

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE’DE ANA AKIM HABER KANALLARINDA
TARTIŞMA PROGRAMLARI VE KANAAT TEKNİSYENLERİ**

DOKTORA TEZİ

Ayberk Can ERTUNA

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Yasemin İNCEOĞLU

ARALIK 2017

ÖNSÖZ

Doktora sürecinde ve tez çalışması sırasında her an desteğini hissettiğim, öğrencisi olmaktan kıvanç duyduğum tez danışmanım Prof. Dr. Yasemin İNCEOĞLU'na, tez izleme komitesinde sundukları öneri ve yaptıkları eleştirilerle çalışmanın olgunlaşmasını sağlayan Prof. Dr. Nilgün TUTAL CHEVIRON ile Doç. Dr. İtir ERHART'a teşekkür borçluyum. Tez savunma jürisine dahil olan Prof. Dr. Arzu KİHTİR başından beri bu çalışmaya dair desteğini esirgemedi. Doç. Dr. Ceren SÖZERİ, yukarıda ismi anılan diğer öğretim üyeleri gibi, hem bu çalışmada yararlanılan bazı kaynaklardaki imzasıyla bu tezi zenginleştirdi, hem de gerektiği anda akademik dayanışma çerçevesinde samimi desteğini sundu. Doç. Dr. Burak Özçetin, Yrd. Doç. Dr. Ersan Ocak, Emrah Göker ile Prof. Dr. Serhat Güney, bu uzun çalışma sırasında ortaya çıkan belirsizlikleri aşabilme konusunda değerli öneri ve desteklerini esirgemediler. Sergül Taşdemir ve Büşra Göç, çalışmanın emek yoğun aşamalarının pürüzsüz aşılmasında önemli rol oynadılar. Babam Berker Ertuna ve annem Serpil Ertuna, hayatımda aldığım tüm kritik kararlarda olduğu gibi doktora sürecini de desteklerini esirgemeyerek moral kaynağı oldular. Sevgili eşim Nur Beğen Ertuna sadece gereken her an destek olmakla kalmadı, evliliğinin ilk yıllarını da kendini saatlerce odaya kapatan bir kişiye yoldaşlık yaparak geçirdi; sınırsız özverisinden dolayı minnettarım. Artık aramızda olmayan iki önemli sosyal bilimci, iki değerli düşünür, üniversitenin ilk yıllarında bıraktıkları izlerle, yıllar sonra bu çalışmayı tetikleyen merak tohumlarını eken, bilgi sevgisini aşıl原因 isimlerdendi: Prof. Dr. Hasan Ünal Nalbantoğlu ve Ulus Baker. Her ikisini de saygı ve özlemle anıyorum. Son olarak bu çalışma için görüşme talebimi kabul eden, yoğun programlarında yer açan, sözün ağırlığının her geçen gün arttığı bir ortamda nezaket ve samimiyetle soruları cevaplayan ancak burada isimlerini aktaramadığım herkese teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	vi
ŞEKİL LİSTESİ	vii
TABLO LİSTESİ	viii
Résumé	ix
Abstract	xii
Özet	xv
1. GİRİŞ	1
2. MEDYADA ÜRETİM SÜRECİNİ ÇÖZÜMLEMEK: ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR VE PIERRE BOURDIEU’NUN “DÖVÜŞ SPORU TAKTİKLERİ”	14
2.1. Eleştirel Yaklaşımlar Çerçevesinde Medya, İdeoloji ve Söylemin İnşası.....	18
2.1.1. Eleştirel Kuramın Temeli: Marksist İdeoloji Çözümlemesi	18
2.1.2. İdeoloji ve söylem ilişkisi	23
2.1.3. Frankfurt Okulu.....	26
2.2. Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi	34
2.2.1. Bourdieu’yü Konumlandırmak	34
2.2.2. Habitus	38
2.2.3. Alan	40
2.2.4. Sermaye.....	43
2.2.5. Simgesel İktidar ve Dil.....	46
2.2.6. Simgesel Emek, Entelektüeller ve Gazetecilik Alanı	49

