallup'un verilerini kullanmışlardır. 1953'ten beri bu araştırmada sorulan ve artık bir kalıp haline gelmiş olan soru şu şekildedir: "Bugün ülkenin karşı karşıya bulunduğu en önemli problem nedir?"

Bu soruyu siz de kendi kendinize sorabilirsiniz: "Bugün Türkiye'nin karşı karşıya bulunduğu en önemli problemler nelerdir?" Ardından verebildiğiniz yanıtları listeleyebilir ve kamu gündemine

ilişkin; yani toplumun önemli gördüğü konulara ilişkin denemelik bir "önemlilik sıralaması" oluşturabilirsiniz.

Kamu gündemi üzerine yapılan çalışmalarda bugüne dek alınan yanıtlar, ağırlıklı olarak dört ya da beş konunun öne çıktığını göstermektedir. Eş deyişle, kamu gündemine ilişkin olarak, çoğunlukla dört-beş konuluk "ortak ve ağırlıklı" bir önemlilik listesine ulaşılmaktadır.

Bu duruma kavramsal olarak "gündemin taşıyabilme kapasitesi" adı verilmektedir. Bu ay-

nen bir gazetenin birinci sayfasına girebilecek haber sayısı ya da bir televizyon ana haber bülteninde sunulabilecek haber sayısı gibi gündemin bir sınırlılığı olduğu anlamına gelir. Kamu gündeminin de ağırlığı dört ya da beş konu üzerinedir.

## KÖŞE KAPMACA OYUNU

Aynen bir gazete sayfasına sayfada olmayan bir haberin girebilmesi için nasıl bir başka haberin çıkartılması gerekirse, kamu gündeminde de bir ko-

Kamu gündemi üzerine yapılan çalışmalarda bugüne dek alınan yanıtlar, ağırlıklı olarak dört ya da beş konunun öne çıktığını göstermektedir. Eş deyişle, kamu gündemine ilişkin olarak, çoğunlukla dört-beş konuluk "ortak ve ağırlıklı" bir önemlilik listesine ulaşılmaktadır. Bu duruma kavramsal olarak "gündemin taşıyabilme kapasitesi" adı verilmektedir.

nunun önemli hale gelmesi için gündemdeki bir başka konunun düşmesi gerekir. Eş deyişle, bir konuyu gündeme getirmek için gündemdeki bir konuyu düşürmek; gündemdeki bir konuyu düşürmek için de başka bir konuyu gündeme getirmek gereklidir.

Bu durum bir köşe kapmaca oyununa da benzetilebilir. Kamu gündemi dört ya da beş köşeli bir odadan oluşur. Ebe olan kişinin bir köşeyi kapması için gündemdeki bir konunun yerini kapması gerekir.

Peki, bu köşe kapmaca oyununda kazanmak için neler yapılır? Başka bir deyişle, kamu gündeminde yer alabilmek için nasıl bir oyuncu olunmalı, hangi taktikler izlenmelidir?

Gündem belirleme alanında yapılan çalışmalarda bu sorulara ilişkin kimi yanıtlar sunulmaktadır. Anahtar konumdaki oyuncu olarak ise "medya" gösterilmektedir. Bir konunun kamu gündeminde yer alabilmesinin en önemli basamağı, o konunun medya gündeminde yer almasıdır. Medya gündeminde öne çıkan ya da önemleştirilen konular bir süre sonra kamu gündeminde de önemli ya da öncelikli konular olarak dikkati çekmektedir. Bugüne dek medya gündemindeki konularla, kamu gündemindeki konular arasındaki ilişkiyi karşılaştıran, özellikle Amerika Birleşik Devletleri kaynaklı araş-

tırmalarda elde edilen bulgular, konuların önemlilik sıralamasına ilişkin listenin her iki grup için de birbiriyle anlamlı bir ilişki içinde bulunduğunu göstermektedir. Medya gündemi ile kamu gündeminin ilişkinin anlamlı olduğunu belirten bu araştırmaların yanında, ilişkinin yönüne ilişkin bulgular da medya gündeminin kamu gündemine öncülük ettiğini, başka bir deyişle medya gündeminin kamu gündemini anlamlı bir şekilde belirlediğini ortaya koymaktadır.

ortaya koymaktadır.

## İLK GÜNDEM BELİRLEME ÇALIŞMASI

Bu noktada biraz da gündem belirleme araştırmasının detaylarına değinerek konuyu açalım...

ABD'li iki bilim insanı Maxwell McCombs ve Donald Shaw, 1968 Başkanlık Seçimi kampanyası döneminde bir üniversite şehri olan Chapel Hill'de 100 kararsız seçmen belirlemişler ve onlara anket uygulamışlardır. Beş ana kampanya konusu (dış politika, yasa ve düzen, mali politika, halkın refahı ve sivil haklar) en çok belirtilen konular olarak kamu gündemini oluşturmuş-

tur. Diğer yandan beş gazete, iki haber dergisi ve iki televizyon kanalına uygulanan içerik analizi ile de medya gündemi çıkarılmıştır. Haberleri televizyonda verilmiş süresi ve öncelik sırasıyla, gazete ve

Bugüne dek medya gündemindeki konularla, kamu gündemindeki konular arasındaki ilişkiyi karşılaştıran, özellikle Amerika Birleşik Devletleri kaynaklı araştırmalarda elde edilen bulgular, konuların önemlilik sıralamasına ilişkin listenin her iki grup için de birbiriyle anlamlı bir ilişki içinde bulunduğunu göstermektedir. Medya gündemi ile kamu gündeminin ilişkinin anlamlı olduğunu belirten bu araştırmaların yanında, ilişkinin yönüne ilişkin bulgular da medya gündeminin kamu gündemine öncülük ettiğini, başka bir deyişle medya gündeminin kamu gündemini anlamlı bir şekilde belirlediğini ortaya koymaktadır.



dergilerde kapladığı alan ve bulunduğu sayfa gibi özelliklerle değerlendirerek bir önemlilik sıralaması oluşturan bilim insanları, seçim kampanyasıyla ilgili haberlerin büyük bir kısmının önemli siyasal konuları tartışmaya değil de, seçim kampanyasının kendini analiz etmeye yönelik olduğunu fark etmişlerdir. Seçime katılan üç aday ise bu konulara farklı oranda vurguda bulunmuştur. Daha sonra kamu ve medya gündemi karşılaştırıldığında bunlar arasında güçlü bir ilişki (+.976) olduğu görülmüştür. Seçim döneminde kamudaki en önemli konuya medyada da en çok ilginin gösterildiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, medyanın gündeminin kamu gündemini belirlediği sonucuna ulaşılmıştır.

“Karşılaştırmalı konu hiyerarşisi” türündeki ilk gündem belirleme araştırmalarına öncülük eden söz konusu çalışma, 1972 yılında Journalism Quarterly dergisinde yayımlanmıştır. Çalışma, “gündem belirleme” alanındaki araştırmalara isim babalığı yapması ile de ayrı bir önem taşımaktadır.

“Nedenselliğin yönü” üzerine 1972 yılındaki Başkanlık Seçimleri döneminde yaptıkları çalışmada da McCombs ve Shaw medya gündeminin mi, yoksa kamu gündeminin mi önce geldiğini araştırmışlardır. 1977’de yayımlanan bu çalışmada da medya içeriklerinin kamu gündemini belirlediği (öncülük ettiği) tespit edilmiştir. Çalışmada medyanın, kamu gündemini belirleme rolünden söz edilerek, medyanın insanlar üzerinde “bilişsel” düzeyde etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır.

İlk araştırmalardan bu yana “gündem belirleme” alanında yapılan çalışmalarda yalnızca seçim dönemlerindeki medya ve kamu gündemi karşılaştırılmamış; zaman kesiti alma yöntemine dayalı bu çalışmalar dışında, uzun dönemli ve konuların doğasını anlamaya yönelik derinlemesine çalışmalarla birlikte, dünyanın farklı ülkelerinde, farklı zamanlarda, farklı kitle iletişim aracı türleri üzerinde, hatta laboratuvar ortamları oluşturularak medyanın insanlar üzerinde, bilişsel düzeyde “farkındalık yaratma” boyutunda etkileri olduğuna ilişkin önemli bulgular ortaya konulmuştur.

## NE HAKKINDA KONUŞACAKSINIZ?

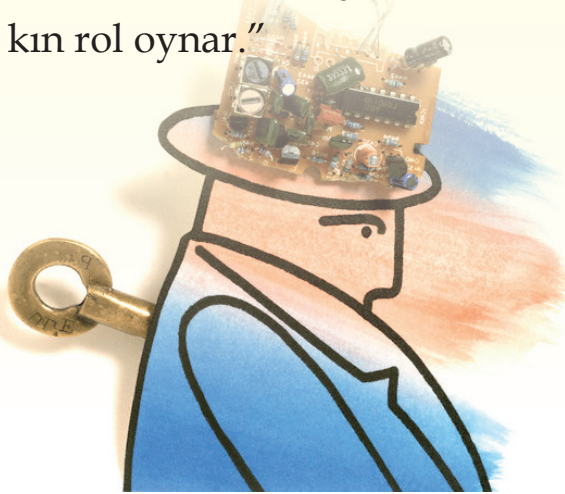
Belki de ilgi çekici olarak ilk gündem belirleme çalışmasının atıfta bulunduğu önemli bir ifadeye de yer vererek konunun daha net anlaşılmasını sağlayabiliriz. McCombs ve Shaw’ın atıfta bulunduğu; iletişim biliminin ilk kitapları arasında gösterilebilecek, 1922 tarihli Walter Lippmann’ın “Public Opinion (Kamuoyu)” adlı eserinde ifade ettiği görüşleri özetle şu şekildedir:

“İçinde yaşadığımız çevre ile ilgili bildiklerimizin çoğunun bize doğrudan deneyimlerimizle değil de; dolaylı yollarla, örneğin kitle iletişim araçları aracılığıyla gelir ve bunlar yalnızca bir görüntüden ya da anlam haritasından ibarettir... Başımızdan geçmemiş bir olay hakkında sahip olabileceğimiz tek duygu, söz konusu olayın zihnimizdeki imajının yarattığı duygudur... Zihnimizdeki resimler bireysel olarak, doğrudan kişisel deneyimlerimizden, kitaplarda, dergilerde ve gazetelerde ne okuduğumuzdan, televizyon ve sinemada ne seyrettikse onlardan inşa edilir. Kitle iletişim araçları, kafamızdaki resimlerin inşasında baskın rol oynar.”

Siyaset bilimcisi Bernard Cohen de 1963’de yayınlanan “The Press and Foreign Policy (Basın ve Dış Siyaset)” adlı çalışmasında gündem belirleme düşüncesini, daha sonra yaklaşımın atasözü haline gelecek olan “Basın, çoğu zaman insanlara ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmayabilir, fakat okurlara ne hakkında düşüneceklerini söylemede fevkalade başarılıdır... Dünya farklı insanlara; kendilerine okudukları (gazete) sayfaların yazarları, editörleri ve yayıncıları tarafından çizilen haritaya bağlı olarak, farklı görülecektir” diyerek açıklamıştır.

Gündem belirleme yaklaşımının temel hipotezi, medyanın insanların ne hakkında düşüneceklerini belirlediği düşüncesine dayanır. Yaklaşımına göre medya, haberleri sunuş yoluyla kamuoyunun düşündüğü ve konuştuğu konuları, eş deyişle kamu gündemini belirlemektedir. Geleneksel gündem belirleme yaklaşımına göre medyanın belirli bir konuya ayırdığı (gazete ve dergi için) yer ya da (radyo ve

“İçinde yaşadığımız çevre ile ilgili bildiklerimizin çoğunun bize doğrudan deneyimlerimizle değil de; dolaylı yollarla, örneğin kitle iletişim araçları aracılığıyla gelir ve bunlar yalnızca bir görüntüden ya da anlam haritasından ibarettir... Başımızdan geçmemiş bir olay hakkında sahip olabileceğimiz tek duygu, söz konusu olayın zihnimizdeki imajının yarattığı duygudur... Zihnimizdeki resimler bireysel olarak, doğrudan kişisel deneyimlerimizden, kitaplarda, dergilerde ve gazetelerde ne okuduğumuzdan, televizyon ve sinemada ne seyrettikse onlardan inşa edilir. Kitle iletişim araçları, kafamızdaki resimlerin inşasında bas-  
kın rol oynar.”



televizyon için) zaman miktarının ölçülmesi ile elde edilecek veriler, izleyenlerin (kamuoyunun) aynı konuya gösterdiği ilgi miktarıyla ya da onların bu konunun önemliliğine ilişkin yargılarıyla yakından ilişkilidir. Medyada büyük yer tutan konular, kamu gündeminde de önemli konulardır. Başka bir deyişle gazetelerde manşete çıkarılan, televizyon kanallarında ilk haber olarak verilen konular bir süre sonra kamunun zihninde de “önemli konular” olarak yer etmektedir.

### NE KADAR SÜRE GEREKİR?

Peki, medya gündeminin kamu gündemini belirlemesi için ne kadar süresi geçmesi gereklidir? Eş deyişle, medya gündeminde yer alan bir konunun kamuoyu tarafından da “önemli” hissedilmesi için geçmesi gereken süre ne kadardır? Bu soruya yönelik yapılan araştırmalar birbirinden farklı zaman aralıklarına işaret etmektedir. Beş hafta ile altı aya kadar süre geçmesi gerektiğine işaret eden ve farklı zaman aralıkları kaydeden birçok araştırma mevcuttur. Ancak net ya da ortak bir süre tanımı yoktur.

Bir genelleme yapılacak olursa, bu araştırmalarda ele alınan konular ve diğer unsurlar dikkate alındığında, “konuların niteliğinin” zaman aralığının belirlenmesinde önemli bir unsur olduğu anlaşılmaktadır. Hatta bu bağlamda kamuoyunun kendi deneyimleriyle “doğrudan öğrendiği” konular ile “dolaylı öğrenilen konular” arasında karşılaştırmalı olarak yapılan çalışmalar, “dolaylı öğrenilen konularda” medya bağımlılığının ya da etkisinin daha fazla olduğunu ispatlamıştır.

Doğrudan öğrenilen konular çoğunlukla bireylerin kişisel deneyimleriyle günlük yaşamda karşı karşıya bulunduğu sorunlara karşılık gelir. Örneğin işsizlik, hayat pahalılığı, hava kirliliği, sosyal güvenlik ve sağlık konularındaki sıkıntılar bu tür konulardır. Medya yazmasa bile insanlar bu konuda kendi deneyimleriyle bilgi sahibi olabilmektedirler. Dolaylı öğrenilen konular ise çoğunlukla medya aracılığıyla edindiğimiz bilgilere karşılık gelir. Örneğin Etiyopya’daki açlık, Afganistan’daki savaş, Irak’taki iç karışıklık, Filistin’e yardım gemisine silahlı saldırı

Doğrudan deneyimle öğrenilen konularda olayların gerçek yaşamdaki boyutlarının etkisi güçlü bulunmuştur. Ancak dolaylı öğrenilen konularda bu etki çoğunlukla medyanın yansıttığı kadarıyla ilişkilidir ve gündem belirleme araştırmalarından ortaya çıkan sonuçlardan birisi de medya gündemini belirlemede gerçek yaşam göstergelerinin nispeten önemsiz bulunduğudır. Eş deyişle medya gündemi ile gerçek yaşam göstergeleri arasındaki ilişki genellikle “çok az” düzeyde bulunmaktadır. Olayların gerçek yaşamdaki boyutları ile medya gündemindeki görünürlükleri ya da önemlilikleri çoğu zaman birbirine paralel değildir.

rı, Kudüs’te yaşananlar, küresel ısınma, balinaların karaya vurması, hatta ülkeyi yönetenlerin o gün yaptığı işler ve açıklamalar bile medyadan öğrendiğimiz haber konularıdır.

### GERÇEK YAŞAM ALGISI

Peki, olayların gerçek yaşamdaki boyutlarıyla toplum tarafından önemli algılanmaları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Doğrudan deneyimle öğrenilen konularda olayların gerçek yaşamdaki boyutlarının etkisi güçlü bulunmuştur. Ancak dolaylı öğrenilen konularda bu

etki çoğunlukla medyanın yansıttığı kadarıyla ilişkilidir ve gündem belirleme araştırmalarından ortaya çıkan sonuçlardan birisi de medya gündemini belirlemede gerçek yaşam göstergelerinin nispeten önemsiz bulunduğudır. Eş deyişle medya gündemi ile gerçek yaşam göstergeleri arasındaki ilişki genellikle “çok az” düzeyde bulunmaktadır. Olayların gerçek yaşamdaki boyutları ile medya gündemindeki görünürlükleri ya da önemlilikleri çoğu zaman birbirine paralel değildir.

Bu durum aslında gazetecilik mesleğinin doğasıyla da uyumlu bir sonuçtur; çünkü gazetecilikte normal olanın haber değeri düşüktür. Her gün olan biten yerine, nadir görülen, ilginç, farklı, zıtlık ifade eden konular haber yapılır. Onun için de “köpeğin insanı ısırması değil ama insanın köpeği ısırması” değerli bir “haber” sayılır. Durum böyle olunca; kurulacak bir düz mantıkla, olayların gerçek yaşamdaki boyutlarının medya içeriklerine olduğu gibi ya da ayna gibi yansması da beklenemez. AIDS konusu üzerine yapılan uzun dönemli araştırmalar, medya gündeminin konuya gösterdiği ilginin konunun gerçek yaşamdaki durumundan bağımsız olduğunu ortaya koymaktadır.

### BAŞKA NE/LER ETKİLİDİR?

Peki, bir konuyu kamu gündemine yerleştirmede başka ne ya da neler etkili olur? Bu konuda da bireysel niteliklere, deneyim farklılıklarına, yönelim gereksinimine, bireylerarası iletişimin etkisine, ateşleyici (ani gelişen) olayların rolüne, bireylerin medya etkilerine maruz kalma derecesine, mesajın tekrarlanmasının etkisine ve kaynağın güvenilirliğine yönelik çeşitli unsurlar araştırılmıştır. Ancak başta da söylendiği gibi en çok medyanın rolü üzerinde durulmuştur.

O halde kamu gündemini belirlemede en büyük güç olan medya gündemini ne ya da kim belirlemektedir? Medya gündeminden yalnızca kamu gündemi mi etkilenmektedir? Ülkeyi yönetenler, siyasal partiler ve meclisler medya gündeminden ne ölçüde etkilenmektedir? Gündem belirleme alanında yapılan çalışmalarda bu soruların yanıtlarına da belli ölçülerde yanıtlar verilmiştir. Bunlar ise ayrı yazıların konusunu oluşturmaktadır.