3. TÜRKİYE’DE İKTİDAR MEDYA İLİŞKİLERİ	56
3.1. İktidarın simgesel sermayesi ve “Erdoğanizm”	56
3.2.1. Dünyada televizyon yayıncılığının gelişimi.....	66
3.2.2. Türkiye’de gazetecilik alanında dönüşüm ve özel televizyonların kuruluşu.....	69
3.2.2. AKP’li yıllarda medyanın dönüşümü.....	74
3.2.3. Ana akım haber kanalları: NTV, CNN Türk, Habertürk	85
3.2.3.1. NTV.....	85
3.2.3.2. CNN Türk.....	85
3.2.3.3. Habertürk TV	86
3.2.4. Medyanın “olağanüstü” hali.....	86
4. TELEVİZYON TARTIŞMA PROGRAMLARI	91
4.1. Gazetecilik alanı, haber kanalları ve tartışma programları	91
4.2. Türkiye’de tek kanaldan özel televizyonlara tartışma programları.....	94
4.3. Reyting savaşları	97
4.4. Tartışmayla doldurulan “altın saatler”	104
4.5. Her geçen gün sığlaşan bir havuz: Kanaat teknisyeni arzı.....	109
4.6. Bir TV yıldızı olarak kanaat teknisyeni	118
4.6.1. Hızlı düşünen, her konuyu konuşan “yeni entelektüeller”	121
4.6.2. Enforme edilenler enforme ediyor: Ekranda gazetecilerin hakimiyeti .	124
4.6.3. Tartışma programlarında siyasetin temsili	127
4.6.4. Tartışma programlarında muhalefetin dozu ve söylem.....	133
4.6.5. Tartışma programlarında toplumsal cinsiyet.....	139
4.6.6. Sahnenin kurgusu: Haber tartışma programlarında oturma düzeni, tartışmanın yönetimi.....	145
4.6.7. Stüdyonun ötesi: Tartışma programları ve sosyal medya	151
4.6.8. “Oyunun” cazibesi: Kanaat Teknisyenlerinin “illusio”su.....	153
4.7. Gündemi yeniden üreten bir “araç” olarak haber tartışma programları.....	157
4.7.1. Siyasetin gündemi	163
4.7.2. Medyanın gündemi.....	168
4.7.3. Gündem dışı bırakılan konular.....	173

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	176
KAYNAKÇA	190
ÖZGEÇMİŞ.....	200
TEZ ONAY SAYFASI.....	201



KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKP	: Adalet ve Kalkınma Partisi
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
CIA	: Central Intelligence Agency (Merkezi Haberalma Teşkilatı)
HDP	: Halkların Demokratik Partisi
IMF	: International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
İŞİD	: Irak Şam İslâm Devleti
KHK	: Kanun hükmünde kararname
MHP	: Milliyetçi Hareket Partisi
PKK	: Partiya Karkerên Kurdistan (Kürdistan İşçi Partisi)
PYD	: Partiya Yekîtiya Demokrat (Demokratik Birlik Partisi)
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SHP	: Sosyaldemokrat Halkçı Parti
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1: Gazeteciliğin yapısal konumu	53
Şekil 3.1: Türkiye medya sahipleri ağı	84
Şekil: 4.1: 24 Ekim – 4 Kasım 2016 arasında NTV, CNN Türk ve Habertürk’e çıkan kanaat teknisyenlerinin mesleki dağılımı	125
Şekil 4.2: Siyasi partilerin oy oranları ve 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında NTV, CNN Türk, Habertürk’teki tartışma programlarına katılan milletvekillerinin oransal dağılımı	129
Şekil 4.3: 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında üç kanaldaki tartışma programlarında kadın ve erkeklerin ekran görünürlüğü.....	140
Şekil 4.4: 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Başbakan Yıldırım’ın gündemindeki konu başlıkları	165
Şekil 4.5: 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında, üç haber kanalındaki tartışma programlarında ele alınan konular	169
Şekil 4.6: 24 Ekim - 4 Kasım 2016 tarihlerini kapsayan dönemde üç haber kanalında ele alınan konular	170

TABLO LİSTESİ

Tablo 4.1: Türkiye’de medya reklam pazarı	98
Tablo 4.2: Tartışma programı, “prime time” programlar karşılaştırması	102
Tablo 4.3: Tartışma programları ve kanalların tüm gün izlenme oranı	103
Tablo 4.4: 24 Ekim – 4 Kasım 2016 arasında NTV, CNN Türk ve Habertürk’te programlara katılan gazetecilerin siyasi eğilimleri	131