Prof. Dr. Nevzat TARHAN  
Psikiyatri Uzmanı, İnsani Değerler ve Ruh Sağlığı Vakfı Başkanı

## HOŞGÖRÜ VE DİYALOG



Hoşgörü ve diyalog birbirini tamamlayan kavramlardır. Birleşmiş Milletler 1995 yılını “Hoşgörü Yılı” ilan etmişti. UNESCO da 16 Kasım 1995’te “Hoşgörünün İlkeleri Bildirgesi”ni yayınladı.<sup>1</sup> Bildirinin birinci maddesinde hoşgörü, dünyamızdaki kültürlerin zengin çeşitliliğini, ifade biçimlerini ve insan olmanın yollarını kabul etmek, bunlara saygı göstermek ve değerlerini bilmek olarak tanımlanmaktadır. Sadece ahlaki bir kavram olmadığı, aynı zamanda siyasi ve hukuki bir gereklilik olduğu da belirtilmektedir. Barış kültürünün savaş kültürüyle yer değiştirilmesi anlamına geldiği de söylenen hoşgörü tanımında, yanlış kabullenme ve göz yumma anlamına gelmeyeceği açıklanmıştır. Hoşgörü, başkalarının görüşlerini anlama yeteneği olarak tanımlanmıştır. Aynı zamanda hoşgörü, karşı tarafı anlamaya çalışan, anlayışlı bir tartışma iradesidir. Bu tanım da bize hoşgörünün diyalogsuz olamaya-

cağını göstermektedir. Bir kişi yalnız, izole (yalıtılmış) bir şekilde yaşıyorsa ve hoşgörülü olduğunu iddia ediyorsa, bu kişi hoşgörüyü sadece kafasında yaşatıyor demektir.

Hoşgörüyü hayata geçirebilmek için diyalog gerekir. Diyalog olduğu zaman hoşgörü uygulamaya geçer. Mesela yeni bir ilaç keşfedildiği zaman, o ilacın insanlar üzerinde kullanılmadan, ilacın sonuçları, faydaları ve riskleri görülmeden iyi olduğu iddia edilemez. Hoşgörü de kulağa hoş gelen bir sözdür fakat bunun hayata, diyaloga geçirilip uygulanmasının sonuçlarının görülmesi gerekir. Bu sebepten dolayı hoşgörü ve diyalogun birlikte değerlendirilmesi gerekir. Hoşgörü iki şekilde tanımlanır:

### Negatif Hoşgörü

Kişinin karşı tarafa tahammül etmesine, sabırlı olmasına, saygı göstermesine rağmen onu dinleme-



Karşı tarafı anlamaya çalışan karşılıklı ilişkiye ve bu ilişkiyi sağlıklı bir şekilde yürüten anlayışa pozitif hoşgörü denir. Bu hoşgörüde aktif diyalog vardır. Karşı tarafı dinleyip, onun görüşlerini alıp ona karşı bir sentez geliştirme çabası vardır. Bu tür hoşgörüden olumlu sonuçlar alınır. Pozitif hoşgörü insanlar arasındaki yatay ilişkinin sonucudur.

mesine negatif hoşgörü denir. Bu hoşgörü türü faydalı bir hoşgörü türü değildir, çünkü diyalog oluşturmaz. Negatif hoşgörüde pasif dinleme ve pasif diyalog vardır. Kişi, karşısındaki konuşurken onu dinlemeyip ne söyleyeceğini düşünür ve kendi fikrini kabul ettirme çabasına girer. Özü alınmış, faydalı bir hoşgörü değildir ve bu tür hoşgörünün sonuç veremeyeceği durumu ortaya çıkar.

Negatif hoşgörüye kibirli hoşgörü de denilebilir. Bu hoşgörüde karşı tarafın hoş olmadığını bilecek ona katlanmak vardır, onu anlamaya çalışmak yoktur. Onun da kendine göre haklı tarafları olabilir tarzında bir yaklaşım bulunmaz.

### Pozitif Hoşgörü

Karşı tarafı anlamaya çalışan karşılıklı ilişkiye ve bu ilişkiyi sağlıklı bir şekilde yürüten anlayışa pozitif hoşgörü denir. Bu hoşgörüde aktif diyalog vardır. Karşı tarafı dinleyip, onun görüşlerini alıp ona karşı bir sentez geliştirme çabası vardır. Bu tür hoşgörüden olumlu sonuçlar alınır. Pozitif hoşgörü insanlar arasındaki yatay ilişkinin sonucudur.

Pozitif hoşgörüde karşı tarafın haklı olduğu yönler olabilir, onu anlamaya çalışmak ve konuşup tartışmaya açık olmak gibi özgüven ihtiva eden davranışlar vardır.

Osmanlı pozitif hoşgörünün en güzel örneğini göstermiştir. İmparatorluk adalet eksenli olduğu için hür tebaa kavramını oluşturmuştur. Mesela Osmanlı döneminde Lübnan'da şeytana tapan tarikatlar ortaya çıkar. Bunlara karşı ne yapılması konusunda padişaha sorulduğunda "Toplumdaki güvene, asayişe zarar vermiyorsa bırakın" cevabı alınır. Osmanlı, kimseye zarar vermemiş, müdahale etmemiştir. Hür türlü inanç, değer kendi geleneğini yaşamıştır. Herkes kendi ticaretini yapmış, kendi mülküne sahip olmuş, hür tebaasını oluşturmuştur. Ortaçağ'da bütün dinlere ve etnik ırklara eşit kalan Osmanlı'nın yaptığını Batı, modernizmde özgürlükçü laiklik tarzıyla yapmaya çalışmaktadır. Hür tebaa Osmanlıda hoşgörünün sınırlarını çizen bir kavramdır.

### Hoşgörü, Farklı Fikirlerle Saygıdır

Hoşgörü aynı zamanda toplumda tolerans karşılığında da kullanılmaktadır. Karşı taraftaki insanların farklı fikirlerine tolerans gösterme anlamına gelir. Yaklaşık 250 sene önce Voltaire'in "Söylediklerinizin hiçbirine katılmıyorum, fakat bunları söyleme hakkınızı ölünceye kadar savunacağım" sözü pozitif toleransın (hoşgörünün) en güzel örneğini göstermiştir. Düşüncelerine katılmadığı halde onları ifade etmesine karşı gösterdiği saygıyı anlatmıştır. Bu davranış, aynı zamanda kendine güvenin işaretidir. Kendi fikrine güvenen insan hoşgörüye ve diyaloga açıktır. Kendi fikrine güvenmeyen insan ise bütün bunlara kapalıdır çünkü konuştuğu zaman kaybedeceğini bilir. Doğruyu ve gerçeği bulma çabasındaki kimse diyalogdan, özgür tartışma ortamından korkmaz fakat sahip olduğu gerçeklere inanmayan ve kendine güvenmeyen kimse bütün bunlardan korkar. Kendi fikrine güvenmeme hoşgörüyü sabote eden ruh hallerinden biridir.

### Hoşgörünün Sınırları

Hoşgörüde temel insan haklarına saygı önemlidir. İnsanların yaşama, seyahat, adil yargılanma, fikir, din ve inanç özgürlüğü gibi temel hakları vardır. İnsanın bedeninin kaşı, gözü, kolu, bacağı gibi fiziksel bütünlüğü vardır ve kişinin rızası olmadan bu bütünlüğe kimse müdahale edemez. Bu insanoğlu-

nun bedensel hakkıdır. Acil durumlarda hekim gibi yetki sahibi kimseler ancak müdahale edebilir. Aynı bunun gibi özgür düşünce, kendini ifade etmek gibi, temel insan haklarına da müdahale hukuksuzluktur ve zulümdür. Kişi bu haklara insan olduğu için doğuştan sahiptir ve bu haklar kimse tarafından sonradan bahsedilmez. Sahip olduğu bu haklar elinden alınmaya kalkılırsa, o kişi insan olarak kabul edilmiyor demektir. Yaşama hakkı elinden alınırsa o kişi insan olarak görülüyordur. Bu durumda hukukun bozulması söz konusudur. Temel haklar medenileşmede en önemli unsurdur ve tabî olan bu haklara müdahale insanlık suçudur. Bunlar vazgeçilemez ve devredilemez. Mesela bir insanın gözünden, kulağından vazgeçmesi ve başkasına vermesi gibi bir hakkı yoksa, hiçbir otoritenin de bu hakları başkasına verme hakkı yoktur. Bunu kabul etmeyen bir devlet, insanlık suçu işlemiştir.

İnsanoğlunun, temel haklarıyla ilgili bir müdahale olduğu zaman susmaması gerekir. Eğer susarsa insanlığından vazgeçmiş anlamına gelir. Bu, insan hakkına kötülüktür ve toplumda sığınacak yer bulmaması gerekir. Bazı aydın kimseler böyle bir kötülüğe tavır almadıkları zaman o kötülük onların dünyasında yer bulur ve kötülüğe ortak olurlar. Bir yerde insan haklarına müdahale yapılırken duyar-sız kalmak, o kötülüğe çanak açmak, sığınmaktır. Bu davranış da etik ihlaldir. İnsan haklarına tecavüze karşı çıkmak insani bir görevdir. Mesela darbeciliğe, bazı insanların asimile edilmesine, anadili konuşma yasağına karşı çıkılmalıdır. Bu kültürün toplumda oluşması gereklidir.

İnsanın kıyafetleri sonradan verilir ama cildi doğuştandır. Bunun gibi temel insan haklarından diyalog ve hoşgörü nedeniyle vazgeçilmez. Diyalog ve hoşgörü yapıyorum diyerek temel, zaruri değerlerden vazgeçildiğinde güçlünün dediği olur. Hoşgörü ve diyalogun sınırlarını temel insan hakları belirler. Temel insan hakları konusunda hoşgörüsüz olunması gerekir. Bu hakların kısıtlanması onaylanmaz, kabullenilmez. Karşı fikirler olabilir, tartışılabilir ama bu konularla ilgili haksızlığa karşı duruş göstermek insani bir görevdir.

Temel insani değerler asırlar öncesinden beri var olan değerlerdir. Kutadgu Bilig'te geçen bir kural vardır. Hakanla halk arasında bir anlaşma yapılır.

Hakan topluma şöyle der: "Yasalara uy, vergileri zamanında ver, dostumla dost; düşmanımınla düşman ol." Halk da hakana şöyle söyler: "Yasalara uyarım ama adil yasalar olmalı, vergileri zamanında veririm ama gümüşün ayarını bozmamalısın, dostunu dost, düşmanını düşman bilirim ama sen de bizim için güveni sağla." Asırlar öncesinde Orta Asya'daki Türklerin bu değerleri günümüzde de hâlâ geçerlidir. Bunlar yönetenle yönetilenler arasındaki temel değerlerdir. Bunlar bozulduğu zaman diyalog da bozulur. Tek taraflı gücü elinde bulunduran güvenliği sağlayamaz.

Sınırsız hoşgörü kulağa hoş gelir ama uygulanabilir bir kavram değildir. Hoşgörünün sınırlarının belirlenmesinde fikir hürriyeti önemli yer teşkil eder. Kanaatler eyleme dönüşmedikçe serbest bırakılmalıdır. Kanaat yanlış da olsa hoşgörü gerekir.

İnsanın kıyafetleri sonradan verilir ama cildi doğuştandır. Bunun gibi temel insan haklarından diyalog ve hoşgörü nedeniyle vazgeçilmez. Diyalog ve hoşgörü yapıyorum diyerek temel, zaruri değerlerden vazgeçildiğinde güçlünün dediği olur. Hoşgörü ve diyalogun sınırlarını temel insan hakları belirler. Temel insan hakları konusunda hoşgörüsüz olunması gerekir. Bu hakların kısıtlanması onaylanmaz, kabullenilmez. Karşı fikirler olabilir, tartışılabilir ama bu konularla ilgili haksızlığa karşı duruş göstermek insani bir görevdir.

Düşüncelere savunma hakkı verilmesi, toplumsal düşüncenin ilerlemesine ve fikrin gelişmesine katkı sağlar. Fikirler çarpıştıkça serbest fikir piyasasında üretim olur.

## Hoşgörünün Düşmanı Bencillik

Dünyadaki ekonomik sarsıntılara bakıldığında, Amerika'daki şirket yöneticilerinin ihtiraslarının, doyumsuzluklarının, açgözlülüklerinin krize sebep olduğu kabul edilmiştir. Bu hırsları yüzünden sanal satışlar yapılır, yapay ekonomik hareketlilik meydana getirilir, hormonlaşmış bir ekonomi oluşur. Bu hormonlu ekonomi bir yerde arıza verdi, patladı ve dünyayı etkiledi. Son ekonomik kriz de kapitalizmin kurucusu Adam Smith'in tezinin çürümesine sebep oldu. 18. yüzyılın sonunda Smith şunları söylemişti: "Toplum, çıkarı peşinde koşan bireylerden oluşur. Bireyin motivasyonu çıkarıdır. Toplumun çıkarını bireyin düşünmesine gerek yoktur. Birey bencil olmalı ve çıkarı peşinde koşmalı, çünkü birey yararına olan toplum yararına olacaktır. Ayrıca toplumun yararı için ahlaki değerler oluşturmaya ihtiyaç yoktur." Bu sözleriyle rekabeti ve benmerkezciliği teşvik etti. Bireyin çıkarı ile toplumun çıkarı arasında çatışma olduğunda birey kendi bir lirası için toplumun bin lirasını kolayca harcar. Sabırsızlığı aceleciliği artırır ve tüketimi etkiler. Böylece Smith'in "bireysel yarar ortak yarara götürür" tezini çürütmüştür. Son iki asırdır ahlak bilimsel kategori değildir görüşü savunuldu. Fakat yüceltilen bencillik sonucunda küresel krizler ortaya çıktı.

Bencil ve bireysel çıkarı peşinde koşan insan, kendi çıkarı ile başkalarının çıkarı arasında tercih yapmak durumunda kaldığında kendi çıkarını tercih eder. Bununla ilgili çıkar deneyleri yapılmıştır. Büyük bir suç işlenmiştir ve bu suçla ilgili iki kişi yakalanır. Bu kişilerin suçla ilgisi vardır fakat yeterli delil yoktur. Polis bir formül geliştirir. İki kişiyi aynı odaya koyarlar. Fakat iki kişiyle de ayrı ayrı görüşüp pazarlık yaparlar. Rasyonel davranan kişi kendi çıkarını düşünür, arkadaşının çıkarını düşünmezse daha az ceza alacaktır. Kendi çıkarını düşünürse bir yıl ceza alacak, karşı taraf 24 seneye cezalandırılacaktır; ortak çıkarlarını düşünürlerse ikisi de 10'ar yıl ceza alacaklar; suçun gerçek karşılığı ise üç yıldır. İki kişi de böyle bir seçenekle karşı karşıya kalır.

Ayrı ayrı konuşulup ikisini de aynı odaya koyarlar. Daha sonraki konuşmada iki kişi de kendilerinin bir sene, karşı tarafın 24 sene ceza alacakları savunmasını yaparlar. İki suçlunun da ortak çıkara göre değil, bireysel çıkara göre hareket ettikleri görülür. Bu deney bireysel çıkarıcılığın peşinde koşmanın ortak çıkardan daha rasyonel olduğunu göstermektedir. İnsan, aklıyla hareket ettiğinde suçu başkasına yıkararak davranışlarını belirliyor ama aklıyla değil de etik değerlerle harekete ettiğinde kendi çıkarına rağmen ortak çıkarı gözetiyor. Bu tür deneyler ahlakın güncellenmesi ihtiyacını göstermektedir.

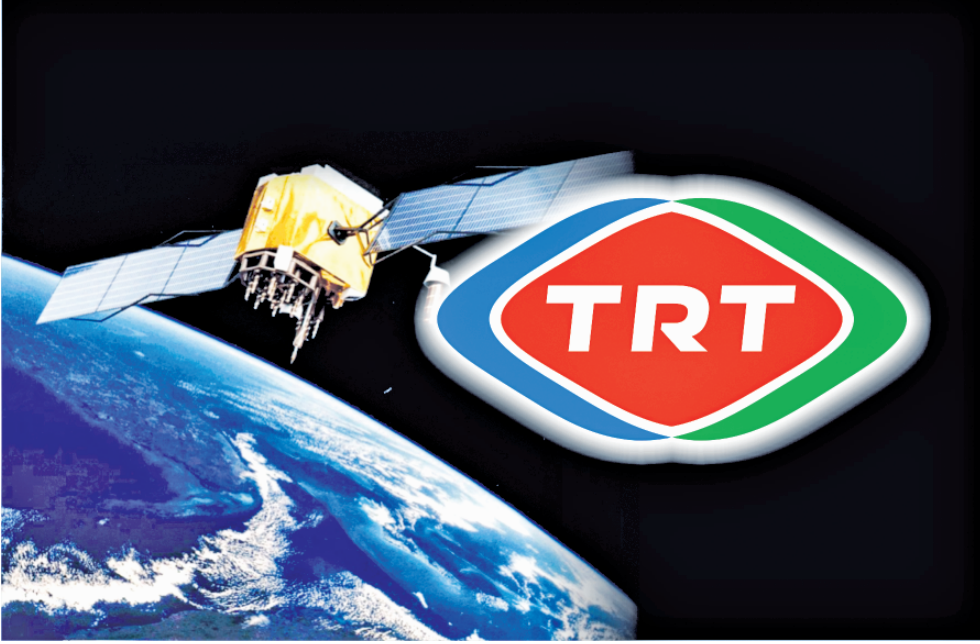
Benmerkezcilik, hoşgörüyü en çok sabote eden etkenlerdendir. Modernizm, bireyselleşmeyi benmerkezcilik tarzında yücelterek hoşgörüye en büyük zararı vermiştir. Böylece toplumsal empati de zarar görmüştür. Benmerkezci insan eleştiriye kapalıdır, kendini merkeze alır ve empati yapamaz. Olaylarda karşı tarafı dinleme çabası yoktur ve kendi doğrularını karşı tarafa dikte etme çabası içersindedir. Çünkü kendi egosunu kutsallaştırmıştır ve kendini özel ve önemli görmektedir. Bu tür insanların diyalog kurması mümkün değildir; ancak kendisini onaylayan insanlarla iletişime geçer. Doğrulara ve ortak çıkarlara uygun diyalog kurmaz, kendi çıkarlarına uygun diyalog kurar. Bu durum da hoşgörüye zarar verir.

### DİPNOTLAR

1. UNESCO'nun 16 Kasım 1995 tarihinde yayınladığı "Hoşgörünün İlkeleri Bildirgesi"nin 1. Maddesi:
- 1.1. Hoşgörü, dünyamızdaki kültürlerin zengin çeşitliliğini, ifade biçimlerini ve insan olmanın yollarını kabul etmek, bunlara saygı göstermek bunların değerini bilmektir. Hoşgörü, bilgiyle, açıklıkla, iletişimle ve düşünce, vicdan ve inanç özgürlüğüyle beslenir. Hoşgörü çeşitlilik içindeki uyumdur. Hoşgörü, yalnızca ahlaki bir görev değil, aynı zamanda siyasi ve hukuki bir gerekliliktir. Barış olanaklı kılan erdem, yani hoşgörü, barış kültürünün savaş kültürüyle yer değiştirmesine katkıda bulunur.
- 1.2. Hoşgörü, kabullenme, lütfetme veya göz yumma değildir. Hoşgörü, hepsinin üzerinde, başkalarının evrensel insan haklarının ve temel özgürlüklerinin tanınmasıyla teşvik edilen etken bir tavrıdır. Hoşgörü hiçbir koşulda, bu evrensel değerlerin ihlal edilmesini meşrulaştırmak için kullanılamaz. Hoşgörü, bireyler, gruplar ve devletler tarafından uygulanır.
- 1.3. Hoşgörü, insan haklarını, çoğulculuğu (kültürel çoğulculuğu da içine alan), demokrasiyi ve hukuk devletini destekleyen sorumluluktur. Hoşgörü, dogmatizmi ve mutlaklığı reddetmeyi içerir ve uluslararası insan hakları mevzuatına yerleştirilmiş standartları onaylar.
- 1.4. İnsan haklarına saygıyla tutarlı olarak, hoşgörü uygulaması, toplumsal adaletsizliğin hoş görülmesi veya inançların terk edilmesi veya zayıflatılması anlamına gelmez. Hoşgörü, kişinin kendi inançlarına bağlı olmakta özgür olması ve başkalarının da kendilerine ait inançlara bağlı olduğunu kabul etmesi demektir. Hoşgörü, görünüşü, durumu, konuşması, davranışı ve değerleri doğal olarak farklı olan insanların barış içinde ve oldukları gibi yaşama hakkına sahip oldukları gerçeğini kabul etmek demektir. Hoşgörü, aynı zamanda, birisinin görüşlerinin zorla başkalarına kabul ettirilmemesi demektir.

İbrahim ŞAHİN  
TRT Genel Müdürü

## TRT'NİN HEDEFİ DÜNYANIN EN BÜYÜK YAYIN GURUBU OLMAKTIR



### TRT'Yİ DÜNYAYA AÇTIK

Göreve başladığımız ilk günden itibaren vizyonumuzu hep geniş tuttuk ve TRT'nin Cumhuriyetimizin gurur duyacağı bir kuruluş olması için var gücümüzle çalıştık.

TRT'nin potansiyelini ortaya çıkardık ve akıllı yöntemlerle bugün 14 televizyon, 15 radyo, 3 dergi ve 35 dilde yayın yapan web sitemizle Türkiye'nin en büyük medya gruplarından biri olduk. İlkelerimizden taviz vermedik; kamu sorumluluğumuzu arttırdık.

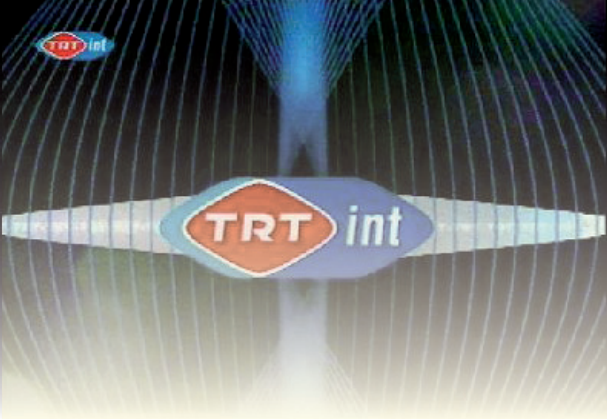
Artık; bütün gücümüzle, dünyanın en büyük medya devleriyle yarışmaya hazırız...

Türkiye'yi tanıtmaya, dünya haber akışında Türkiye adına doğru bilgiyi yayma girişimimizin ilk hal-kası, 35 farklı dilde açtığımız web sitemiz oldu.

32 farklı dilde gerçekleştirdiğimiz radyo yayınlarına ilave olarak web yayınlarını ekledik. Bu konuda ulaştığımız seviyenin en önemli göstergesi trt world sayfalarımızdır. Bu sayfalarımızı ziyaret edenler, İspanyolcadan Arapça'ya; Sırpça'dan Farsça'ya kadar 35 farklı dilde anlık değişen haberlerin nasıl dünyaya yayıldığını takdirle takip ediyorlar.

Dünyaya seslenmek isteyen bir Türkiye önce kendi içinde farklı dil ve lehçelerde konuşan vatandaşlarına ve yakın komşularına kendini anlatmalıydı. TRT 6 projesiyle, yurt içinde sosyal barış önemli ölçüde sağlanırken; yakın coğrafyamızdaki Irak, İran ve Suriye gibi ülkelerde de bu kanalımızın yakından takip edildiğini biliyoruz. Hemen her Avrupa Birliği görüşmelerinde TRT6'dan övgüyle söz edilmesi; ülkemiz adına artı bir değer oluşturmuştur.





TRT, uzun yıllardır Avrupa Yayın Birliği (EBU), Asya Pasifik Yayın Birliği (ABU) gibi uluslararası yayıncılık kuruluşlarına üyedir. Ancak bu kuruluşlardaki TRT'nin etkinliği son yıllarda artmış ve bu uluslararası yayın kuruluşlarında "TRT'ye rağmen bir karar alınamaz" hale gelmiştir. TRT her iki birliktede yönetim kuruluna seçilmiştir.

Türk Cumhuriyetleri ve Balkanlar'daki Osmanlı coğrafyasıyla olan kültürel işbirliğini artırmak için 8 farklı dilde yayın yapan TRT AVAZ'ı kurduk. Balkanlarda ve Orta Asya ülkeleriyle ortak yayınlar yapmaya başladık. TRT AVAZ, sadece TRT'nin değil; tüm Türk coğrafyasının ortak kanalı olmuştur.

Bu kanalımızı samimiyetle izleyen milyonlarca soydaşımızı gördükten sonra sıkça söylenen bir sözün tekrarlamak istiyorum: "TRT AVAZ'dan sonra, Türkiye Cumhuriyetinin sınırları bellidir ama Türkiye sınırlarının büyüklüğü ortaya çıkmıştır!"

TRT, TRT TÜRK projesiyle dünyanın önemli merkezlerinde açılan haber bürolarından yararlanıp; uluslararası gündemi, Türkiye'ye ve dünya'ya "Türkçe bir yorumla" sunmaktadır.

Türk medyasında, TRT TÜRK dışında; 20 ülkeden gündem alan, canlı yayın yapma başarısını gösterebilen herhangi bir medya kuruluşu yoktur.

Türkiye'ye gelen turistlerin değerlerimizi, güzelliklerimizi daha iyi tanıyabilmeleri için açtığımız Turizm ve Belgesel kanalımız, hafta içi her sabah 3 farklı dilde yayın yapmaktadır. Almanca, İngilizce ve Fransızca gibi dillerde hava durumu, kültür sanat haberleri verilmektedir.

TRT'nin küresel yayın yapan son kanalı ET-TÜRKİYE ise "Aile Kanalı hüviyeti" ile Türkiye'nin, Arap dünyasına açılan yüzü olmuştur.

Yabancı devlet adamlarının uluslararası toplantılarda, ET-TÜRKİYE'den övgüyle bahsetmesi, başarımızın en büyük göstergesidir. ET-TÜRKİYE sayesinde 300 milyonluk Arap dünyasında; "gerçek Türkiye" tanınmaya başlamış, "Türkiye merakı" artmıştır.

Euronews ile gerçekleştirdiğimiz ortaklık neticesinde TRT, küresel bir medya kuruluşunun tecrübelerinden yararlanmaktadır. Dünya haber ağlarına da Türkiye adına doğru haberler sunulmaktadır.

Ülkemizdeki bir takım terör örgütlerine "gerilla anlamında" yorum yapan bazı Avrupalı yayın organları, Euronews Türkçe yayınları servisinin çalışmalarlarıyla, yavaşta olsa doğru tabirler kullanmaya başlamışlardır.

TRT, uzun yıllardır Avrupa Yayın Birliği (EBU), Asya Pasifik Yayın Birliği (ABU) gibi uluslararası yayıncılık kuruluşlarına üyedir. Ancak bu kuruluş-

lardaki TRT'nin etkinliği son yıllarda artmış ve bu uluslararası yayın kuruluşlarında "TRT'ye rağmen bir karar alınamaz" hale gelmiştir. TRT her iki birliktede yönetim kuruluna seçilmiştir.

Akdeniz Görsel İşitsel İletişim Merkezi'nde (CO-PEAM) etkin olan TRT, 2009'da üye olduğu Akdeniz Görsel İşitsel İşleticiler Daimi Konferansı'da yönetimi seçilmeyi başarmıştır.

2008 yılına kadar TRT, yabancı devletlerin kamu televizyonlarıyla sınırlı sayıda ilişkiye girmiş ve yılda ortalama bir ya da iki işbirliği anlaşması imzalanmıştır.

42 yıllık TRT tarihinde 45 ülke ile işbirliği anlaşması imzalanırken; biz, son iki buçuk yılda tam 34 ülke ile anlaşma yapma başarısını gösterdik.

## **RUTİN BÜTÇEYLE BÜYÜK İşLER BAŞARDIK PARA ATTIRMAYI BİLE BAŞARDIK!**

Yeni kanallar açtık, yeni stüdyolar kurduk, reklamımızı yaptık; yayıncılıkta özel sektör ile yarıştık.

Ve sonuçta rutin bütçemizden para arttırmayı başardık.

Evet, tek bir yolsuzluğa, haksızluğa mahal vermeden, TRT'deki büyüme hamlelerini rutin bütçemizle hazırladık. 5 kanallı TRT'nin gelir kaynaklarıyla, 14 kanallı TRT'yi yönettik ve para arttırmayı başardık.

TRT'nin en büyük gelir kalemi olan, elektrik faturalarından kesilen brüt yüzde 2'lik kesinti, bu dönemde net yüzde 2'ye inmiştir. Bunun anlamı şudur: TRT 42 yıllık tarihinin en büyük yayıncılık, teknik ve idari ataklarını gerçekleştirirken, yıllık ortalama 95 milyon TL (95 trilyon lira) gelirden de fedakarlık yapmıştır.

## **TÜM TEKNİK DONANIMI YENİLEDİK**

Genlik modülasyonlu radyo verici istasyonlarından (uzun ve orta dalga) 4 adedi tamamen kapatıldı, 4 adedinin ise yayınlarına son verildi.

TV vericileri yerleşim merkezlerine taşınarak, yayın kalitesi artırıldı ve işletme maliyetleri düşürüldü.

Daha az işletme maliyeti olan ve yayın kalitesi çok iyi olan FM verici ağının genişletilmesine ağırlık verildi.

İşletme maliyeti yüksek olan genlik modülasyonlu radyo vericilerinin yatırımdan vazgeçilerek 25 milyon TL tasarruf; kapatılan ve yayınları durdurulan genlik modülasyonlu radyo vericilerinden ise 21 milyon TL tasarruf sağlanmıştır.

## **TRT'NİN GELİRLERİNİ ARTTIRDIK**

Sadece film alan bir TRT değil; film satan bir TRT olmak için adımlarımızı attık ve bu alanda da son yılların en büyük film satışlarını gerçekleştirdik.

TRT'nin paha biçilemez arşiv görüntülerinin yakın zamana kadar satış yapılamıyordu. 2009 yılında daha önceki yıllara göre yüzde 300'lük bir oranla satışlarımız arttı. 2010'nun daha ilk aylarında ise 600 bin TL'lik satış yaptık. Bu yıl geçmiş yıllarla kıyaslanamayacak bir arşiv geliri hedefliyoruz.

Reklam gelirlerimiz yüzde 200'lük bir "garantili artış" sistemine geçmiştir. Reklam bulmak için harcadığımız işletme giderlerimiz düşmüş, gelirlerimiz yüzde 200 artmıştır.

TRT'nin paha biçilemez arşiv görüntülerinin yakın zamana kadar satış yapılamıyordu. 2009 yılında daha önceki yıllara göre yüzde 300'lük bir oranla satışlarımız arttı. 2010'nun daha ilk aylarında ise 600 bin TL'lik satış yaptık. Bu yıl geçmiş yıllarla kıyaslanamayacak bir arşiv geliri hedefliyoruz.

Satın Alma Dairesi'nin yaptığı ihalelerde katılımcı sayısı, geçmiş yıllara göre yüzde 100 arttırılmıştır. Satın almalarımızda, maliyet piyasasının yaklaşık yarısına ihaleler yapılmıştır.

## KİMSEYİ ÖTEKİLEŞTİRMEDİK; İŞ VERİMİNİ ARTTIRDIK

TRT'yi bir dünya markası yapma yolunda ilerlerken en büyük desteği çalışanlarımızdan almalıydık. Çalışanlarımızın pek çok idari sorununu çözdük, sosyal ve ekonomik haklarda bir çok iyileştirmeler yaptık. Kimseyi "ötekileştirmedik", herkesi mesleki bilgileriyle değerlendirdik.

Bunların sonucunda da çalışanlarımızın iş üretme verimi çok büyük ölçüde artmıştır.

Somut bir örnek verirsek:

TRT'nin İzmir Müdürlüğü'nde yaklaşık 480 kişi çalışıyor. Bu çalışanlarımızın sayısı İzmir için çok fazlaydı. İzmir'deki çalışanlarımızı zorunlu tayin gibi yöntemlerle huzursuz etmedik. Onlara Turizm ve Belgesel kanalımızın sorumluluğunu verdik ve bu kanalımızın merkezini İzmir'e taşıdık. 480 kişinin 177'sini TRT kanallarında çalışmalarını için görevlendirdik.

Turizm ve Belgesel Kanalı açılmadan önce:

287 günde 273 program üretiliyordu. Yani çalışanlarımızın günlük ortalama program üretimi 0,95 adet idi... Yani günlere böldüğümüzde üretilen program sayısı 1 (bir) bile değildi.

TRT Turizm ve Belgesel Kanalı yayına başladıktan sonra ise İzmir Televizyonu'nda,

İlk 78 günde 184 program ile günlük ortalama 2,36'lık verimlilik oranına ulaşıldı.

Açtığımız yeni kanallarda ortalama 50 kişi çalıştırıyoruz. Özel sektör verimliliğiyle bile 50 kişilik bir ekiple bir kanal 24 saat yayın yapamazken; biz, TRT çalışanlarının emeklerini, tecrübelerini bir havuzda toplayıp; bir kamu kuruluşu için gerçekleştirilmesi güç bir verimlilik rekoruna imza atıyoruz.

## EN BÜYÜK YATIRIMLARIMIZ "İNSANA YATIRIMDIR"

Sadece yeni televizyon kanalı kurarak ya da teknik teçhizat satın alarak rakiplerimizle yarışmaya çağımızı biliyoruz. Yatırımlarımızın önemi bir kısmını bizatihi "insana" yapıyoruz.

2009 yılını eğitim yılı ilan ettik ve ortaya çarpıcı bir tablo çıktı. 2009 yılında gerçekleştirdiğimiz 383 eğitim faaliyetiyle tam 8487 kişiyi değişik kurslarla eğittik.

Kurs sayısında TRT ortalamasını 3 kat geçtik; eğitime katılan kişi sayısında da tam yüzde 400'lük bir artış sağladık.

2010 yılının daha ilk aylarında 173 eğitim faaliyetinde 3561 çalışanımızı eğitime tabi tuttuk. 2010 sonunda 2009'daki eğitim rekorlarımızı geçmemiz hiç zor olmayacak.

2009 yılında 17 adet yurt dışı eğitimine tam 82 personelimiz katıldı. Yabancı uzmanların TRT'de verdiği 13 eğitime de 360 personelimiz katılmıştır.

2010 yılında ise 2009'da gösterdiğimiz eğitim performansımızı arttırdık ve yeni rekorlar kırdık.

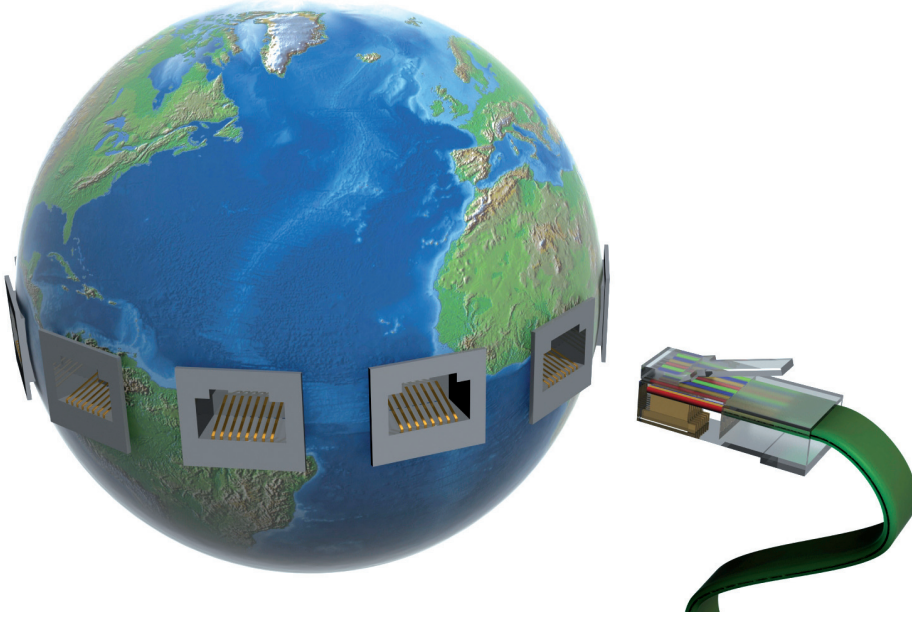
TRT ailesi olarak ulaştığımız gücü; hiçbir kişi, fikir ya da kurumu kötülemek için değil; bizatihi Türkiye Cumhuriyeti'ni korumak ve tanıtmak için kullandık.

3 yıl gibi kısa bir sürede amaçlarımızın büyük çoğunluğunu gerçekleştirdik. Elbette ki, eksikliklerimiz var; gerçekleşmeyi bekleyen hedeflerimiz var.

Ancak aldığımız tepkiler, yaptıklarımızın "doğru" olduğunu gösteriyor. TRT son iki yılda Türkiye'nin en çok ödül alan kurumlarından biri oldu.

Prof. Dr. Hasan Tahsin FENDOĞLU  
RTÜK Üyesi, İnsan Hakları Ulusal Komitesi Önceki Başkanı

## MEDYA VE YAŞAMA HAKKI



Günümüzde insan haklarının gerçekleşmesi veya ihlalinde en önemli faktörlerden birinin medya olduğu kuşkusuzdur. Bu yazıda medya ile insan haklarının en önemlisi olan yaşama hakkı arasındaki ilişki üzerinde durmak istiyoruz. Yaşama hakkı olmayanın bir başka hakkı kullanamayacağı açıktır. Türk medyasının yaşama hakkı konusunda sergilediği tutum kimi zaman haklı olarak eleştirilmektedir. Yaşama hakkı ile terör eylemleri arasında doğrudan ilişki vardır. Terörist, rast gele yaptığı, bir yerde icra ettiği eylemle, masum insanların ölümüne neden olmakta, televizyonlar bunu bilinçsizce vererek, terör örgütünün nemalanmasına sebep olmaktadır.

Bilindiği gibi medya, bireyin haber alma hakkı, toplumsal eğilimler, izleyicilerin beklentisi ve sosyo-ekonomik baskılarla şekillenmekte olan bir sektördür.

Türkiye’de terör, amacını gerçekleştirmek için özellikle ekranları kullanmak ister. Aslında terör bir reklâm ve propaganda yöntemidir; demokratik yöntemle amacına ulaşamayan kesimlerin kendi güçlerini kanıtlamak için kullandıkları bir reklam biçimidir. Şöyle ki, bir kez yapılan bir eylem, defalarca ekranda gösterilir ve böylece bir eylem yerine binlerce kez eylem yapılmış gibi olur. Bu çarpan etkisiyle büyütülen olguya, bu ince çizgiye dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu ince çizginin belirlenmesi medya çalışanları tarafından oluşturulacak ilkeler ve yapılacak hizmet içi eğitimle mümkün olabilir.

Ulusal televizyonlardaki bazı görüntüler, Türkiye karşıtı olan özellikle yurt dışındaki televizyonlar için bulunmaz bir fırsattır. Türkiye’deki bir görüntüyü kendi televizyonlarında defalarca gösterirler.



İşte tam da bu noktada belirtilmesi gereken şudur; Türkiye, insan haklarına tam anlamıyla saygı duymalı, bu konuda gereken **bağımsız kurumlarını** kurmalı, hiçbir eksiğe yer vermemelidir. İçte bunlar yapılırken dış politikada da **temel eksen** insan hakları olan bir konsept belirlenmeli, bu çerçevede politikalar geliştirilmelidir. Bunların uygulamada çekirdeklerinin görüldüğünü bu vesile ile burada belirtmek gerekir.