Résumé

Cette étude porte sur les débats télévisés et les "techniciens de l'opinion" s'octroyant un droit à l'expression dans ces programmes, dans un contexte où la télévision reste la première source d'informations dans la société turque. Le monopole de l'Etat sur la télédiffusion en Turquie a pris fin au début des années 1990. Dans un délai très bref, les chaînes de télévision privées sont ensuite apparues. Juste avant le millénaire, les chaînes d'information continu ont été introduites dans l'industrie des médias. Le format des débats télévisés, auparavant sous la mainmise de l'État, est devenu le format préféré des privés. Les trois chaînes d'information grand public NTV, CNN Turk et Haberturk, qui sont au centre de cette étude, diffusent de tels programmes aux heures de grande écoute. Ces débats proposent, des discussions de plusieurs heures sur l'actualité, et confrontent des invités issus d'horizons professionnels variés et d'origines sociales différentes. Aussi, puisque ces programmes sont conçus comme le prolongement des émissions d'information; ils servent à la (re)production de l'ordre du jour. La question sera de montrer comment cet ordre du jour est reproduit, et d'analyser si ces programmes répondent à un réel besoin d'informations ou s'il pourrait s'agir de pseudo-débats dans lesquels les opinions dominantes reproduisent les positions hégémoniques représentatives de la société aux dépens du savoir et des connaissances. Sur la base de cette problématique, cette recherche interroge la production de l'information et les capacités à rapporter l'information des grands médias dans les conditions économiques, politiques et sociales d'aujourd'hui. En outre, cette recherche questionnera la façon dont les débats télévisés jouent le rôle, ou non, de lieux d'expressions et d'argumentations authentiques et enfin, examinera les mécanismes de production des experts télévisés.

Dans la première partie de ce travail, les approches critiques des médias, sous l'influence de l'école de pensée Marxiste, sont présentées ensemble avec l'approche sociologique critique de Pierre Bourdieu dont la pensée est influencé par trois auteurs; Marx, Weber et Durkheim. Ainsi, les termes de base et les termes les plus importants, de la littérature concernée, qui ont été employés dans cette thèse sont discutés de manière globale pour un objectif double: Dans un premier temps, comprendre les mécanismes de base et fonctionnant à échelle plus large, en recourant au cadre général posé par l'école de pensée critique et en se concentrant sur la propriété des médias et le système économique global. Dans un second temps, répondre au besoin de développer un cadre conceptuel en mesure de pouvoir analyser ce "microcosme" spécifique dans le domaine du journalisme par l'utilisation des outils dérivés du cadre théorique de Bourdieu issus de vastes études empiriques. Les débats télévisés et les rôles variés des acteurs impliqués dans leur production, sont

analysés comme faisant partie d'une structure dynamique et d'une lutte constante selon le cadre défini par Bourdieu comme «le champ». Le domaine du journalisme, comparé à d'autres domaines, est sous une forte influence des domaines économiques et politiques. Par conséquent, en se concentrant principalement sur la période post 1990, lorsque les chaînes de télévision privées ont été ouvertes, le domaine journalistique en Turquie est évalué dans le cadre général des relations entre politiques et médias.

Cette étude a été menée à la suite de la tentative de coup d'État du 15 juillet 2016, alors que le pays était en état d'urgence. Par conséquent, les données présentées dans ce travail sont également recueillies dans le but de comprendre la nature de la relation entre politiques et médias au cours d'une période bien particulière. Afin de dresser un tableau général de la structure du champ journalistique en Turquie pendant cette période, cette étude emploie des méthodes de recherche à la fois quantitatives et qualitatives. En outre, les débats télévisés aux heures de grande écoute sur NTV, CNN Turk et Haberturk sont analysés en se concentrant sur leurs formats, le profil des participants et les techniques de modération des présentateurs. De plus, leurs ordres du jour sont évalués et leurs audimats sont discutés de manière comparative. Des entretiens approfondies ont été menées du 12 au 29 octobre 2016 avec 24 personnes, incluant des éditeurs, des producteurs, des responsables de l'accueil des invités, des présentateurs d'émissions, ainsi que des experts de télévision de différentes origines.

Les audimats sont considérés comme les principales mesures du succès de la production télévisuelle. Ces échelles d'évaluation des débats télévisés des chaînes mentionnées ci-dessus sont comparés à la fois à la performance globale de ces chaînes et aux audimats des séries télévisées, des jeux questionnaires, des programmes de divertissement diffusés dans le même créneau sur différents chaînes. Ces données montrent que les audimats des débats télévisés sont considérablement faibles par rapport aux autres formats de programmes énumérés ci-dessus. En outre, il est entendu que ces débats télévisés influent rarement de manière positive affectent rarement positivement les audimats de la chaîne d'information. Le faible coût de ces programmes est un avantage pour les propriétaires. Cependant, au-delà de cela, le véritable enjeu est de maintenir l'équilibre des forces avec les acteurs influents du champ politique puisque ces programmes et les experts invités servent comme outils d'établissement de l'ordre du jour en fonction de ce qui est dit (et non dit).

Dans le cadre de cette recherche, les «techniciens d'opinion» invités à divers débats télévisés diffusés sur ces chaînes entre le 24 octobre et le 4 novembre 2016 sont regroupés en fonction de leurs similarité ou vice versa. En plus de leurs positions professionnelles basiques; leurs tendances politiques et leur rhétorique idéologique sont évaluées. Par conséquent; on constate que la rhétorique politique actuelle est reproduite par des journalistes, des universitaires, des juristes, etc. tout juste en accord avec les positions politiques et sociales déjà polarisées. Par ailleurs,

tous les répondants (malgré leurs positions politiques et idéologiques divergentes) ont affirmé qu'il était impossible que s'exprime une variété intéressante d'opinions dissidentes dans les médias grand public, et les noms expérimentés du secteur des médias ont déclaré que la liberté de parole est à son niveau le plus bas.

Le terme «techniciens d'opinion» employé dans cette étude pour définir les invités de l'émission est emprunté à Bourdieu. Il a employé ce terme pour définir les «nouveaux intellectuels» en se référant à la définition de *doxosophe* de Platon, en tant que personne qui (re)produit l'opinion plutôt que la connaissance scientifique. Ces personnes, bien que d'origines sociales et communautaires différentes partagent des traits similaires développés au cours du temps leur permettant de réussir dans le monde de la télévision. Leur processus de sélection implique divers mécanismes de filtrage. L'attitude loyale envers la rhétorique hégémonique est aussi importante que leur performance à l'écran. Quelqu'un, qui ne parvient pas à s'adapter au changement de paradigme politique et qui ne peut calibrer sa rhétorique en conséquence, est immédiatement renvoyé. L'offre de techniciens d'opinion est davantage liée à leur capacité à produire une rhétorique conforme au statu quo qu'à leur niveau d'expertise.

Les différences entre les chaînes de télévision dans l'établissement de l'ordre du jour et la sélection des invités ne se produisent pas uniquement en raison des attitudes différentes des journalistes travaillant dans chaque chaîne, mais aussi en raison de la stratégie globale du groupe de médias traitant du pouvoir politique. Les chaînes de télévision analysées pour cette recherche présentent des différences mineures dans le choix des thèmes et des invités, et cette concurrence limitée a un effet marginal sur les audimats. Cependant, il convient de noter que les similarités sont plus visibles que les différences. Ceci est principalement dû aux pratiques déjà restreintes du journalisme dans les médias grand public. Au cours de la période de recherche, il a été observé que l'ordre du jour des programmes et l'encadrement des questions étaient très semblables à ceux que possèdent le pouvoir. Des entretiens approfondis démontrent clairement que l'initiative de l'établissement de l'ordre du jour relève du domaine des politiciens et non des journalistes. Par conséquent, les pratiques du journalisme télévisuel grand public en Turquie, qui sont analysées en se concentrant sur des débats télévisés, sont loin de faire partie du journalisme de "surveillance" comme l'ont idéalisé les théories libérales des médias. De plus, ces débats télévisés sont conçus et présentés de telle manière qu'ils fonctionnent comme des plate-formes pour la reproduction des positions hégémoniques existantes à travers la rhétorique dominante politique, ethnique, religieuse et les rôles de genre existants imposés aux femmes. Cependant, malgré ces restrictions, il faut également noter que «le jeu», comme le dit Bourdieu, est encore un processus dynamique dans lequel les acteurs du journalisme adaptent leurs positions en fonction des enjeux politiques et sont prêts à déplacer leur stratégies en suivant les développements à la fois dans le domaine et hors du domaine.

Abstract

This study is about television discussion programs and “technicians of opinion”, who are given the right to speak in such programs on TV, which still is the main source of news for the Turkish society. The state monopoly over TV broadcasting in Turkey ended in early 1990s and private TV stations were opened in a short period of time, one after another. Just before the millennium, TV news channels were introduced in the media industry. Television discussion programs, which were previously adapted by the state owned TRT, became the favorite format of the private ones also. The three mainstream news channels; NTV, CNN Turk and Haberturk which are the focus of this study, had all been broadcasting such programs on prime-time slots during the course of this study. Hours long discussions about the current issues are held with people from various occupations, backgrounds etc. in these programs. Further, since these programs are designed as the extension of news bulletins; they serve as the grounds for the (re)production of the agenda. The key point here is to exhibit whose agenda is reproduced and to analyse if it is a pseudo-discussion where existing dominant opinions are reproduced in accordance with actual hegemonic positions in the society rather than knowledge, or if these programs serve the need of people to be informed. Based on this problematic, this research questions the news making and reporting capabilities of the mainstream news media under existing economic, political and social conditions. Further, it is also asked if the news discussion programs act as a platform for authentic argument and discussion and lastly, the mechanisms that produce TV experts are examined.