İşte bu, tam da terör örgütlerinin istediği görüntüdür. Dünyanın en ileri, en güçlü ve en çağdaş ülkelerinin dahi terörü sona erdirememesinin en önemli etkenlerinden biri, bu tür televizyon yayınlarının, terörün oksijeni olması nedeniyledir. Kuşkusuz ki, her özgürlüğün bir sınırı vardır. Kriz zamanlarında bile ifade özgürlüğünün bazı sınırları bulunmaktadır. Bu sınırlar, bireyin haber alma hakkı, insan hakları, özel hayatın gizliliğine saygı, kamu yararı, ulusal çıkar, demokrasi gibi sınırlardır. Bu nedenle de sektör içinde de ahlaki ve mesleki kararlar alınmalı; ikilemlerde yol gösterici ilkeler bulunmalıdır.

En gelişmiş demokratik ülkelerin bile terör sorunu bulunmaktadır; ABD, İngiltere, Almanya, İtalya, İspanya gibi. Terörle ilgili haberlerin medyada verişi biçimi Türkiye’de olduğu gibi demokratik çağdaş ülkelerde de uzun süredir tartışılmaktadır.

Türkiye’de PKK terörünün amacı, Türkiye’yi zayıflatmak, çürütmek ve moralini bozmak, en zayıf anında yeni bir devlet kurmaktır. Yeni bir devlet

kurmak için Türkiye’nin zayıflamasını sağlamak, bu konuda elinden geleni yapmak, sürekli olarak Avrupa ve Amerika’daki insan hakları kuruluşlarıyla ilişkide olmak, ortak hareketler oluşturmak ister. Amacı, vuracağı darbelerle Türkiye’yi zaafa uğratmak, kamu otoritesini zayıflatmak, en zayıf anda, mağdur rolünü oynayarak kendi devletini kurmaktır. Irak, İran ve Suriye’de de benzer faaliyetleri sürdürmek, böylece bu dört ülkeden koparılacak topraklarla yeni bir devlet (Kürdistan) kurmaktır. Hiç kuşku yok ki, Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi, Avrupa Birliği gibi uluslar arası güçler, komşularımız, dünyada Türkiye’yi istemeyenler, Türkiye’nin büyümesini ve gelişmesini hazmedemeyenler, Terör Örgütünün ilgi duyduğu unsurlardır.

İşte tam da bu noktada belirtilmesi gereken şudur; Türkiye, insan haklarına tam anlamıyla saygı duymalı, bu konuda gereken **bağımsız kurumlarını** kurmalı, hiçbir eksiğe yer vermemelidir. İçte bunlar yapılırken dış politikada da **temel eksen** insan hakları olan bir konsept belirlenmeli, bu çerçevede politikalar geliştirilmelidir. Bunların uygulamada çekirdeklerinin görüldüğünü bu vesile ile burada belirtmek gerekir.

Terör Örgütü, kendisine inananların moralini yükseltmek, amacına yaklaştığı intibacı vermek, toplumdaki desteğini çoğaltmak ister. Bunu yapmak için Terör Örgütü, en medyatik, en çok ses getiren, en kanlı eylem biçimini seçer. Kanlı eylemin zamanı, yeri, yöntemi ve biçimi açısından en **medyatik eylem biçimi** hangisi ise Terör Örgütü gözünü kırpmadan onu yapar. Bu kanlı eylemin duyulması, **televizyonlarda yer alması**, teröristlerin yaptığı eylemin kendisinden çok daha önemlidir. Şayet yapılan kanlı eylem televizyonlarda yer almamışsa, terörist açısından bu eylem **boşuna yapılmış** sayılır. Terörist kanlı eylemi yaptıktan sonra **ekranın karşısına geçer** ve o eylem televizyonda ne kadar yer almışsa, hedefine o kadar çok yaklaştığını düşünür.

İşte terör örgütlerinin bu yapısı ve amacı, medya organlarını harekete geçirmiştir. Amerika ve

Avrupa'da bulunan televizyon kuruluşları birtakım **ilke kararları** almışlardır. Uluslar arası televizyon kuruluşlarının terörle ilgili haber ve programları dikkat ve özenle yayımladıkları, azami dikkati gösterdikleri bilinmektedir.

11 Eylül 2001 sonrasında Amerikan medyasının özenli tutumu anımsanmalıdır. ABD, bildiği gibi 1996 yılında PKK'yı terör listesine almıştı. 14 yıl sonra bunun bir yargısal uygulaması dikkat çekmektedir. Şöyleki; ABD'de, Supreme Court (ABD Yüksek Mahkemesi), verdiği son bir kararda, **"terörist organizasyonlara tavsiye ve fikir vermek de maddi desteğe girer ve suçtur"**, diyerek PKK terör örgütüne fikir vermenin suç olduğunu kabul etmiştir. California'da bulunan **Humanitarian Law Project** örgütü, PKK'ya yardım ettiği için mahkemelik olmuştu. Örgütün avukatı Georgetown Üniversitesinden Hukuk Profesörü David Cole, **"biz parasal destek vermiyoruz, hukuksal tavsiyelerde bulunuyoruz"** şeklinde karara karşı üst mahkemeye başvurmuş ve dava Supreme Court'a gelmişti. Supreme Court, **"Kürtlere düşünsel yardım edebilirsiniz ama PKK'ya değil"** kararını vermiştir. Supreme Court, sonuçta; PKK terör örgütüne akıl vermenin maddi destek olduğunu ve suç teşkil ettiğini karar altına almıştır.

BBC'nin (British Broadcasting Corporation) terörle ilgili yayın ilkelerine bakıldığında şunlar görülmektedir; ceset görüntüsünden sakınılmalıdır. Ölü ve yaralıların yakın çekimi yapılmamalıdır. Terör haberleri ancak özenle verilmelidir. Medya, terörün propagandasına ve tanıtımına alet olmamalıdır. **Londra Metrosu** saldırısı sonrası İngiliz televizyonlarının ceset görüntülerini yayımlamadığı ve kanlı görüntülere yer vermediği bilinmektedir. Bununla birlikte İngiltere'de **IRA** ile ilgili haberlerin verilmesi konusunda getirilen yasağın, haberlerin verilmesi ve IRA'nın propagandasının azalmasını sağlamadığı görülmüştür. Sektörün kendi içinde alacağı karar ve düzenlemeler, bir otorite tarafından dayatılan kural ve düzenlemelere karşın (mukabil) her zaman daha etkili olmaktadır.



BBC'nin (British Broadcasting Corporation) terörle ilgili yayın ilkelerine bakıldığında şunlar görülmektedir; ceset görüntüsünden sakınılmalıdır. Ölü ve yaralıların yakın çekimi yapılmamalıdır. Terör haberleri ancak özenle verilmelidir. Medya, terörün propagandasına ve tanıtımına alet olmamalıdır. **Londra Metrosu** saldırısı sonrası İngiliz televizyonlarının ceset görüntülerini yayımlamadığı ve kanlı görüntülere yer vermediği bilinmektedir. Bununla birlikte İngiltere'de **IRA** ile ilgili haberlerin verilmesi konusunda getirilen yasağın, haberlerin verilmesi ve IRA'nın propagandasının azalmasını sağlamadığı görülmüştür.

İfade özgürlüğünün iki unsuru vardır: Bilgiye ve düşüncelere erişim özgürlüğü ile bunları yayma özgürlüğü. AİHS'nin 10 uncu maddesine göre; "Herkes, görüşlerini açıklama ve anlatım özgürlüğüne sahiptir. Bu hak, kanaat özgürlüğünü, kamu otoritelerinin müdahalesi olmaksızın haber veya fikir alma ve verme özgürlüğünü de içerir. Bu madde, devletlerin radyo, televizyon veya sinema işletmelerini bir izin sistemine bağlı tutmalarına engel değildir."

Türkiye'de 3984 sayılı yasa, terör ve medya konusunda çok önemli yayın ilkeleri içermektedir. Terörle ilgili yayın ilkeleri kısaca şöyle belirtilebilir;

1. "Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, ... aykırı yayın yapılmaması" (3984/4-a). Aksi halde uyarı yapılmadan yayın bir ay durdurulur. İhlalin tekrarı halinde yayın süresiz olarak durdurulur ve yayın lisans izni iptal edilir.

2. "Toplum şiddete, teröre, etnik ayrımcılığa sevk eden veya halkı sınıf, ırk, dil, din, mezhep ve bölge farkı gözeterek kin ve düşmanlığa tahrik eden veya toplumda nefret duyguları

oluşturan yayınlara imkân verilmemesi" (3984/4-b). Aksi halde uyarı yapılmadan yayın bir ay durdurulur. İhlalin tekrarı halinde yayın süresiz olarak durdurulur ve yayın lisans izni iptal edilir.

3. "Yayınların şiddet kullanımını özendirici veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmaması." (3984/4-v).

4. "Suç örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerinin yansıtılmaması" (3984/4-y) gerekir.

Yasadaki ilke ve kısıtlamalara rağmen Çağdaş ülkeler ve Türk medyasının otoriter düzenlemelere

karşı hoş bakmadıkları ve hatta direnç gösterdikleri belirtilebilir. Medyanın kısıtlara hoş bakmamasının bir nedeni de, terör haberlerinin haber değerinin olması ve halkın bu haberlere karşı büyük ilgi göstermesidir. Böylece **terör haberleri medyayı beslemekte**, medya da sonuçta Terör Örgütünü amacına biraz daha yaklaştırmaktadır. Doğrusu, izleyici haberleri bilmek istemekte, **bilme hakkına saygı** gösterilmesini talep etmektedir. Televizyoncu ise **reyting oranını** artırmak istemekte, halkın bilgi edinme hakkına saygılı davranma yolunu seçmektedir. Bununla birlikte bu tür haberlerin bir boyutu da, **terör**

**kurbanları ve yakınlarının haklarıdır.** Terör kurbanlarının kanlı, dağınık ve istenmeyen görüntüleri, kurban yakınlarını rencide etmektedir. İnsan onuruna saygı ve özel hayatın gizliliği korunmalıdır. Burada iki ayrı hak yarışmaktadır; halkın **bilme hakkı**, terör kurbanının ise bu şekilde **görülme hakkı**. Buna kamu yararı, ulusal çıkar ve demokrasinin gerekleri de eklenebilir.

Belirtildiği gibi, medya ile otorite arasındaki ilişkilerde, otoriter bir anlayış yerine sektörün kendi içerisinde alacağı kararlar daha etkindir; örneğin İngiltere'nin **IRA'** ya karşı aldığı "medya önlemleri", **IRA'nın propagandasını azaltmamıştır ama sektörün kendi aldığı önlemler yangının söndürülmesinde etkili olmuştur.**

layış yerine sektörün kendi içerisinde alacağı kararlar daha etkindir; örneğin İngiltere'nin **IRA'** ya karşı aldığı "medya önlemleri", **IRA'nın propagandasını azaltmamıştır ama sektörün kendi aldığı önlemler yangının söndürülmesinde etkili olmuştur.**

11 Eylül 2001 tarihinde ABD'de **İkiz Kulelere** yapılan saldırılar ile **Londra ve Madrid** eylemleri sonrasında **ABD, İngiliz ve İspanya** medyası kanlı görüntü vermemişken, İstanbul'daki **HSBC ve Sinagog** eylemlerindeki ölümler, yaralıları, kanlı görüntüler ekranlarda sürekli yer almıştır.

Belirtildiği gibi, medya ile otorite arasındaki ilişkilerde, otoriter bir anlayış yerine sektörün kendi içerisinde alacağı kararlar daha etkindir; örneğin İngiltere'nin **IRA'** ya karşı aldığı "medya önlemleri", **IRA'nın propagandasını azaltmamıştır ama sektörün kendi aldığı önlemler yangının söndürülmesinde etkili olmuştur.**

## Sonuç Olarak;

### Yayıncılara Düşen Sorumluluklar:

1. Medya kuruluşları **etik ilkeler** geliştirmeli, hizmet içi eğitim kursları düzenlemeli, kendi aralarında işbirliği yapmalı, Terör Örgütünün çıkarlarına uygun davranmamalı, terör eylemlerinin **kurbanlarının** fotoğraflarını göstermemeli, **nefret** söylemlerini yaymamalı, her tür abartıdan kaçınılmalıdır. Terör haberlerinin hassas doğası gereği medya çalışanlarına bilgi ve bilinç artırıcı eğitim kursları düzenlenmesi ve mümkün olduğunca **terör haberciliği** konusunda eğitim almış medya mensupları görevlendirilmelidir. Terör haberlerinin sunumlarında ceset görüntüleri, kan izleri, yakın çekim görüntüler verilmemelidir. Yayınlarda terör kurbanları ve yakınlarının insan onuruna ve özel hayatlarının gizliğine saygı ve hassasiyet gösterilmelidir.

2. Terörle ilgili bir haber ile normal bir haber kesinlikle farklıdır, bunun farkına varılmalıdır. **Rekabet ve reyting değil yayıncı sorumluluğu** öne çıkmalıdır. Yayın kuruluşları birbirleriyle işbirliği yaparak haber ve görüntü için reyting yarışına girmekten kaçınılmalıdır.

3. Haber, tartışma, analiz programlarında medyada terör konusu yeterinden çok ve defalarca işlenmektedir ve bu durum terör örgütünün işine yaramaktadır. Terörizmde eylem değil yarattığı etki önemlidir.

4. **“Son dakika” “flaş”** gibi alt yazı veya çerçeve yazılar ekranda 5 dakikadan fazla tutulmamalıdır. Bu durum, korku, panik, gerginlik ve endişe yarattığından çok zorunlu haller dışında başvurulmamalıdır.

5. Yetkililer duyurmadan önce şehit ailelerine haber verilmemeli, önce yetkililer şehit ailelerine haber vermelidir. **Şehit ailelerinin** evinden canlı yayın ve röportaj yapılmamalı, ağıtlar verilmemelidir.

6. Şehit ve felaket görüntüleri verilirken, ürkütücü, paniğe sevkedici olmamaya dikkat edilmeli, uzaktan çekimle yetinilmelidir. **Terör yanlısı kişilerle** röportaj yapmadan önce kamu yararı düşünül-

meli, terörün propagandası yapılmamalı, terör **teşvik** edilmemelidir. Terör eylemlerinin halkta korku, panik, yılgınlık duygusunu yarattığı göz önüne alınarak yayınlarda bu unsurları körükleyici görüntü ve üsluptan kaçınılmalıdır. Görüntü tekrarları, haberlerde gerilimi artırıcı müzik ve ses efektleri kullanımı, sansasyonel haber başlıkları ve alt yazı kullanımı gibi görüntülerden uzak durulmalıdır.

7. Terörle ilgili haberler verilirken vtr yayınlarının **arşiv niteliği** mutlaka belirtilmelidir.

8. Haber ve yorumlar yoluyla terörizme dayalı toplumsal **gerilimi** şiddetlendirmekten ve özellikle de **nefret** söyleminin her türünü yaymaktan kaçınılmalıdır.

9. Terör örgütleri ve eylemleri haber yapılırken **dil, üslup ve terminolojiye** dikkat edilmelidir.

10. Yayın kuruluşları teröristler için **propaganda** ortamı yaratmamalı, teröristlerin çıkarlarına uygun hareketlerden kaçınılmalıdır.

11. Yayın kuruluşları, özellikle masum insanların hayatını tehlikeye atmamak için terör eylemlerini **canlı** olarak yayınlamaktan kaçınmalıdır.

### RTÜK'e Düşen Sorumluluklar:

12. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), Anayasanın 133 üncü maddesinin ve 3984 sayılı yasanın kendisine verdiği yetkinin öncelikle “düzenleme” olduğunun bilincinde olmalıdır.

13. RTÜK terör haberleri ile ilgili tavsiye niteliğinde kriterler belirlemeli, yol gösterici ilkeler hazırlamalıdır.

14. RTÜK, bu konuda medyaya dönük eğitim seminerleri düzenlemeli, bu tür süreçlere destek olmalıdır.

### Yürütmeye Düşen Sorumluluklar:

15. Kamu yetkilileri mümkün olan en kısa sürede ve sürekli olarak medyaya bilgi akışını sağlamalıdır. **Bilgi kirliliğinin** (dezenformasyon) yaşanmaması için kamu, sürekli olarak medyayı bilgi sahibi kılmalıdır.



Ercüment ÖZTÜRK

İnternet Medya ve Bilişim Federasyonu Başkan Yardımcısı

## DEMOKRATİK YÖNETİM İÇİN AÇIK TOPLUM-AÇIK KURUMLAR VE AÇIK MEDYA



Türkiye istikrar içinde büyüyen, gelirini daha adil paylaşan, küresel rekabetini arttıran, bilgi toplumuna yönelen, AB sürecini üyelik hedefini izleyen vizyonda ilerliyor. Bu perspektifte, küreselleşmenin riskleri en aza indiren, riskleri vatandaşları ve kurumları için fırsata dönüştürecek 2023 yılına dayanan “Uzun Vadeli Stratejiler” üzerine planlar oluşturuyor.

Strateji ve planlarda başarı sağlanabilmesi, vatandaşın önünü açacak Devlet organlarının sağlıklı çalışmasından geçiyor. Değişimi algılamakta geciken kamu yönetimi, ekonomik ve sosyal gelişme sürecini etkin yönetebilmek için yeniden yapılandırılmaya çalışılıyor. Böylece, kamu hizmetleri vatandaş odaklı, kaliteli ve hızlı hizmet sunan, esnek, saydam bir işleyişe kavuşturulmak isteniyor. Kamu mali yönetim ve kontrol, bilgi edinme hakkı, kamu görevlileri etik kurulu alanında çıkarılan kanunlar, kamu yönetimindeki yeni anlayışın göstergeleri ola-

rak önümüzde durmakta.

Demokratik yönetimler, ancak açık toplumlar da gelişebilirler. Vatandaşın katılmadığı, vatandaşa hesap verme sorumluluğunda bulunmayan, kanunlar karşısında eşit ve tarafsızlığı sağlayamayan bir yönetiminin demokratik olduğu söylenemez. “Açık toplum” ve “açık kurumlar” demokratik yönetimi besleyen, biri olmadan diğeri sürdürülemeyen, vazgeçilmez bir yapıya sahiptir.

Kurumlar topluma açılmadığı süreçte, toplumun kamu kurumlarına açılması mümkün değildir. Toplumun oluşturduğu vatandaş temelinde çocuklar, gençler, yaşlılar, çalışanlar, erkekler, kadınlar ve bunların örgütlü kuruluşları meslek odaları, sendikalar, dernekler hizmet aldıkları kamu yönetimine katılmadıkları süreçte, kamu kurumlarının yaptıkları işler masa başı yapılan işler olarak zaman kaybından başka bir sonuç doğurmamaktadır. Yönetime katılımlar sadece hizmet standartlarının belirlenmesin-

de değil, karşılaşılan sorunların çözülmesi sürecini de ifade etmektedir.

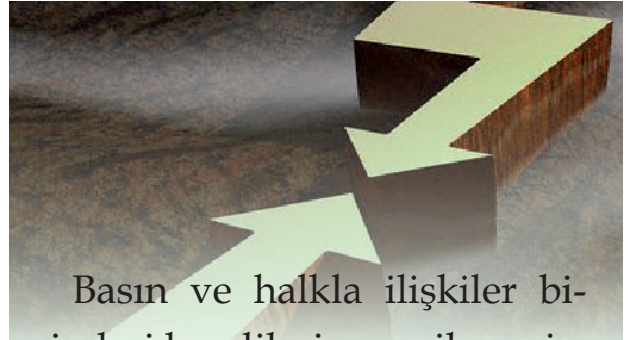
Açık kurum olabilmek için yönetim sürecine, çalışan personelin katılması gerekir. Kamu kurumlarının başarısında, insan kaynakları yönetiminin sergilediği performansın büyük etkisi vardır. İnsan kaynakları yönetimine geçiş, teşkilat yapısında "personel" bölümü yerine "insan kaynakları" bölümü getirilerek sadece isim değiştirmekle yapılamaz. Ülkemiz ölçeğinde, kamu kurumları insan kaynakları yönetimleri; öngörülebilir, görevde yükselme sistemini kuran, ücret adaletini sağlamaya yönelik alternatif geliştiren, etkili ödüllendirme ve cezalandırma sistemi oluşturan ve çalışanların kendilerini geliştirmesini teşvik eden bir yapıya kavuşturulmalıdır.

Demokratik yönetimde, açık toplum, açık kamu kurumları yanında medyanın konumu son derece stratejik bir öneme sahiptir. Ülkemizde 1860 yılında basılan Tercüman-ı Ahval'le başlayan basın dünyası, tarihimizin önemli siyasal ve sosyal olaylarında etkin bir rol üstlenmiştir. Tanzimat Fermanından Islahat Fermanına, Birinci ve İkinci Meşrutiyete, 1960 darbesi, 1971 muhtırası, 1980 darbesinde basın bizzat olayların seyrine müdahil olmuştur.

Bizde basın, devletçi ve seçkin yapıyı uzun süre korudu; gelenekçi ve liberal görüşe sahip gazetelerde kimi zaman sesini duyurdu. Haberler genellikle gazetelerde bu ideolojik arka planda üretilip işlenirken, 1980 sonrasında artan sermaye baskısı medyanın niteliğini de değiştirdi. Zira yeni ekonomide otomotiv sektörü yerine bilgisayar, internet, iletişim ve eğlencenin bütünleşmesiyle oluşan yeni medya sektörü hâkimiyetini ilan etmektedir.

Kamu kurumları, çalışmaları ve çeşitli faaliyetleri hakkında kamuoyunu bilgilendirmek, kurum kimliğini tanıtıcı ve geliştirici çalışmaları yürütmek amacıyla "basın ve halkla ilişkiler" birimlerini oluşturmuşlardır. Bu amaçla basın ve halkla ilişkiler birimleri, günlük basında kurum ile ilgili çıkan haberleri takip etmekte, kurumun faaliyetleri hakkında medyaya gerekli bilgilendirmeyi yapmaktır.

Basın ve halkla ilişkiler birimleri kendilerine verilen misyonu yerine getirebilmek için kurum içi birimlerle çift yönlü iletişim, organizasyon yapısını kurması gerekmektedir. Sadece kurum birimlerinden medyaya veya medyadan kurum birimlerine yönelik tek yönlü iletişim tarzı kurumları kapatır. Hâlbuki basın ve halkla ilişkiler birimi, medya ara-



Basın ve halkla ilişkiler birimleri kendilerine verilen misyonu yerine getirebilmek için kurum içi birimlerle çift yönlü iletişim, organizasyon yapısını kurması gerekmektedir. Sadece kurum birimlerinden medyaya veya medyadan kurum birimlerine yönelik tek yönlü iletişim tarzı kurumları kapatır. Hâlbuki basın ve halkla ilişkiler birimi, medya aracılığı ile ürettiği haberin, hizmet sunduğu kesimler üzerindeki etkilerini, tepkilerini, tekliflerini, sorunlarını dönüş yaparak kurum içi gelişmenin yolunu açmalıdır.

cılığı ile ürettiği haberin, hizmet sunduğu kesimler üzerindeki etkilerini, tepkilerini, tekliflerini, sorunlarını dönüş yaparak kurum içi gelişmenin yolunu açmalıdır. Aynı bakış, tersi içinde geçerli olup, sadece basın ve halkla ilişkilerce medyadaki haberleri kurum birimlerine iletirken, kurum birimleri tarafından habere dönüş yapılmaz ise yine halkın/hizmet alıcıların isteklerine kulağını tıkamış kapalı kurumlar oluşur.

Basın ve halkla ilişkiler birimi kendisine verilen görevleri uzun süreli ve başarılı yürütebilmesi için kurumu iyi tanınması gerekir. Kurumun görevleri,

faaliyet alanları, birimlerin yapılanması ve yaptıkları işler, hiyerarşik yapı, hangi bilginin nerden ve kimden alınacağı, yine haberin medyada en doğru yere ve kime verileceği, zamanlama konularında bilgi sahibi olmayan basın ve halkla ilişkiler, kurumlara karşı güveni zedeler.

Tüm işlerde olduğu gibi basın ve halkla ilişkilerde başarı ancak iyi bir programın hazırlanması ve takibi ile gelir. Örneğin kurumla ilgili önemli günler, törenler, düzenlenen çeşitli fuar vb. faaliyetlere katılımı gerçekleştirerek hedef kitleye yönelik olarak hazırlıklar bir programın varlığı halinde mümkündür. Aksi halde medya rüzgârı önünde savrulan

bir kurum imajına maruz kalınır. Önceden hazırlanmış kurumu tanıtan kitap, katalog, broşür, cd gibi materyaller elinde hazır bulunmayan basın ve halkla ilişkiler birimleri, kendilerinden istenen çalışmaları geciktirerek hazırlamak zorunda kalırlar.

Basın ve halkla ilişkiler birimi, teknik konuları kısa, anlaşılır, vurucu, hedefe yönelik, dağıtmayan, sosyal sorumluluk anlayışına sahip bir medya dili geliştirmelidir. Özellikle mevzuat ve uygulama değişikliklerinde, sayfalarca süren düzenlemelerin yerine vatandaşa ve uygulayıcıların yaşamlarında neleri değiştirdiğini açıklayan duyuru, basın bildirisi hazırlanıp, medya kuruluşlarına ulaştırılmalıdır. Büyük değişiklik gereken konular ise basın toplantısıyla üst yöneticiler tarafından açıklanmalıdır. Böylece yanlış anlaşılmaların önüne geçilerek, hak kayıpları önlenmiş, vatandaşa ve kuruma zaman kazandırılmış olunacaktır.

Burada kamu kurumları ile medya arasındaki haber ilişkisinde, sık düşülen yanlış bir yöntem ifade edilmelidir. Kamu yöneticileri, kimi zaman kurumun basın ilişkisini hizmet sunduğu kişiler veya kuruluşlar yerine, daha üst yönetime, bakana veya siyasal alana yönelik kendilerini ön plana çıkaran hareket içine girebilmekteler. Basın üzerinden böylesi konuşmalar kurumsal kimliğe zarar vermektedir. Kamu yöneticileri böyle tutum ve davranışlardan uzak durmalı, kurum kimliğini ön plana çıkarmalıdır.

Gazeteler bugün hala medya sektörünün en büyük haber kaynağı olarak işlev görmekteler. Hal böyle olmakla birlikte televizyon ve internet haberciliği gelişmekte, haber kaynakları bakımından gazetelere alternatif olma sürecinde hızla ilerlemekteler. Bu nedenle basın ve halkla ilişkiler birimleri değişimi algılayarak “medya” anlayışında hareket etmeleri gerekiyor. Bugün milyonlarca insanın haber kaynağı olarak internet medyasını aktif kullanması, bunun en güzel göstergesidir.

Demokratik bir kamu yönetimi, açık toplum, açık kamu kuruluşları ve açık bir medya ile sağlanabilir. Bu kanallardan birisinde yaşanan tikanıklık, kamu yönetiminin demokratikliğini zedeler. Kamu kurumları, sonuçta halkın sorunlarını dile getiren medya haberlerini izleyerek, kamu hizmet kalitesini arttıracak politikalar için fırsat olarak görmelidir.

Gazeteler bugün hala medya sektörünün en büyük haber kaynağı olarak işlev görmekteler. Hal böyle olmakla birlikte televizyon ve internet haberciliği gelişmekte, haber kaynakları bakımından gazetelere alternatif olma sürecinde hızla ilerlemekteler. Bu nedenle basın ve halkla ilişkiler birimleri değişimi algılayarak “medya” anlayışında hareket etmeleri gerekiyor. Bugün milyonlarca insanın haber kaynağı olarak internet medyasını aktif kullanması, bunun en güzel göstergesidir.



**Ahmet DAĞ**

Kırklareli Üniversitesi Felsefe Bölümü Doktora Öğrencisi

## KRİMİNAL BİR SUÇ ALETİ OLARAK TELEVİZYON



*İletişimin en korkunç yanı iletişimin bilinçaltıdır.  
Pierre Bourdieu*

Her zamanın ve mekânın kendine göre insan tipi olduğunu söyleyen Faulkner'e göre modern zamanın insan tipi de flaneur/aylak insan tipidir. Sanayileştirme, bireyi kültürel olarak farklılaştırırken aynı zamanda aylaklaştırmış ve arayışa itmiştir. Sanayileşirken çalıştığı makinenin gürültüsünden dolayı maruz kaldığı kitleselleştirmede kendi biçiminin ve içeriğinin ne kadar değiştiğini fark edemeyen, gürültü ve karmaşa içinde varlığını sürdüren insan, bu kaotik ve can sıkıcı durumdan kurtulmak için makineden kaçmaya çalışırken farkında olmadan kendini -zihnini- makineye kaptırmıştır. Modern zamanın kavramı olan "boş zamanı değerlendirme" aylaklığını giderme aracı olarak televizyonu keşfetmiştir. Böylece sanayi toplumundan enformasyon toplumuna geçilmiştir.

Dünyevi cennet vadeden Aydınlanma sonrasında Sanayileşmeyi doğururken, Aydınlanmanın bu vaadini gerçekleştirmek, sanayileşmenin uzantısı olan televizyonun rüyası olmuştur.<sup>1</sup> Gündelik hayatını öznellikten, kozmik hayattan ve yaratıcıdan uzak bir şekilde sürdüren kul, günlük hayatın monotonluğundan ve rutinler cehenneminden kendini; beyaz fanusta var kabul ettiği ışıltılı manevi cennete atma gereği duymuştur. Kendi acılarıyla ve sorunlarıyla yüzleşmekten çok, başkalarının acı ve sorunlarını, kendi mutluluklarını yaşamaktan çok, başkalarının mutluluklarını yaşamaya başlamıştır.

Modern zamanın göstergesi olan bir durum yani düşüncenin ve aklın modaya teslim olması durumu yaşanmıştır. Modern araçsal akıl artık düşünceyi düşünemez bir hale ge-tiri-lmiştir. Akledebilme ve düşünebilme yetisi pragmatist bir kumpasla ölçül-meye başlanmış, düşünce sınıflandırılıp zaman ve



Bireyi özendirici ve kışkırtıcı program yapan tasarımcılar, bu yolla kazandıkları kahramanın ölümüne yol açtığı gibi onun ölüm olayını da kitlelere dramatize ederek prim kazanmayı da utanılacak bir şey olarak görmemiştir. Kellner medyaya yönelik gerçekliğin yerini sahte gerçekliğin alması, eğlence furyasına kapılan insanın normal hayatın çile ve zahmetlerinden kaçması, sansasyonel basın, yüksek teknoloji ve gösterişli kitle iletişim araçlarının kültürün ve dilin bayağılaştırmasına yol açtığına dair eleştiriler olduğunu dile getirir.

mekâna yerleştirilme edilgenliğiyle karşılaşp çürüme ve donmayla karşı karşıya kalmıştır. Tekelleşmiş kültür ve eğlence pazarının doğmasıyla insanın özgünlüğünü ve kültürel gelişmesini sağlayan mekanizmalar yok olmuştur.<sup>2</sup>

### İletişimin Bilinçaltı: Televizyon

Cinsel baskı ve şiddet, televizyon vasıtasıyla bilinç dışına çıkarılmaktadır.<sup>3</sup> Psikiyatristlerin, “duyguların bastırılmaması gerektiğini” söyleyerek kapitalizmi kışkırtıp dolayısıyla televizyonculuğun müstehcenleşmesine ve yozlaşmasına teorik yataklık etmesi sonucunda medya freudyan bir tavırla mahrem ile kamusal, birey ile toplum arasındaki ayırıcı duvarları yıktı. Öznenin mahremiyet ve masumiyet yönlerini nesneleştirirken kişiliklerini de

kiteselleştirdi. Bireysel şiddet, pornografik ve ışıltılı hayatlar, toplumdaki ahlaki aşındırmayı hızlandırmış, bireysel şiddet ve cinnet, beyaz cam yoluyla toplumsal şiddete ve cinnete dönüşmüştür. Kendi imajını, öznesini, figürünü kendi üreten medya bu üretimi yaparken kendine rant sağlamış, tüketirken bile rant sağlama ahlaksızlığından geri kalmamıştır.

Bireyi özendirici ve kışkırtıcı program yapan tasarımcılar, bu yolla kazandıkları kahramanın ölümüne yol açtığı gibi onun ölüm olayını da kitlelere dramatize ederek prim kazanmayı da utanılacak bir şey olarak görmemiştir. Kellner medyaya yönelik gerçekliğin yerini sahte gerçekliğin alması, eğlence furyasına kapılan insanın normal hayatın çile ve zahmetlerinden kaçması, sansasyonel basın, yüksek teknoloji ve gösterişli kitle iletişim araçlarının kültürün ve dilin bayağılaştırmasına yol açtığına dair eleştiriler olduğunu dile getirir.<sup>4</sup> Toplum insanlarının modernleşme safatasıyla ruhsuzlaştırılan soğuk kalpleri yine modernleşmenin alt kültürü olan programları devşirerek ısıtmaya çalışılmaktadır. Bunu yapmak da kanı kanla temizlemek, çirkinliği çirkinlikle güzelleştirme döngüsüdür. Batılı tecrübeyi ve paradigmayı eleştirebilme ve tahlil edebilme gücünden yoksun televizyoncular, yaptıkları tahribatın farkında bile değiller.

Kapitalizm ve küreselleşme paralelindeki modernizm, eşyayı üretirken aynı zamanda insanı da tüketir. Çünkü Batı felsefesinin pagan paradigmalarda insanı ruhi boyutundan koparan köklü paradigmlar vardır. Spinoza insanı güçlü bir elin attığı taş, Camus sürgüne gönderilmiş ve atılmış bir varlık, J.P. Sartre “yabancı”, Newton ise insanı makine ile karşılaştırarak tanımlar. Sonuçta teorik olarak biçimlendirilen insan günlük hayatta Adam Smith’in tasarladığı ekonomik hayvan olarak varlığını idame ettirir. Kendi kültürel anlam kodlarından uzak olan jakoben aydınlar, Kuran’ın şerefli mahluk diye taçlandırdığı insan fenomenini göz ardı etmiştir.

Hakikatten ve mutlak varlıktan koparılmış insan, kutsallığını yitirmiş profan bir yaratığa dönüşmüştür. Acizleştirilmiş, ekranın karşısında yamulmuş insan tipi, günün ertesinde televizyonun diliyle konuşan onun görüntüleriyle amel gerçekleştiren şizofrenik bir zombi haline gelmiştir. Zombi haline

getirilen özne, en duygusal, en kaba ve vahşi, en kültürlü ve cahil, en patetik hallerini beyaz fanusta temerküzleştirmekte, kurgu, faraziye ve vehim içinde kendini var kılabilmenin savaşımını vermektedir.

Kitle iletişim araçlarıyla önce bir dünya imajı çizilmekte sonra da bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği kitlelere empoze edilmektedir. Var olan dünya ve tasarlanan dünya hakkında düşünülecek şeyler ve düşünme biçimleri bir avuç insan tarafından tayin edilir.<sup>5</sup> Televizyonu denetleyenler ve onun üzerinden mesaj verenler sosyalleştirmeyi sağlayan toplumsal işlevi yerine getirmektedirler.<sup>6</sup> Denetleyicilerin güdümündeki, otantikliği sağlamaya çalışan ve hazzı putlaştıran beyaz camda çalışma ile eğlenme, maddi dünya ile tinsel dünya, üretici ile tüketici arasındaki büyük yarılmayı yamalama ile -doldurma- gayret edilirken aynı zamanda birey ve hayatı -doldurulurken- boşaltılmaya da çalışılır. Zenginle-fakirin birbirlerinin dünyalarına tanık oldukları beyaz camda psikik doyumu sağlayan da psikik doyumdan uzak kalan da fizik bir dünyaya dönüp otantiklikle baş başa kalınca biçimselleştirilen yapay kimlikle yaşamaya devam ederler.

Çağdaş kültürün ürünlerinin üreticisi ve taşıyıcısı olan televizyon gerek formel yapısı gerekse içeriği açısından ve mesajı aktarma bakımından benzerliğinden dolayı mitlere benzemektedir. Hem yapılandırıcı hem de yapılanmış bir niteliğe sahip televizyon deneyimlerimizi düzenler ve bunları tanımlar.<sup>7</sup> Betimleyici olmaktan daha çok normatif boyut kazanan mit/televizyon yeni bir dünya inşa ederek ahlaki kalıplar oluşturur. 21. yüzyılın miti, enformasyon işlevi gören televizyondur.<sup>8</sup>

Televizyonun kurguladığı mitsel öyküde yaşamın anlamsızlığı, yapay ve aldatıcılığı, hakikat farzedilenle -faraziyelerle- hakikatinin kendisi değiş tokuş edilir. Böylelikle birey, Platon'un beceremediği, ayaklarını basabileceği bir mekan olarak idealar alemini, Hasan Sabbah'ın büyük çaba sarf ettiği Alamut Kalesini televizyon aracılığıyla evinin içinde cisimleştirir. Böylece modern dünyanın aldatmacası olan vehmin, kurgunun, hakikate ve gerçeğe dönmesine itiraz et/e/meyen mitik bir kul oturur koltukta artık. Evinde keyifle oturduğu, sıkıntılardan kaçma aracı olan koltuk ya da kalabalığın merhame-

tine sığınmak için gittiği sinemadaki koltuk, bin bir gece masallarındaki destansı sıkıntılardan kaçırıcı bir halıya dönüşür. Bu durum da Adorno'nun ifade ettiği gibi değerlerin yıkılmasına ağlayıp sızlanarak sorunu toplumun geri kalmış haline değil de insan ruhunun değişkenliğine bağlayan kültür eleştirmenlerinin durumuna benzer. Maddeci, reel ve acının hissedildiği dünyadan tinsel-sanal bir dünyaya kaçış, modern insanın en büyük hazzıdır.

Kapitalizm ve modernizmin kışkırttığı teknolojik harika! televizyonun reklamları da izleyicisinin bütün seyrettiğinde ızdırabın ve mutluluğun her an içinden çıkabileceği pandora kutusu gibidir. Bireye bazen çocuk yetiştirmeyi bazen iş adamlığını bazen kız tavlamaı bazen de soygun, cinayet ve fuhşun nasıl yapılacağını öğreten, reklamların doğurduğu ekonomik ihtiyaçlar, yarar motivasyonunu kullanarak bireyi tüketime alıştıırır, cinsel ihtiyaçlar ise

Hakikatten ve mutlak varlıktan koparılmış insan, kutsallığını yitirmiş profan bir yaratığa dönüşmüştür. Acizleştirilmiş, ekranın karşısında yamulmuş insan tipi, günün ertesinde televizyonun diliyle konuşan onun görüntüleriyle amel gerçekleştiren şizofrenik bir zombi haline gelmiştir. Zombi haline getirilen özne, en duygusal, en kaba ve vahşi, en kültürlü ve cahil, en patetik hallerini beyaz fanusta temerküzleştirmekte, kurgu, faraziye ve vehim içinde kendini var kılabilmenin savaşımını vermektedir.

mitolojik Eros'un yerini alarak -TV reklamları ve pornografik yayınlar- bireyin tatmin duygusunu gidermesi için ahlaksızlığa sevk eder.