In the first part of this work, critical approaches to the media, influenced by Marxist school of thought, are presented together with the critical sociological approach of Pierre Bourdieu, who was influenced by three great thinkers; Marx, Weber and Durkheim. Thus, the basic and most important terms in the related literature that had been employed in this thesis is discussed in a comprehensive manner that has two aims: First, to understand the basic mechanisms in a larger scale by resorting to the general framework laid by critical school of thought by concentrating on the ownership of the media organisations and the overall economic system and second, to fulfill the need to formulate a conceptual framework in order to be able to analyse this specific “microcosm” in the field of journalism by adapting the tools derived from Bourdieu’s theoretical framework which were deduced from vast empirical studies. Television discussion programs and the roles of various actors in the production process of these are analysed as a part of a dynamic structure and constant struggle in accordance with the framework set by Bourdieu as “the field”. The field of journalism, compared to various other fields, is under the heavy

influence of economic and political fields. Therefore, by mostly concentrating on the period after 1990s when private TV channels opened, the journalism field in Turkey is evaluated in the general framework of politics media relationship.

This study was conducted in the aftermath of the coup attempt on July 15, 2016, when the country was in a state of emergency. Therefore, the data presented in this work is also gathered in accordance with the aim of understanding the nature of politics and media relations in such an extraordinary period. In order to draw a general picture of the structure of journalistic field in Turkey during that period, both quantitative and qualitative research methods are used in this study and the prime time discussion programs on NTV, CNN Turk and Haberturk are analysed by concentrating on their formats, profile of the attendants and moderation techniques of presenters. Further, their agendas are evaluated and their ratings are discussed in a comparative way. In depth interviews were conducted with 24 people including editors, producers, guest coordinators and presenters of these programs as well as TV experts of different backgrounds between the dates Oct. 12-29, 2016.

The ratings are seen as the key measures of success in TV production. These rating scores of the news discussion programs of the channels mentioned above are compared with both the overall performance of those channels and with the ratings of TV series, quiz shows, entertainment programs that are broadcast at the same slot on different channels. This data shows that the ratings of discussion programs are considerably low compared to other program formats listed above. Further it is understood that these discussion programs rarely affect the news channel's ratings in a positive direction. The low cost of these programs is one benefit for the owners. However, further than this, the real stake in the game is to sustain the balance of power with influential actors of the political field since these programs and the invited experts serve as agenda setting tools because of what is said (and not said).

As part of this research, the “technicians of opinion” invited to various discussion programs, broadcast on these channels between Oct. 24 - Nov. 4, 2016 are clustered according to their similarities or vice versa. In addition to their basic demographic and occupational positions; their political tendencies and ideological rhetoric is evaluated. As a result; it is found that the existing political rhetoric is reproduced by journalists, academics, lawyers etc. just in line with the already polarized political and social positions. Moreover, all of the respondents (despite their differing political and ideological positions) claimed that it was impossible to hear about a good variety of voices of dissent in the mainstream media and the experienced names in the media sector stated that the freedom of speech was in the lowest point that they had ever seen.

The term employed in this study to define the studio guests is “technicians of opinion” borrowed from Bourdieu. He used this term to define “new intellectuals” by referring to Plato's definition of doxosopher, as someone who (re)produces opinion

rather than scientific knowledge. These people, although coming from different backgrounds and social communities, share similar traits developed in time that allow them to succeed in the show world of TV. Their selection process involves various filtering mechanisms. Loyal attitude towards the hegemonic rhetoric is as important as their show performance on screen. Someone, who fails to adapt himself/herself to shifting political paradigm and who can not calibrate his/her rhetoric accordingly, is immediately dismissed. The supply of opinion technicians is more related to their ability to produce a rhetoric in line with status quo than their level of expertise.

The differences between the TV channels in agenda setting and selection of guests does not occur only because of different attitudes of the journalists working in each channel, but also it is closely related the media group owner's overall strategy of dealing with political power. The TV channels analysed for this research, exhibit minor differences in picking up different topics and guests and this limited competition has a marginal effect on ratings. However, it should be noted that the similarities are more noticeable than differences. This is mainly because of the already ceased journalism means of the mainstream media. During the research period, it was observed that the agendas of the programs and framing of the issues were very similar to those who possess power. In depth interviews clearly demonstrate that the initiative of agenda setting is the domain of politicians, not the journalists. Therefore, the mainstream TV journalism practices in Turkey, which are analysed by concentrating on discussion programs, is far from being a part of "watchdog" journalism as has been idealized in liberal media theories. Further, these discussion programs are designed and presented in such a way that they operate as platforms for the reproduction of existing hegemonic positions through dominant political, ethnic, religious rhetoric and existing gender roles imposed upon women. However, despite these restrictions, it should also be noted that "the game" as Bourdieu puts it, is still a dynamic process and the actors in the journalistic field reconsider their positions according to the flow of political process and they are ready to shift their strategies by looking at the developments both in and out of the field.