Böylece şiddetin, müstehcenliğin havarileri ve masumiyetin tahripçilerinin simyacılığı ile kapitalizmin ölümcül nimetleri insanlığın hizmetine televizyon yoluyla sokulur. Bunu yaparken de Foucault'un deyişiyle bireyi nesneleştirirken öldürürler. Televizyon, bireyi ajite ederek parçalar, kan ve ölümü göstererek birey denen varlığı taşlaşmaya uğrattırırken toplum bir çok sendrom yaşayabilir. Jakoby modern insanın yaşamış olduğu bu trajediyi şu şekilde tasvir eder;

" İster insan ilişkileri isterse donuk tecrübeler vb. biçiminde olsun her yeri kaplayan öznellik, kendi ölümüne bir tepkidir, birey varoluşun da yönetildiği için, son kısımları da canlı tutmak her zamankinden daha fazla çaba gerektirir. Psikik kasvet, şeyleşenleri rahat bırakmaz insanla- rın haklı nedenleri görünür şekilde artar. Bugün şeyleşme süreci şiddetli, bir sığınak gibidir. Ve insanoglu zeminde kapalı kalmıştır. Otantikliğe, yaşantıya ve duygulara yönelik çılgınca arayışlar. Sular yükseldikçe tavana vurmaktadır."<sup>9</sup>

Jakoby bu toplumsal sendromun sonucunda ortaya çıkan bellek yitimini Marks'ın yabancılaşma kavramıyla aynı görür. Modernizm ile yaratıcıdan uzaklaştırılan insan kendi dâhil çevresindeki her şeyi tanrısallaştırır. Ashabın örneğinin yerini pop-starlar, Kanuni'nin yerini Tarkan ve Bayhan almaya başlar. Bu, iyi niyetten uzak, kaotik ortamda iyi niyetle döşendiği söylenen taşlara basarak ilerleyen birey, alevin içine yürümekte, sendelemekte, bunalımlardan bunalımlara sürüklenerek birbirini

yok eden açmazların ve her şeyin bir şey için olduğu amaçların peşinden koşmaktadır.

Neo Freudyen anlayışın televizyon kültüründe kullanıldığı açıkça ortadadır. Soğuyan kalpleri ısındıran konformist teknolojik bir harika olan televizyon, kalplerini modernizmin soğuk enstrümanlarında dondurup taşlaştıran mütedeyyin insanlar da bu teknolojik harikayı bütün acılarını sağaltan, kendilerini mutlu eden makine olarak görmeye başlamışlardır. Yürekleri taşlaşmış olanlar ve yüreklerini ısıtma gereği duyan bazıları en müstehcen ve trajik şekilde narkoza tabi kılınmış bir şizofrenik hasta gibi ekran vasıtasıyla Noel'i şatafatla kutlar hale gelebilir.

### **Kitap Medeniyetinden Görüntü Uygarlığına**

Kitap kültürü terk edilerek görüntü kültürünün belirlendiği bir uygarlıkta yaşamaktayız.<sup>10</sup> Evlerimizi medreseye dönüştüreceğimizi söylediğimiz nostaljik günlerin yerini televizyon izlemenin ritüel gibi algılandığı günler almış ve televizyonun katkısıyla evlerimiz tüketimin azmettiricisi haline gelmiştir. Toffler bu durumu " Evler, nesnelere ön kapıdan girip arka kapıdan

çıktığı kocaman bir zaman yeme makinesidir. Ve bu girip-çıkma işlemi büyük bir hızla ulaşmaktadır."<sup>11</sup> cümleleriyle tasvir eder. Televizyon reklamları tüketimi kıskırtıp kullan-at kültürünü hızlandırmıştır. Bu kültür, dini kesimin zihin kodlarını da yavaş yavaş belirlemektedir. Model insan ve örnek insan olmanın yerini modüler insan almaya başlamıştır. Artık mekânlarını bile marazi, şizofrenik, köksüz bir şekilde tasarımlayan, yılbaşı zamanlarında hindi satan bir İslami market ya da müstehcenliğin ken-

Böylece şiddetin, müstehcenliğin havarileri ve masumiyetin tahripçilerinin simyacılığı ile kapitalizmin ölümcül nimetleri insanlığın hizmetine televizyon yoluyla sokulur. Bunu yaparken de Foucault'un deyişiyle bireyi nesneleştirirken öldürürler. Televizyon, bireyi ajite ederek parçalar, kan ve ölümü göstererek birey denen varlığı taşlaşmaya uğrattırırken toplum bir çok sendrom yaşayabilir.

disini ve ürünlerini pazarlayan televizyonlara sahip olduklarını söyleyebiliriz.

Böylece mütedeyyin insanlar, Müslüman olduklarını söyleyenlerce fark ettirmeden ustaca bir oto-kolonizasyonla sekülerleştiriliyorlar. Mevlana'nın dediği "ibn-ül vakt" yani vaktin oğlu olan mütedeyyin insanlar, zamanla aylak haline getirilerek, onlara zamanı nasıl eriteceği öğretiliyor. TV karşısında kendini belirleyen ve tanımlayan kul aylak, özne-nesne karışımı haline ge/tiri/lmeye başla/n/dı.

Kapitalizmin gönüllü hizmetkârı televizyon, eşyayı üretirken aynı zamanda insanı da yok ediyor. Modernizmin buhranında çarpınan kul, bütün varlığını, hislerini, benliğini olmayan bir yerde yani ekranda yani yokluğun aynasında aramakta ve ekrandaki imgeyi hakikate yeğlemektedir. Beyaz camda çirkin- güzele, kötü-iyiye yani gerçeklik kuruntuya indirgenerek birey bireylikten çıkartılmış ve bütün duyguları sökülerek öznesizleştirilmiştir. Televizyona bağlı olan birey, özgür olduğunu düşünerek/zannederek fakat özgürlüğünü elinden alan beyaz camın içinde medyanın zincirleriyle bağlanmıştır.

En bilinçli olduğunu söyleyenler bile televizyonun eğlenceli bahçesinde panayıp görüntülerini izleye-

rek vakitlerini geçirmektedirler. Zevk ve hazzını doyurmak isteyen bireyler modernizmin eğlenceli bahçesinde müstehcenliği, fuşu kuşatıcı kıyafetiyle evlenen çılgın avcılara dönmektedir.

Bu hali hazırdaki manzarayı sosyolog Orrin Klapp "Simgesel Önderler" kitabında şu şekilde betimliyor.

"Beklenmeyen engeller, şaşkınlıklar, aptallıklar yarışmalar, skandallar geçici eğlentiler sersemletici bir hızla gelip gitmekte... ABD benzeri bir ülkede açık bir kamu dramının sahnesidir. Yeni yazlar belirir. Gösteride en iyi yeri kapabilmek için sürekli yarışma vardır. Her an her şey olabilir. Çoğunlukla da olur."<sup>12</sup>

İnsanın çok boyutlu, kültürlerin kaynaşmasından oluşan bir varlık olduğu söylene de ortada tek boyutlu bir insan vardır. Bu tek boyutlu insan, şimdide ve burada yaşayan, geçmişinden kopartılmış, geleceği anlamaktan tamamen uzaktır. Köksüz/anakronik, şizofreniye uğramış modern özne, bu anda ve burada tükenip gider. Anın ve mekanın içine sıkıştırılmış insanın içinde yaşadığı dünyadaki ilişkiler bütünü -yapay, süzdürülmüş bir ilişki-

renksiz insanın beklentilerini tespit eden ruhtan yoksun program uzmanları ve kalpten yoksun ro-



Kitap kültürü terk edilerek görüntü kültürünün belirlendiği bir uygarlıkta yaşamaktayız. Evlerimizi medreseye dönüştüreceğimizi söylediğimiz nostaljik günlerin yerini televizyon izlemenin ritüel gibi algılandığı günler almış ve televizyonun katkısıyla evlerimiz tüketimin azmettiricisi haline gelmiştir. Toffler bu durumu " Evler, nesnelere ön kapıdan girip arka kapıdan çıktığı kocaman bir zaman yeme makinesidir. Ve bu girip-çıkma işlemi büyük bir hıza ulaşmaktadır." cümleleriyle tasvir eder. Televizyon reklamları tüketimi kışkırtıp kullan-at kültürünü hızlandırmıştır.



mantikler tarafından idare edilen demir bir kafese dönmüştür.

Ruhsuz modernizmin içinde Weber'in ifadesiyle demir kafese terk edilmiş bir insan vardır. İnsanlar bu demir kafesteki "hiçlik" ve "boşluk" ile daha önce ulaşamadıkları bir uygarlık düzeyine ulaştıklarını zannederler. Heidegger'in müthiş ifadesindeki -kişiye silah çekmekle kamera yöneltmek aynıdır- tehditte karşılaşan kul, kendini sürekli çeken manyetik- le, televizyon girdabıyla karşı karşıya kalmıştır. Ne yazık ki bu çekim alanından ve girdaptan müte- deyin insanlar da kendilerini kurtaramamıştır. Dinini ve kendini anlatabilme gayesiyle müte- deyin insanların kollarındaki bileziklerle kurulan -bazı- televizyonlarda kendi öznelerine nişan alan programlar yapılıyor. Aile kurumunu sarsan, mahremiyete saygı duymayan, asalaklaştırıcı ve ajite edici programlara sahip televizyonculuk anlayışına sahipler.

## Sonuç

Modern birey, stüdyo, mikrofon ve kamera, bü- yülü bir beyaz cam karşısında en ahmak ve aciz özne bile kendini ateşi çalan bir Prometheus gibi görmektedir. Mevcut televizyonlar enforme işlevini tamamen yitirip uyuşturma, eğlendirme işlevini yürütmeye başlamıştır.

Kültür endüstrisinin (Adorno) ürettiklerinin kültür çöplüğüne (C. Anderson) döndüğü ortamdan çocuklar da nasibini almaktadır. Televizyon ne yazık ki bizim ülkemizde aile efradının en önemli oğlu, çocuklu bir yuvanın ise en sempatik oyuncuğu olmuştur. Çocuğuna sevgi ve şefkat vermeyi bir sıkıntı ve yorgunluk olarak algılayan anne ve babalar, çocuklarını televizyonun merhametsiz kollarına atmışlardır. Neslini yetiştirmekten uzaklaşan toplum, belleğini ve onunla birlikte aklını yitirmektedir. Geçmiş düşünebilme yeteneksizliğinin ya da gönülsüz- lüğünün bedelini düşünmemektedir.

Bellek yitimi, geçmiş düşüncüyü fazladan bir "entelektüel çöplük" gibi sırtından atan "radikal" amprizm ve pozitivizmden geçmişin devlerine ve dehalarına çok erken doyma talihsizliğine uğradıkları için selim duran açık göz kurumlara kadar çeşitli biçimler alır. Bir reklam bedeline ya da reyting uğ-

runa muhatabı olduğu kitleyi dönüştüren bir kesim haline gelindiğinin farkında olunmalıdır.

Popüler kültürle ve merkezle şok bir durumla karşılaşılacak çevre diye nitelendirilen kesim, mer- kezin cazibeleri karşısında yamulmuşlardır. Mo- dernizme göre kendilerini tanımlayan bu kesim, modernizmi ve popülizmi hakikat olarak görmektedirler. Halbuki yapılması gereken şey el Efendi'nin ifadesiyle,

"Modernizmin normatif olmayan boyutu, bizim zaman ve mekanımızın bir gerçekliğidir. Müslüman toplum artık yayılan globalleşme, mücadele, yabancılaşma hakim teknolojik ve ekonomik süreç, akılcılık ve sekülerleşme baskısı ile varolan modernizm gerçeğinin bir parçası olup olmadığının tartışmasını bir kenara bırakmalıdır. Bunun yerine modernizme neresinde durduğuna karar vermelidir. Bu meydan okuma ile nasıl yüz yüze geleceğini"<sup>13</sup> bilerek bir yaklaşım sergilemek olabilir.

## DİPNOTLAR

1. Şirin, (2006, s. 127).
2. Hamelink, Enformasyon Devriminden Sonra Yaşam Sürececek mi?, (1991, s. 21).
3. Berger, Artur Asa, Bir Terör Aygıtı Olarak Televizyon, (1991, s. 54).
4. Kellner, (2010, s. 46).
5. Avcı, (1999, s. 156)
6. Williams, (2003 s. 100).
7. Kaplan, Öykü Anlatma ve Mit Üretme Aracı Olarak Televizyon, (1991, s.130-132).
8. Hamelink, a.e., s.11.
9. Jakoby, (1996, s. 43).
10. Kaplan, (1991, giriş, s. 3).
11. Toffler, (1981, s. 51).
12. Bkz. Toffler, s. 135.
13. El-Efendi, (2003, s.21).

## KAYNAKLAR

1. Avcı, Nabi, 1999, Enformatik Cehalet, 1.bsk. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
2. El-Efendi, 2003, Abdül Vehap. İslam ve Modernliği Yeniden Düşünmek, çev: Lale Ersoy, Pınar Yayınları.
3. Jakoby, Russel. 1996, Belleğini Yitiren Toplum, çev: Hakan Atalay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
4. Kaplan, Yusuf. 1991, Enformasyon Devrimi Efsanesi (çev. ve drl.), Kayseri: Rey Yayıncılık.
5. Kellner, Douglas. 2010, Medya Gösterisi, çev: Zeynep Paşalı, 1. bsk. İstanbul: Açılım Yayınları.
6. Şirin, Mustafa Ruhi. 2006, Gösteri Çağı Çocukları: İletişim Toplumunda Medya Sarmalı, 2. bsk. İstanbul: İz Yayıncılık.
7. Toffler, Alvin, 1981, Şok, Gelecek Korkusu, çev: Selami Sargut, 3. bsk., İstanbul: Altın Kitaplar.
8. Williams, Roaymond. 2003, Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Devrim, çev: Ahmet Ulvi Türkbağ, 1. bsk. Ankara: Dost Kitabevi.

Ali Erkan KAVAKLI  
Eğitimci - Yazar

## MEDYA BİR PROPAGANDA VE PSİKOLOJİK SAVAŞ ARACI



2001 yılıydı. Eyüp Anadolu İmam Hatip Lisesi'nde çalışıyordum. Okula başörtüsü yasağı geldi. Polisler okulun önünde duvar ördü ve başörtülü öğrencileri içeriye almadılar. Günlerce direniş eylemleri yapıldı. O zamanki Milli Eğitim Müdürü Ömer Balıbey okuldaki görevime son verdi. Eylemlere katıldım, öğrencilere destek verdim ve daha sonra **Çılgılık** adını alan bir romanı yazmaya başladım. Olayları günü gününe hikâyeleştiriyor ve Akit gazetesinde yayınlanıyordu.

Dayak yiyen, joplanan, yaşları küçük olmasına rağmen tutuklanan ve sorgulanan öğrencilerim oldu. Bunlar gazetelerde yer aldığı için Meclis bir araştırma komisyonu kurdu ve olayı yerinde incelemek üzere Eyüp Anadolu İmam Hatip Lisesi'ne geldi.

DSP'li Burhan Bıçakçoğlu, Saadet Partili Bahri Zengin ve Ak Partili Mustafa Baş, MHP'li Ali Keskin, DYP'li Nihat İlgün'den oluşan bir komisyon, gelip okulda mağdur öğrencileri dinledi, notlar aldılar, Fahri Korutürk Caddesi'nde eylem yapan öğrencileri gördüler ve gittiler.

Ertesi gün gazetelerde komisyon başkanı **DSP'li Burhan Bıçakçoğlu**'nun demeci vardı. Milliyet ve Posta, Bıçakçoğlu'nun sözlerini manşet çekmişlerdi:

*"Dayak yiyen, zulüm gören, tutuklanan öğrenci görmedim. Olayları bir grup porovake ediyor. Hangi okula gittiysek aynı adamlarla karşılaştık."*

Haberin kaynağı Anadolu Ajansı idi.

Akit'e gidip olayları takip edip haberleştiren muhabir Kenan Kıran'la görüştim.

*"Kenan, böyle bir şey nasıl olur, bu adam her şeyi*



gözü ile gördü, öğrencileri bizzat dinledi. Çocuklar, polisten yedikleri dayakları belgeleyen doktor raporlarını bizzat adama verdiler. İnanılacak şey mi?"

Kenan dudağını ısırdı. Başını iki yana salladı. Bakışlarını bana çevirdi:

- Sen yarınki manşeti gör. Adamın söyledikleri müthiş. Kelepçeli öğrencileri gördüm, dayak yiyen öğrenci raporlarını aldım, öğrencilerin okula girmesini polis engelliyor, diyor.

- Tam aksi... İnanılır gibi değil!

- Bak, dedi Kenan Bey.

Önündeki bilgisayar ekranında yer alan beyanati gösterdi.

Masanın öbür ucunda oturan genç gazeteci Ali Odakoğlu, bakışlarını bana çevirdi:

- Bu medya her şeyi yazar hocam, dedi. Ahlak yok, Allah korkusu yok. Her şaklabanlık var bunlarda. Parayı bastır, analarına bile iftira atarlar.

- Komisyon çalışmaları sırasındaki tutumu son derece olumluydu. Öğrencileri ve velileri tek tek dinledi, doktor raporlarını dosyaya koydu. Gitti,

sokakta polis barikadı önünde yığılan ve okula sokulmayan öğrencileri bizzat gördü. Anadolu Ajansı gibi köklü bir kurum, bunu nasıl yapar? Milletvekili adına, nasıl yalan haber uydurur? Olacak şey değil! Hayret ki ne hayret!"

-Yalanlarını yüzlerine vuracağım hocam. Utanma varsa kızarırlar, dedi Kenan.

Haber ertesi gün Akit'te yer aldı.

**Anadolu Ajansı muhabiri, Posta ve Milliyet'te** yalan manşet çekenler utandılar mı, bilmiyorum.

Bu olay, bana medyanın yaşadıklarımızın tam tersinin medyada haber yapılabileceğini gösterdi. Kimi medya, haber vermek yerine psikolojik savaş yapmayı tercih edebiliyordu.

Meclis'ten kız öğrencilerin üniversitelere başörtüsü ile girebilmeleri için kanun çıktığının ertesi günü **Hürriyet** gazetesinin manşeti şöyleydi:

**"KAOSU KALKAN 411 EL"**

550 milletvekilinin büyük bir çoğunluğu, üniversitede kılık kıyafeti serbest bırakan bir yasa yapmıştı. Boyalı medyanın amiral gemisi, olayı tarafsız bir şekilde haber yapmak yerine milletvekillerinin kaos kanunu yaptığını söyleyerek haberleştiriyordu.

28 Şubat 1997 sürecinde Milli Güvenlik Kurulu, DYP-Refah Partilerinden oluşan hükümete muhtıra vermiş, sonucu hükümet partilerinin değerlendirilmesine bırakmıştı.

O zamanki Deniz Kuvvetleri Komutanı **Orgeneral Güven Erkaya** şöyle demişti:

**"Silahlı kuvvetler yapacağını yaptı, artık iş silahlı kuvvetlere kaldı."**

**Hürriyet** gazetesi Erkaya'nın sözlerini manşetten başka türlü duyuruyordu:

**"Gerekirse silah kullanırız"**

Paris banliyösünde olay çıkmış, mini etekli bir kız öldürülmüştü. Haberi **Hürriyet** gazetesi yazarı **Özdemir İnce** haberleştirmiş, mini etekli kızın irticacı Müslümanlar tarafından diri diri yakıldığını yazmıştı.

Haberi dikkatle okudum. Kızın Müslümanlar tarafından öldürüldüğüne dair hiçbir bilgi yoktu. Ama manşet dindar Müslümanları suçluyordu.



28 Şubat'ın civcivli günlerinde Star televizyonu haber sunucusu **Uğur Dündar**, Konya'da başörtülü kadın doktorların erkek bir hastanın testisli röntgenini çekmediğini ve hastayı mağdur ettiğini köpürte köpürte haberleştiriyordu.

Olay elbette yalandı.

Yine 28 Şubat sürecinde Marmara Üniversitesi önünde başörtülü öğrenciler okula alınmadıkları için eylem yapan kız öğrencilerine, gazeteci **Fatih Altaylı** "fahişeler" diyerek hakaret ediyordu. Altaylı, bu deni yorumlarından dolayı mahkemeye verildi ve mahkûm oldu.

Uğur Dündar da doktorlara hakaret ettiği için mahkemede mahkûm oldu.

Sadece bizim medya değil, çamur at, tutmazsa da izi kalır mantığıyla hareket eden.

## İSPATSIZ KARALAMA

İsrail lobisinin dünyaya duyurduğu **Wikileaks**'ın gizli belgeleri, medyanın psikolojik savaş için nasıl kullanıldığını bütün dünyanın gözü önüne koydu. Belgeleri haber yapan Almanların haftalık **Der Spiegel** dergisi, belgelerde Türkiye başbakanını karalayan bilgiler olduğunu yazdı. İspatı yoktu ama karalama bilgileri yayınlanıyordu. Belgeler, ABD'nin eski Ankara büyük elçisi, İsrail yanlısı Eric Edelman ve James Jeffrey'e dayandırılıyordu.

İsrail, Türkiye'nin ve özellikle de Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın İsrail'i eleştiren, Filistinlileri destekleyen politikalarından müthiş rahatsızdı. Bunları İsrail'in Ankara büyük elçisi Gabby Levy de ifade eder. Amerika'nın Ankara büyük elçisi James Jeffrey Şubat 2010 sonlarında şöyle rapor gönderiyor:

*"Erdoğan'ın çevresindekiler, İsrail ile ilişkileri dramatik bir şekilde kötüleştirdi. Hükümet, Hamas'a karşı yapılan Savaş ve Gazze yardım konvoyuna yapılan saldırı üzerine kavga ediyor. İsrail'in Ankara büyük elçisi Gabby Levy, Ekim 2009'da Erdoğan'ın akortsuzluğu kışkırttığını iddia etti ve şöyle dedi:*

*'Erdoğan bir fundamentalist. Dinî sebeplerle bize kin tutuyor.'*



İsrail lobisinin dünyaya duyurduğu **Wikileaks**'ın gizli belgeleri, medyanın psikolojik savaş için nasıl kullanıldığını bütün dünyanın gözü önüne koydu. Belgeleri haber yapan Almanların haftalık **Der Spiegel** dergisi, belgelerde Türkiye başbakanını karalayan bilgiler olduğunu yazdı. İspatı yoktu ama karalama bilgileri yayınlanıyordu. Belgeler, ABD'nin eski Ankara büyük elçisi, İsrail yanlısı Eric Edelman ve James Jeffrey'e dayandırılıyordu.

*Levy'nin güvenilir kabul edilen bir raporundan bu iktibas yapılıyor.*

*Amerikalılar endişe ile Erdoğan'ın sürekli Batı'dan uzaklaştığını gözlemliyor. NATO ülkesi Erdoğan'ın sistemi gerçekten sabit kalır mı, bilmiyoruz. Burası her gün değişiyor. Dengede duran karaografinin bütününiün hangi tarafının ağır basacağından hiçkimse emin olamaz." (Der Spiegel 48/2010)*

İsrail'in çıkarları açısından Türkiye'ye bakan ve Amerika'ya İsrail'in çıkarlarını korumak için ra-



Amerika'daki İsrail lobisi veya MOSSAD, Barak Hüseyin Obama ve Hilary Clinton'un İsrail politikalarını eleştiren tavrından hiç de memnun değil. Hem Amerika'daki Demokrat Parti hükümetini zor duruma düşürecek hem de Amerika ile Türkiye'yi karşı karşıya getirme amaçlı epeyce "belge" yayınlandı. Obama, Tayyip Erdoğan, Berlusconi, Putin ve Çin Devlet Başkanı Diktatör Kim Jong II topun ağzına konmuş. İsrail Başbakanı Natenyahu tertemiz!

porlar yazan Amerikalı diplomatlarla karşı karşıya Türkiye. Dergi, İsrail lobisinin emir eri diplomatlara dayandırarak, ispatsız olmasına rağmen Başbakan Erdoğan'ın İsviçre bankalarında 8 hesabı olduğunu yazdı.

Bununla da yetinmeyen Der Spiegel, Assange'nin yayınladığı belgelere dayandırarak şu iddialara yer verdi:

*"Başbakan Erdoğan, güçlü bir İslamcı. Bakanları beceriksiz, eğitimsiz, bazıları kokuşmuş durumda. Hükümet paramparça, muhalefet gülünç.*

*Erdoğan, henüz realist bir dünya görüşüne sahip olmadı. Allah'ın kendisini ülkeyi yönetmeye sevk ettiğine inanıyor. Etrafında burnu bir karış havada danışmanlar çemberi var. Erdoğan kimseye güvenmez. Asker ve MIT, kendisine önemli raporları iletmiyorlar.*

*Erdoğan Allah'a inanır fakat işini ona bırakmaz.*

*Erdoğan, yolsuzlukla mücadele edeceğini söyleyerek iktidara geldi. Amerikalı diplomatların raporlarına göre aile çevresinden başlayarak yolsuzluklara bulaştı...*

2004'te Ak Parti Trabzon'da belediye başkanlığı seçimini kaybettikten sonra Bakan Faruk Nafiz Özak, Trabzon Spor'a örtülü ödenekten birkaç milyon dolar aktardı. Bu para ile iyi oyuncular alınacak, böylece belediye seçimlerine yatırım yapıldı.

Amerika'nın Ankara Büyük Elçisi Eric Edelman'ın 2004 yılı raporlarına göre Ak Partililer makamları dolduruyor, çoğu yeteneksiz, kendi çıkarlarını takip ediyorlar, kendi dinî cemaatlerini besliyorlar. Taşra politikacıları dar kafalı ve İslamcı.

Erdoğan'ın, demokrasi bir tren, istediğimiz istasyona gelince ineriz, sözü meşhur.

Amerikalıların tahminlerine göre bazı Ak Partili politikacılar, AB'a girmeyi karanlık ve karıştırma amaçlı destekliyorlar. Türkiye'nin Avrupa'da İslam'ı yayması gerektiğine inanıyorlar." (Der Spiegel, s.116-117)

Der Spiegel, Wikileaks belgelerini gören ve nelerin önce yayınlanması gerektiğine karar veren dünyadaki beş yayın organından biri, İsrail yanlısı yayınları ile tanınır. İsrail politikalarını eleştirmez.

Dergide İran, İtalya, Rusya, Çin ve daha birçok ülke aleyhinde denebilecek gizli belgeler yayınlandı. İsrail aleyhine olabilecek tek satır yok.

Amerika'daki İsrail lobisi veya MOSSAD, Barak Hüseyin Obama ve Hilary Clinton'un İsrail politikalarını eleştiren tavrından hiç de memnun değil. Hem Amerika'daki Demokrat Parti hükümetini zor duruma düşürecek hem de Amerika ile Türkiye'yi karşı karşıya getirme amaçlı epeyce "belge" yayınlandı. Obama, Tayyip Erdoğan, Berlusconi, Putin ve Çin Devlet Başkanı Diktatör Kim Jong II topun ağzına konmuş. İsrail Başbakanı Natenyahu tertemiz!

Dergiler, internet siteleri, gazeteler, televizyonlar... Hepsi dünyayı yönetmek isteyen Bilderbergçi, mason, Lions, Yahudi lobilerinin psikolojik savaş enstrümanları... Egemen güçler, dünyanın beynini yıkamaya ve medya üzerinden hegemonya savaşlarını sürdürmeye devam ediyorlar.

## ALTERNATİF MEDYA ALTERNATİF GÜÇ

**Yahudi lobisi, masonlar, Lionslar veya emperyalistlerden şikâyet etmek çare değil.** Neticede

onlar da insan biz de insanız. Karanlıktan şikâyet etmek yerine birer mum yakmalıyız.

İnsanları ve milletleri yükselten temel değerler her devirde her çağda her zaman aynıdır.

Kur'an-ı Kerim'i okursak, Cenab-ı Hakk'ın Hz. Adem'i yarattıktan sonra ona ilim öğrettiğini ve Hz. Adem'in ilim sayesinde meleklere üstün geldiğini öğreniriz.

Hz. Adem'i üstün hâle getiren ilim, dün de bu günde kendisine sahip olanları üstün hâle getirmiştir, getirmektedir.

İlim öğrenmek her zaman üstünlük vesilesidir. Amerika, İsrail, Almanya, Japonya gibi gelişmiş ülkeler bilim ve araştırmaya önem vermektedirler.

Bu ülke insanları eğitime ve okumaya çok önem veriyor.

Dünyadaki gelişmiş ülkelerin eğitimde verimlilik araştırması olan PISA'da öne geçtiğini görürüz.

Kalkınmış ülkeler teknolojiye ileridirler.

Teknoloji, ilmin uygulamasından ibarettir.

Ekonomi, bilgi sayesinde iyileşir.

Keşif, icat, buluş yapan ve patent sayısı yüksek ülkeler, kalkınmış ülkelerdir.

Kur'an, *seni yaratan Rabbinin adıyla oku*, buyurarak okumayı teşvik eder.

Peygamberimiz (sav) , **"Beşikten mezara kadar ilim öğreniniz."** buyurur.

İlim, sanat ve kalkınma; çalışma sayesinde gerçekleşir.

Kur'an, insan için sadece çalıştığının karşılığı vardır, buyurarak bizi çalışmaya teşvik eder.

Peygamberimiz (sav), *çalışıp kazananlar, Allah'ın sevdiği kullardır*, buyurur.

Washington'da yapılan bir araştırmada bilim adamları, beynin bilgi ile geliştiğini, bilginin beyin vitamini olduğunu, okuyan insanın zekâsının arttığını ortaya koydular.

Kur'an, baştan sona ilimdir. **"Hiç bilenlerle bilmeyenler bir olur mu?"** buyurur.

Sevgili Peygamberimiz (sav), **"İlim Çin'de de olsa gidip alınır."** der.

**"Hikmet müminin yitiğidir, nerede bulursa alır."** hadisi bizi iyi, güzel ve faydalı şeyleri öğrenmeye teşvik etmektedir.

Araplar, İslam'dan önce dünya dengesinde herhangi bir ağırlık teşkil etmezken Kur'an sayesinde, onun getirdiği yükselme prensiplerine uyarak kısa sürede büyük devletler ve muhteşem medeniyetler kurmuşlardır. Dünyanın en bedevî, en cahil, en kaba, en geri kalmış milleti, 23 sene gibi kısa bir zaman zarfında dünyanın en medenî, en bilgili, en adaletli, en ileri milleti olmuştur.

Kur'an; ilim, hikmet, akıl, çalışkanlık, adalet, hikmet, fazilet ve erdemli olmayı emretmiştir. İlim, sanat ve marifet sayesinde yükselen ve büyük devletler kuran Müslümanlar, gittikleri yerlere barış, adalet, ilim, zenginlik ve saadet götürmüşlerdir.

Bugün de dünya adalet, huzur, barışa hasrettiir.

## YENİ BİR MEDENİYET KURMA POTANSİYELİ

Prof. Manfred Spritzer'in tahminlerine göre her insanın beyninde ortalama 120 milyar sinir hücresi

Hz. Adem'i üstün hâle getiren ilim, dün de bu günde kendisine sahip olanları üstün hâle getirmiştir, getirmektedir. İlim öğrenmek her zaman üstünlük vesilesidir. Amerika, İsrail, Almanya, Japonya gibi gelişmiş ülkeler bilim ve araştırmaya önem vermektedirler. Bu ülke insanları eğitime ve okumaya çok önem veriyor. Dünyadaki gelişmiş ülkelerin eğitimde verimlilik araştırması olan PISA'da öne geçtiğini görürüz.

Medya ve iletişim çağındayız. Müslümanlar olarak medyayı verimli ve faydalı bir şekilde kullanmak zorundayız. Meydanı, ilim ve teknolojiyi kendi çıkarları doğrultusunda veya psikolojik savaş aleti olarak kullananlara terk edemeyiz.

var. Allah herkese mucize ve harikulade yetenekli bir beyin vermiş. Zeki, akıllı ve başarılı dediğimiz insanlar da daha başarılı olanlar da aynı donanıma sahipler.

Alman bilim adamı **Prof. Herald Hüter**, beynin her tarafını araştırdık, beyinde zeki, aptal, bağımlı hücreye rastlamadık, der.

Her şey insanın beynine verdiği emre, kendi kendine aldığı karara bağlı. Zekâ geliştirilebilir, herkes aklını ilim, sanat ve beyin sporları ile geliştirip daha verimli kullanabilir.

Donanım farkı olmamasına rağmen, beyni kullanma becerisi sayesinde kimi insanlar başarılı olurken kullanmayanlar da başarısız oluyor.

Hans da insan Hasan da.

Abraham'ın sahip olduğu donanım ve kapasiteye İbrahim de sahip.

Yakop da 100 milyar nörondan oluşan bir beynin sahibi Yakup da...

Hans, Yakop, Abraham, Eva ve Marya'nın yaptığını Hasan, Yakup, İbrahim, Havva ve Meryem de başarabilir.

1.5 milyar Müslüman; Amerika, İsrail, Almanya veya Batılıların Müslümanlara zulüm ve haksızlık yaptığından şikâyetçi. Amerika, Afganistan ve Irak'ta çıkardığı yangına benzin dökmeye; İsrail, Filistin'i kana bulamaya devam ediyor.

Amerika ve İsrail'i üstün hâle getiren sahip oldukları ilim ve teknolojidir.

İlim ve teknolojiyi yasaklayan veya haram sayan tek bir ayet ve hadis yok.

Öyleyse Müslümanlar, ilim ve teknoloji yarışına girmeli ve üstün olmanın yolunu aramalıdır.

Emperyalistlerin zulümleri karşısında sızlanmanın, şikâyet etmenin faydasızlığını **Mehmet Akif Ersoy** 100 yıl önce haykırıştır. Akif, Batı'nın ilim ve teknolojik üstünlüğü sebebiyle İslam ülkelerini ve dünyayı işgal edip sömürdüğünü görmüş, Müslümanların ilim ve teknolojiye Batı ile yarışması gerektiğini **Safahat'**ında ifade etmiştir.

Batı ile yarışma konusunda **Japonları** örnek gösterir. Japonlar; Batı'yı taklit etmemişler; ilim ve teknolojiyi almışlar fakat kendi kimliklerini korumuşlardır. İlimin ve sanat, insanlığın ortak malıdır. Vatani ve milliyeti yoktur.

Akif yapılması gerekenleri şöyle sıralamıştır:

**"Alınız ilmini Garb'ın, alanı sanatını.**

**Veriniz mesainizi de son sür'atini.**

**Çünkü kabil değil artık yaşamak bunlarsız;**

**Çünkü milliyeti yok sanatın, ilmin yalnız.**

**İyi hatırda tutun ettiğim ihtarı demin:**

**Bütün edvar-ı terakkiyi yarıp geçmek için,**

**Kendi mahiyet-i ruhiyeniz olsun kılavuz.**

**Çünkü beyhudedir ümmid-i selamet onsuz."**

Bedizzaman Said Nursi de şöyle der:

"Zaman neden herkese terakki dünyası olsun da Müslümanlara tedenni (geri kalma) dünyası olsun? Şu kışın devamını ihtimal verebilir misin? Bu kışın devamına ihtimal verebilir misin? Her kışın bir baharı, her gecenin bir gündüzü vardır."

Şair Yavuz Bülent Bakiler ise şöyle haykırır:

**"Bir dev gibi bir dağ gibi doğrulacağız**

**Yeni bir ruha doğacak toprağımızdan.**

**Dünya yeniden tanyacak bizi heyecanla**

**Burma bıyığımızdan, kalpağımızdan."**

Medya ve iletişim çağındayız. Müslümanlar olarak medyayı verimli ve faydalı bir şekilde kullanmak zorundayız. Meydanı, ilim ve teknolojiyi kendi çıkarları doğrultusunda veya psikolojik savaş aleti olarak kullananlara terk edemeyiz.

Arş. Gör. Emrah ÖZTÜRK  
Arş. Gör. Eda TURANCI  
Arş. Gör. Çağrı KADEROĞLU BULUT  
Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi

## MEDYADA YOĞUNLAŞMA VE TÜRKİYE'DEKİ DURUM



20. yüzyılın son çeyreği, Batı toplumlarının sanayi tipi mal üretimden bilgi toplumunun ihtiyaçlarını karşılayan üretim şekline geçtiği ve kitle iletişim araçlarının bütün bu süreçte öneminin giderek arttığı bir toplumsal dönüşüme şahit oldu. Kapitalizmin 1970'lerde girdiği uzun dönemli krize cevap olarak geliştirdiği yeni politikalar (neoliberal sosyal ve iktisadi politikalar), etkin olarak 1980'lerde uygulanmaya başlandı. Sermaye bu yıllarda yayılcı politikasını arttırarak küreselleşme denen olgunun taşıyıcısı ve esas yönlendiricisi oldu. Yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisiyle sermayenin dünya üzerindeki hareket alanı genişledi, coğrafi sınırlılıklarından kurtularak akışkanlığını hızlandırdı ve dolaşımını serbestleştirdi. Buna paralel biçimde, üretim mekanı ve pazar olarak ulusal sınırlar etkinliğini kaybetmeye başladı. Şirketler artık, uluslararası çapta örgütlenmeye, üretim mekanlarını çok çeşitli coğrafyalara

yaymaya, finans işlemlerini dünyanın farklı bölgelerinde yapmaya ve dünyada girebildikleri tüm coğrafyaları pazar haline getirmeye başladılar. Örneğin; merkezi ABD'de olan bir giyim firması, üretiminin bir kısmını Türkiye'de yapmaya, ortaya çıkan ürünü Avrupa ve Asya'da satmaya ve elde edilen karı yine Avrupa ve ABD'de işleme sokmaya muktedir hale geldi. Böylece dünya, sermayenin rahatça dolaşabildiği bir pazar haline gelirken, etkin ve yaygın yeni iletişim teknolojileri de bütün bu yayılma sürecinin tüm insanlarca tecrübe edildiği yanılımasını yaratarak, bu yapıda önemli bir rol oynadılar. Bizim konumuz açısından bunun önemi ise insanların yaşadıkları bu tecrübenin hangi boyutlarda ve ne yönde medya sahipliğinin etkisine bağlı olarak geliştiği ve sermayenin son otuz yılda ne gibi stratejiler geliştirerek süreci yönlendirdiği olacaktır.