Özet

Bu çalışmada, Türkiye’de halen toplumun ana haber kaynağı olan televizyonlarda yayınlanan haber tartışma programları ve bu programlarda kendilerine söz hakkı verilen kanaat teknisyenleri konu edilmektedir. Türkiye’de 1990’lı yılların başlarından itibaren, birbiri ardına açılan özel televizyon kanalları ile birlikte yayıncılıkta devlet tekeli kırıldı. 2000’li yıllara gelmeden de 24 saat haber yayıncılığı yapan haber kanalları, Türkiye’deki medya yelpazesine dahil oldu. İlk örnekleri TRT’nin tek kanal olduğu yıllarda görülen tartışma programları, özel kanalların da vazgeçemediği yayıncılık formatlarından biri oldu. Bu çalışmanın yapıldığı dönemde, incelenen üç ana akım haber kanalı olan NTV, CNN Türk ve Habertürk televizyonu, en çok izleyicinin ekran başında toplandığı akşam kuşaklarında haber tartışma programlarını ekrana getirmektedirler. Bu programlarda, toplumu etkileyen güncel sorunlara ilişkin farklı meslek gruplarından konukların katılımlarıyla saatler süren tartışmalar yürütülmekte, haber kuşaklarındaki konuların uzantısı olarak tasarlanan yapılarıyla bu programlar gündemin yeniden üretildiği mecralara dönüşmektedirler. Burada önemli olan, gündemin, kimin gündemi olduğunu ve bu programlarda asıl olarak, toplumun bilgi alma ihtiyaçlarına yanıt verebilecek bir habercilik faaliyetinin mi, yoksa hakim hegemonik pozisyonlar çerçevesinde bilgi yerine kanaatlerin (yeniden) üretildiği bir sözde-tartışmanın mı yapıldığını ortaya koyabilmektir. Araştırma bu sorunsal temelinde, ana akım medyanın hem küresel, hem de ulusal ölçeklerde mevcut ekonomik, siyasi ve toplumsal ilişkiler çerçevesinde habercilik yapabilme olanaklarını sorgulamakta, bu geniş çerçevenin özelinde ise haber tartışma programlarında özgün bir söz söyleme alanı olup olmadığını ortaya koymaya çalışmakta ve son olarak da bu programlarda söz verilen konukların hangi koşullar, ve mekanizmalar sayesinde milyonlara hitap etme olanağına kavuştuklarını mercek altına almaktadır.

Araştırmanın ilk bölümünde, Marksist kuram çerçevesinde şekillenen eleştirel yaklaşımlar ile Marks, Weber, ve Durkheim’in mirasları üzerine özgün bir eleştirel çözümleme evreni oluşturan Fransız düşünür Pierre Bourdieu’nün sosyolojik yaklaşımı bağlamında, medyada üretim sürecinin çözümlemesi için literatürde öne çıkan temel kavram ve yaklaşımlar ele alınmıştır. Bu bölümde, medyaya sahiplik yapısı ve içinde bulunduğu ekonomik sistem çerçevesinde bir rol biçen eleştirel yaklaşımların sunduğu genel çerçeve ile Bourdieu’nün ampirik çalışmalardan beslenen pratik kuramının sunduğu araçlar birleştirilerek, gazetecilik alanının içindeki bu “mikrokozmosa” dair yapılacak çözümlemenin kavramsal temeli inşa edilmektedir. Televizyon tartışma programları ve bu yapımlarda yer alan farklı aktörlerin üretim sürecindeki rolleri, Bourdieu’nün alan kavramındaki dinamik yapı ve sürekli bir mücadele içeren işleyiş çerçevesinde sorgulanmaktadır. Gazetecilik alanı, diğer bir çok alana göre ekonomi ve siyaset alanlarının daha güçlü etki ettiği bir yapıdır. Bu çerçevede, özel televizyon kanallarının kurulduğu 1990’lı yıllar ve sonrasına ağırlık vermek koşuluyla, Türkiye’deki gazetecilik alanı, basın kuruluşlarının medya gruplarına dönüştüğü süreçte yeniden tanımlanan siyaset – medya ilişkileri çerçevesinde ele alınmıştır.

Çalışma, 15 Temmuz 2016 tarihinde gerçekleşen darbe girişimi ve ardından ilan edilen olağanüstü hal döneminde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, sunulan veriler aracılığıyla olağanüstü bir süreçte iktidar-medya ilişkileri üzerine dair ayrıntılar saptanmaya çalışılmaktadır. Yazıldığı dönemde Türkiye’deki gazetecilik alanının yapısına ilişkin değerlendirmelere katkı sağlayacak verilerin sunulduğu çalışmada hem nicel, hem de nitel araştırma yürütülmüş, üç ana akım haber kanalı; NTV, CNN Türk ve Habertürk’te hafta içi akşam saatlerinde yayınlanan tartışma programları, bu programların formatları, katılımcı profilleri, moderasyon biçimleri, gündemleri incelenmiş, izlenme oranları kendi aralarında ve diğer programlarla karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. 12.10.2016-29.10.2016 tarihleri arasında her üç kanalın tartışma programlarında editörlük, konuk koordinatörlüğü, prodüktörlük ve sunuculuk yapan isimler ile bu tartışma programlarında katılımcı olan farklı meslek gruplarından 24 kişi ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır.