Çok uluslu şirketlerin aynı zamanda küresel medya sahipleri olduğu bu yeni dönem, geleneksel medya algısının ve işleyişinin yıkıldığı, kâr amaçlı yayıncılığın temel ilke haline geldiği ve kamusal yayıncılığın totaliter devlet, çoğulculuk ve alt kültür tartışmaları ekseninde giderek sönümlendiği bir süreç haline gelmiştir. İletişim sektöründe yaşanan büyük değişikliklerin altında sermayenin dünyadaki akışının bilenebilmesi ve kontrol edilebilmesi için iletişim ağlarının gerekliliğinin olduğu kadar, telekom altyapısı üzerinden bilişim ve yayıncılık faaliyetlerinin birlikte yürütülmesinin (yöndeşmenin) etkisi de önemli yer tutar.

Çok uluslu şirketlerin aynı zamanda küresel medya sahipleri olduğu bu yeni dönem, geleneksel medya algısının ve işleyişinin yıkıldığı, kâr amaçlı yayıncılığın temel ilke haline geldiği ve kamusal yayıncılığın totaliter devlet, çoğulculuk ve alt kültür tartışmaları ekseninde giderek sönümlendiği bir süreç haline gelmiştir. İletişim sektöründe yaşanan büyük değişikliklerin altında sermayenin dünyadaki akışının bilenebilmesi ve kontrol edilebilmesi için iletişim ağlarının gerekliliğinin olduğu kadar, telekom altyapısı üzerinden bilişim ve yayıncılık faaliyetlerinin birlikte yürütülmesinin (yöndeşmenin) etkisi de önemli yer tutar. İletişim ve yayıncılık faaliyetlerinin karlı hale gelmesi nedeniyle farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin bu alana girmesi veya yayıncılık alanında devleşen şirketlerin holdingleşmeleri nedeniyle iletişim sektöründe de “yoğunlaşma” belirleyici bir etken olarak ortaya çıktı. Yoğunlaşma, deregülasyon süreciyle iç içe işledi. İletişim alanındaki mülkiyet yapısının genişlemesi önünde engel oluşturan kurallar kaldırılmaya ve düzenleyici kuruluşların niteliği değiştirilmeye başlandı. Sahipliğin önündeki engeller kaldırıldıkça düzenleyici kuruluşların işlevi de onları denetlemek, tekelleşmeyi önlemek değil, yeni devlerin koordinasyonunu ve paylaşımını sağlamayı amaçlayan bir alan oluşturmak olarak değişti.

Medyada yoğunlaşma genel olarak, birleşme ve satın almalar yoluyla ortaya çıkan, birden fazla ve çeşitli medya ortamının/aracının az sayıdaki gruplar elinde toplanması durumunu tanımlar. Medya sahipliğinin sınırlı olması (bir kaç şirket/grup elinde toplanması) (Avşar, 2004: 89) yoğunlaşmanın önemli özelliklerinden birisidir. Bu sahiplik küresel şirketlerin ortaklığı ve satın almaları sonucunda oluşabileceği gibi, o ülkenin yerel sermaye güçleri tarafından da elde edilebilir.

Yoğunlaşmanın artmasında büyük medya gruplarının dünya çapında örgütlenmeleri ve bu grupların program üreten, dağıtan şirketler kurmaları ve reklam-pazarlama işine girmeleri de etkili olmaktadır (Büyükbaykal, 2008). Aynı zamanda, medya sektörü dışında faaliyet gösteren uluslararası sermaye

gruplarının da pek çok amaçla medya endüstrisine yatırım yapmaları, bu alanda yaşanan yoğunlaşmanın önemli ölçüde tekeli ve uluslararası bir karaktere bürünmesini sağlamaktadır. Ulusal yayıncılık alanında faaliyet gösteren gruplar da, uluslar arası sermayeyle eklenmek ve böylece yatırım alanlarını genişletebilmek amacıyla küresel medya şirketleriyle ortaklıklara girişmektedir. Böylece süreç hem ülke içinde sahipliğin belirli gruplarda toplanmasına hizmet ederken hem de bu grupların başka ticari alanlarda yürüttükleri faaliyetlerle de bağlantılı olarak dev medya şirketleriyle ortaklıklar kurulmasını zorunlu kılmaktadır.

Uluslararası sermaye ve bu sermayeyi denetiminde tutan çok uluslu şirketler medya tekelini biçimlendirmekte, medya tekelleri de kendilerini uluslararası pazarın imkan ve şartlarına göre tekrar örgütlemektedir (Büyükbaykal, 2008). Adaklı'ya göre, neoliberal anlayış çerçevesinde şekillenen medya, hegemonyanın güçlenmesine hizmet ederken kendini birçok alanda yenilemektedir. Medya yatırımlarının artık görece büyük sermayeye gereksinim duyması, medya tekelleşmesinin ve uluslararasılaşma eğiliminin büyük bir ivme kazanmasına sebep olmakta ve alternatif, görece küçük ölçekli yerel medyaların yok olmasına neden olmaktadır. Örneğin, 1983 yılında ABD'de medya pazarında bulunan 50 şirket varken bu rakam 2004 yılında 4'e düşmüştür (Adaklı, 2010: 70).

Medyada yoğunlaşma genel olarak üç farklı biçimde ortaya çıkmaktadır.

1. Yatay Medya Yoğunlaşması: Belirli bir sermaye grubunun farklı yayın organlarına sahip olmasıdır. Radyo, televizyon ya da gazete gibi tek bir sektörde sahipliğin yoğunlaşması anlamına gelmektedir

2. Dikey Medya Yoğunlaşması: Bir şirketin üretimden tüketime kadar her safhada kontrol ve sahipliğinin veya yayıncılar ile ilişkili oldukları program üretici firmalar ve dağıtım pazarları arasındaki sahiplik ve sermaye entegrasyonunun söz konusu olmasıdır

3. Çapraz Medya Yoğunlaşması: Aynı sermaye sahipliğinin farklı medya alanlarında ve başka alan-

Medya dışı alanlarda büyük yatırımlar yapmanın siyasal aktörlerle iletişim ve ilişki içinde olmayı gerekli kıldığı tartışmasız bir gerçektir. Uluslararası düzeyde ya da ülke içinde yapılan birleşmeler ve farklı alanlardaki büyüme hedefli yatırımlar aslında bir yandan hep aynı sesin duyulmasına sebep olurken aynı zamanda da bu sesin daha fazla yerde duyulmasını sağlamaktadır. Bu durum yeni iletişim teknolojilerinin ve medya mimarisinin -insanlar üzerindeki etkisi bakımından- önemli paradoksu gibi gözükmektedir.

larda da mülkiyet sahipliği olarak tanımlanabilir (Avşar, 2004: 89-90).

Çoklu medya yoğunlaşması diye de adlandırılabilen çapraz sahiplik durumunda, radyo, televizyon, internet, gazete gibi farklı medya mecralarında sahipliğin yanı sıra finans, sanayi vb. alanlarda da yatırımlar yapılmaktadır.

Küreselleşmeyle birlikte çokuluslu şirketler, birçok farklı ülkedeki kolları yoluyla dünya çapında etkinlik gösterirken, yoğunlaşma süreciyle birlikte de pek çok alanda faaliyet gösteren ve dünya pazarının egemenliğini ellerinde bulunduran yapılar olarak ortaya çıkmışlardır. Bu durum artık medya sektöründe çapraz yoğunlaşmanın geçerli olduğunu ve yatay ya da dikey yoğunlaşmanın çok fazla işlevinin kalmadığını göstermektedir. Medya artık başlı



Medyada yoğunlaşma tartışmalarının başlangıcı özel radyo ve televizyonun ortaya çıkması ve devletin bu alanda tekel gücünün ortadan kalkmasına kadar götürülebilir. Türkiye gibi ülkelerde medya ve sahiplik ilişkileri bağlamında medyanın toplumu demokratikleştirici rolünün var olup olamayacağı, olacaksa bunun şartlarının nasıl yaratılacağı gibi sorunlar görece yeni bir zamanda kamusal tartışmaya açılmıştır. Çeşitli ülkeler yoğunlaşmanın önlenmesi ve çoğulculuğun sağlanması konusunda kendi düzenlemelerini yapmışlardır.

başına bağımsız bir sektör değildir. Büyük medya imparatorluklarının ya da medya dışı sektörlerde devleşmiş çokuluslu şirketlerin bir yan dalı olarak faaliyet göstermektedir. Farklı alanlarda ekonomik

ve ticari yatırım yapmayan medya kuruluşlarının günümüzde yaşama şansları yok denecek kadar az olmaktadır. Sonuç olarak küçük medya yapılanmaları, medya dışında faaliyet gösteren büyük şirketler tarafından satın alınmakta ya da başka ticari alanlarda yatırım yapmaya zorlanmaktadır.

Medya dışı alanlarda büyük yatırımlar yapmanın siyasal aktörlerle iletişim ve ilişki içinde olmayı gerekli kıldığı tartışmasız bir gerçektir. Uluslararası düzeyde ya da ülke içinde yapılan birleşmeler ve farklı alanlardaki büyüme hedefli yatırımlar aslında bir yandan hep aynı sesin duyulmasına sebep olurken aynı zamanda da bu sesin daha fazla yerde duyulmasını sağlamaktadır. Bu durum yeni iletişim teknolojilerinin ve medya mimarisinin -insanlar üzerindeki etkisi bakımından- en önemli paradoksu gibi gözükmektedir. İdealleştirilmiş (ya da kitle iletişim araçlarının demokratik bir kamu yaratma potansiyeli olarak) çok seslilik bazen salt “çokluğa” bazen de salt “sese” dönüşmektedir. Salt “çokluk” sesleri farklı kılmazken; salt “ses” ancak fazla yerlere ulaşmakta ama hep aynı şeyi tekrarlamaktadır. Atabek (akt. Büyükbaykal, 2008) bu durumu global medyanın iki temel ekonomi politik özelliği olan ticari içerik ve tekelleşme eğilimiyle açıklar.

Medyada yoğunlaşma tartışmalarının başlangıcı özel radyo ve televizyonun ortaya çıkması ve devletin bu alanda tekel gücünün ortadan kalkmasına kadar götürülebilir. Türkiye gibi ülkelerde medya ve sahiplik ilişkileri bağlamında medyanın toplumu demokratikleştirici rolünün var olup olamayacağı, olacaksa bunun şartlarının nasıl yaratılacağı gibi sorunlar görece yeni bir zamanda kamusal tartışmaya açılmıştır. Çeşitli ülkeler yoğunlaşmanın önlenmesi ve çoğulculuğun sağlanması konusunda kendi düzenlemelerini yapmışlardır. Bir özel veya tüzel kişiye ait kanalların toplam izleyici payı içindeki izlenme oranına bakılan “izleyici payı modeli”, kaç tane radyo ve televizyon lisansına sahip olduğuna bakılan “lisans sahipliği modeli”, “gelir payı/frekans sınırlama modeli”, “sermaye payı/yayın lisans mo-

deli" bu düzenlemelerden bir kaçıdır (Avşar, 2004: 94-95).

## Türkiye'deki Durum

1980'ler ve 90'lar, Türkiye'deki medyanın kendini yeniden tanımladığı, küresel süreçlerle iç içe geçen bir gelişme ve yenileşmenin ortaya çıktığı ve iktisadi alanda görülen büyük değişmelerin, yeni filizlenen özel televizyon yayıncılığına etki ettiği yıllar olarak anılabilir. Dünya'daki neoliberal dönüşüme paralel olarak Türkiye'de medya -tv yayıncılığı bağlamında, dünyadan farklı olarak ilk oluşmaya başladığı andan itibaren- büyük sermayeyle bağlantısını köklü bir şekilde kurmuştur. Bu bağlantı medya sektörünü her şeyden önce amacı ticari kazanç olan bir yapıyla tamamen sarmış ve bu kazancın sağlanabilmesinin önemli koşullarından biri olan eğlence anlayışının üstüne kurulu bir medya düzeni ortaya çıkarmıştır. Söz konusu kültür Türkiye mediasında haber bültenlerinden en trajik programlara kadar her alanda kendini göstermiştir. Bu süreç aslında her ne kadar farklı ve çeşitli iletişim olanaklarına imkan sağlayan yeni iletişim teknolojilerinin yükselişine sahne olduysa da etkin bir alternatif medya ortaya çıkmamış, oluşturulan çeşitli ürünler de benzer yapıdaki niteliksiz yayınlar olarak kalmıştır.

1990'lı yıllar Türkiye'de özel televizyon yayıncılığının başladığı ve kamu tekelinin ortadan kalktığı dönemdir. Bu yıllarda şekillenmeye başlayan medya sahipliğinin Türkiye'de daha çok çapraz bütünleşmeyle sonuçlandığını görmek mümkündür. İlk yıllarda farklı sektörlerden gelen sermaye sahipleri medya alanına yatırım yaparken; daha sonra çeşitli medya sahiplerinin birçok alanda (özelleştirmelerin de etkisiyle) aktif ticari etkinlikte bulunmaya başladıklarını görmekteyiz.

Günümüzde Türkiye'nin belli başlı büyük medya gruplarından olan Doğan, Çalık, Çukurova ve Doğuş, medya sektöründe gazete, televizyon, radyo, dergi, internet sitesi, telekom ve bilişim gibi alanlarda faaliyet gösterirken, yayıncılık, reklamcılık, pazarlama gibi yan dallarda da oldukça etkindirler. Bu alanların dışında aynı zamanda enerji, finans, tekstil,

Tartışmalarda sıkça rastlanılan iddialardan biri medyadaki yoğunlaşmanın demokrasiyi oluşturması gereken farklı ses ve görüşlerin duyulmasını engellediğidir. İster küresel düzeyde olsun ister yerel sermayenin gücüyle olsun medya sahipliği meselesi asıl olarak kamunun bağımsız ve farklı kanallardan haber alma hakkını engelliyor gibi gözükmektedir. En ideal yaklaşımla, kamusal iletişim araçları bütün işlevlerinin yanında gerçekten var olma amaçlarını toplumsal hizmet olarak açıklarlar. Bu amaç, eğlendirmek olabileceği gibi toplumsal sorunların dile getirilmesi ve yaşanan haksızlıkların bilindiğinin gösterilmesi de olabilir. Bu yüzdendir ki en çok izlenen kanallar (genelde eğlencelik program yayınlayan) bile akşam bültenlerinde haber yayınlamaktadırlar.

sanayi, otomotiv, inşaat, madencilik gibi sektörlerde de büyük yatırımlara sahiptirler. Örneğin Turkuvaz Medya Grubunun (ATV, Sabah, Takvim, Yeni Asır vs.) sahibi olan Çalık Holding, finans alanında



Aktif Bank'la, enerji alanında Çalık Enerji firmasıyla, madencilikte Çalık Maden İşletmeleri A.Ş. ile, İnşaat alanında Gap İnşaat firmasıyla, Telekom alanında da Altelekom ile uluslararası çapta faaliyet göstermektedir. Aynı şekilde Doğan Yayın Holding ile medyada faaliyet gösteren (Hürriyet, Kanal D, D Smart vs.) Doğan Grubu da enerji alanında Petrol Ofisi ile, sanayide Çelik Halat ve Tel Sanayi A.Ş. ile, Otomotiv alanında Doğan Oto ile, finans alanında ise Gayrimenkul Geliştirme Şirketi ve 2007 yılında %58'ini sattığı Ray Sigorta ile yatırımlarını sürdürmektedir.\*

### Sonuç Yerine: Çok Olan Çeşitli Midir?

Tartışmalarda sıkça rastlanılan iddialardan biri medyadaki yoğunlaşmanın demokrasiyi oluşturması gereken farklı ses ve görüşlerin duyulmasını engellediğidir. İster küresel düzeyde olsun ister yerel sermayenin gücüyle olsun medya sahipliği meselesi asıl olarak kamunun bağımsız ve farklı kanallardan haber alma hakkını engelliyor gibi gözükmektedir. En ideal yaklaşımla, kamusal iletişim araçları bütün işlevlerinin yanında gerçekten var olma amaçlarını toplumsal hizmet olarak açıklarlar. Bu amaç, eğlendirmek olabileceği gibi toplumsal sorunların dile getirilmesi ve yaşanan haksızlıkların bilindiğinin gösterilmesi de olabilir. Bu yüzdendir ki en çok izlenen kanallar (genelde eğlencelik program yayınlayan) bile akşam bültenlerinde haber yayınlamaktadırlar. Böylece bütün eğlence ve sosyalleşmenin yanında/akışında sıkıntılar kamusal görünürlük kazanarak, eğlence meşruiyeti yeniden sağlanmış olur. Sorunlarımız bilindiğine göre ya da en azından birileri onlarla ilgilendiğine göre biz gündelik yaşamımızın naif kurgusallığına ve ekranın eğlencesine dönebiliriz. Burada medyanın toplumsal fayda için çalıştığı doğrudur! Çünkü toplum bütün ayrıntısıyla yaşamaya devam etmektedir ve medya da onun en önemli parçalarından (ya da araçlarından) biridir. Eğer medya sadece ve sadece bu eğlence ve akışın bir parçası ve kurucusuysa (siyasal ideoloji ve hegemonya ilişkisi bağlamında), medya yoğunlaşmasını engellemeye çalışmanın kazançlı bir alana girişim-

cileri sokmamak dışında bir anlamı olmayacaktır -ki bu durumda medyanın yoğunlaşmasından değil ticari tekelleşmeden bahsetmemiz gerekecektir. O zaman mesele medya ve yayıncılığın değil şirket işleyişlerinin asıl araştırıcısı olan iktisat ve işletme alanının sorunu olacaktır. Bunun anlamı medyada yoğunlaşmayı engellemenin çoğulculuğun kilit açıcı anahtarı olmadığıdır.. Farklı seslerin duyulmasının, alt kültür ve marjinal-muhafif görüşlerin kamusal alana çıkmasının birinci şartı medya sahipliğinin belirli gruplarda toplanmasının engellenmesidir ama bu kesinlikle yeterli olan değildir. Aslında tarihsel süreç bunun Türkiye ve dünyadaki örnekleriyle doludur. O zaman sahiplik meselesiyle birlikte (ondan sonra ya da önce değil) konuşmamız gereken asıl sorunlardan biri de medyanın tek başına belirli idealleri yüklenilecek kadar naif ve homojen ol(a) mayacağıdır. Bunun yanında da toplumun daha demokratik ve adil bir işleyiş kazanabilmesi için yapılması gerekenin, belirli kurumların kendi başlarına var olmadıklarını anlamak ve onları tarihsel rolleri ve diğer süreçlerle (iktisadi, sosyal vb.) ilişkileri bağlamında düşünebilmek olmalıdır.

#### DİPNOTLAR

\* Bu veriler, söz konusu grupların kurumsal internet sitelerinden derlenmiştir.

#### KAYNAKÇA

1. Adaklı, Gülseren (2010). "Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Dönüşümü", Mülkiye, Cilt XXXIV, Sayı 269, s. 67-84.
2. Avşar, Zakir (2004). "Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları", İletişim: Araştırmaları, 2(2): 87-112.
3. Büyükbaykal, Ceyda Ilgaz (2008). "Küresel Medya Yapılarının Yoğunlaşması", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 31, s. 39-50.
4. <http://www.calik.com>, (Erişim Tarihi: 15.12.2010).
5. <http://www.doganholding.com.tr>, (Erişim Tarihi: 15.12.2010).