Öncelikle televizyonculukta başarı kriterlerinin başında gelen izlenme oranları bağlamında her üç kanaldaki tartışma programları, incelenen dönemde aynı kuşaklarda yer alan dizi, yarışma ve eğlence programlarının izlenme oranlarıyla karşılaştırılmış, ayrıca bu programların reytingleri haber kanallarının günlük izlenme oranlarıyla da birlikte ele alınmıştır. Bu veriler çerçevesinde incelendiğinde tartışma programlarının diğer kanallardaki farklı program formatlarına göre oldukça düşük bir izlenme oranına sahip oldukları; hatta çoğunlukla haber kanallarının genel reytingini de olumlu anlamda etkilemedikleri dikkat çekmektedir. Bu programların oldukça düşük maliyetleri kanal sahipleri için bir avantaj olsa da beklenen gerçek fayda söylenen ve söylenmeyenler üzerinden, gündem oluşturma mekanizmasının dışlılarından olan bu programlar ve konuk tercihleri aracılığıyla siyaset alanıyla, mevcut konjonktürün kırmızı çizgileri çerçevesinde yürütülen denge ilişkisine katkı sağlamaktır.

Araştırma çerçevesinde her üç kanalda da 2016 yılının yeni yayın döneminin başlarına denk gelen 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında yayınladığı ve yaklaşık toplam 78 saatlik yayın dilimini kaplayan sürede, tartışma programlarına çağrılan kanaat teknisyenlerinin birleştirici ve ayrıştırıcı özellikleri mercek altına alınmıştır. Bu kişilerin mesleki dağılımlarının yanı sıra, ürettikleri söylem bağlamında ekranda seslendirdikleri siyasi eğilim de değerlendirilmiş, siyasi tartışmaların ağırlıklı olarak gazeteciler, akademisyenler ve hukukçular tarafından mevcut kutuplaşma çerçevesinde saflaşmalar üzerinden yeniden üretildiği saptanmıştır. Ayrıca görüşme yürütülen isimlerin tamamı, çalışmanın yapıldığı dönemde Türkiye’de tüm görüşlerin ana akım medya üzerinden dile getirilemediği konusunda görüş belirtmiş, haber kanallarının deneyimli isimleri, söylem çeşitliliğinin o güne kadar deneyimledikleri en alt seviyede olduğunu ifade etmişlerdir.

Tez çalışmasında, televizyon tartışma programlarında söz hakkı bulan stüdyo konukları için Bourdieu’nün, Platon’dan esinlenerek bilimsel bilgi üreten entelektüellerin yerine geçen, genel geçer kanaatlerin anlatıcısı, “sabitfikir severler” (*doxosopher*) olarak tanımladığı kanaat teknisyeni nitelemesi kullanılmıştır. Birbirinden farklı meslek dallarından ve farklı siyasi ve toplumsal “cemaatlerden” gelseler de televizyonun gösteri dünyasında var olabilmek için benzer özellikleri zaman içinde geliştirerek ekran için olgunlaşan bu kişilerin ekranlara seçimi hassas bir filtreleme sürecinin sonrasında gerçekleşmektedir. Seçim kriterleri arasında ekran

performansı kadar, hatta artan oranda daha da fazla, hegemonik söyleme sadakat derecesi de rol oynamaktadır. Bir dönem ekranlarda sıkça gözüken bir isim hızla değişen siyasi konjonktüre ayak uydur(a)madığı takdirde dışlanmakta; ekranlardaki kanaat teknisyeni arzı, mesleki birikim ve/veya alanında yetkin olmaktan çok, siyasi iklimin belirlediği söylemin içinde kanaat üretme özelliği üzerinden tanımlanmaktadır.

Kanalların kanaat teknisyeni, konu başlığı seçimleri arasındaki farklılıklar, bu kurumlarda çalışan habercilerin mesleki yetkinliklerinin yanı sıra kanalların bağlı bulunduğu medya grubu sahiplerinin siyasetle ilişkisini kurgulama stratejisiyle de yakından ilişkilidir. İncelenen dönemde, konuk ve konu seçimleri arasında üç kanal arasında bazı küçük farklar gözlense ve bu tür farklılıkların programların izlenme oranları arasında farklar yaratabildiği tespit edilse de benzerlikler, aradaki rekabete rağmen, farklılıklardan fazladır. Bunun temel nedeni, ana akımın habercilik olanaklarının tırpanlanmasıdır. Öyle ki, tez çalışmasının yürütüldüğü dönemde tartışma programlarının hem gündemlerinin hem de konuların ele alındığı çerçevelerin, iktidar siyasetçilerinin gündemleri ile dikkat çekici oranda benzeştiği saptanmış, yapılan görüşmelerde de medya çalışanları gündemin belirlenmesinde genel anlamda önemli bir inisiyatif sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Tartışma programları özelinde ele alınan ana akım televizyon haber yayıncılığı çalışmanın yürütüldüğü dönemde liberal medya teorilerinin idealize ettiği gibi bir bekçi köpeği rolü oynamaktan oldukça uzaktır ve ekranlarda mevcut hegemonik yapının siyasal konumlanışlar, toplumsal cinsiyet rolleri, etnik ve dini söylem hassasiyetleri üzerinden yeniden üretilmesi çerçevesinde kurgulanmaktadırlar. Ancak bu saptamalara rağmen, Bourdieu'nün de vurguladığı gibi "oyun" hala devam etmekte ve sürecin seyrine göre gazetecilik alanının aktörleri sürekli olarak pozisyonlarını gözden geçirip, konumlanışlarını hem alan içindeki hem de diğer etkili alanlardaki gelişmelere göre yeniden düzenlemektedirler.

1. GİRİŞ

Bu çalışmada, ana akım televizyon haber kanallarında yayınlanan haber tartışma programları incelenmektedir. Tezin temel sorunsalı, NTV, CNN Türk ve Habertürk TV kanallarında yayınlanan bu programların ve bunlara davet edilen kanaat teknisyenlerinin, genelde medya iktidar ilişkileri bağlamında, özelde ise Türkiye’deki gazetecilik alanında, hegemonik söylem, tutum ve eylemlerin (yeniden) üretilmesinde ve rızanın imalatında oynadıkları rolü ve bu süreçte ne tür mekanizmaların işlediğini ortaya koyabilmektir. Çalışmanın yürütüldüğü dönemde, Türkiye’deki tüm tematik haber kanalları, izlenme oranlarının televizyonlar için en yüksek dilimi olan akşam yayın saatlerini, kanaat teknisyenlerinin kendilerine atfedilen çeşitli uzmanlık sıfatlarıyla ekrana taşındığı, konuklu haber tartışma programlarına ayırmaktadır. Gazetecilik alanı sınırları içinde gerçekleştirilen bu programların, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’nin Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde belirttiği çerçevede, halkın doğru haber alma ve bilgi edinme hakkına hizmet etmesi beklenmelidir¹. Ancak bu programlar da gerek gündemleri, gerek katılımcı profilleri bakımından medya sektörüne içkin yapısal sorunlar ve dönemsel krizlerin etkilerini taşımaktan muaf değildir. Bu haliyle programların incelenmesi, çalışmanın yürütüldüğü dönemde, medya sektöründe, basın ve ifade özgürlüğü bağlamında mevcut durum ile iktidar medya ilişkilerine dair önemli verilere ulaşılmasını sağlayacaktır.

Medya alanı küresel düzeyde, 1980’lerden itibaren büyük bir dönüşüme sahne olmuştur. Neo-liberal politikalar çerçevesinde ekonomik düzen yeniden tanımlanırken, birçok farklı alanda olduğu gibi, medyada da sahiplik yapısı alt üst olmuş, bu çerçevede “bir ürün olarak haber”in üretim süreci yeniden tanımlanmıştır. Anılan dönemde birçoğu kendileri de gazetecilikten gelen ve asıl işleri gazetecilik olan medya sahiplerinin bulunduğu bir yapıdan, farklı sektörlerde para kazanıp

¹ <http://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html> (Erişim tarihi: 19.10.2017).

medyaya da yatırım yapan patronların egemenliğindeki bir düzene geçilmiştir. Türkiye’de ise bu kritik dönüşüm 1990’lı yılların ortasında tamamlanacaktır (Tılıç, 2015, 53). Gülseren Adaklı (2014, s. 18), medyanın, imalat, ticaret, enerji, perakende, savunma gibi alanlarla doğrudan ya da dolaylı ilişkisinin şirketleri bu alandaki çıkar ilişkilerini zedeleyebilecek her şeye karşı “hassaslaştırdığını” belirtir. Türkiye’deki büyük medya kuruluşlarının, 80’lerden itibaren, yukarıda sıralanan iş kollarının yanı sıra inşaat, bankacılık ve finans gibi birçok farklı sektörde faaliyet gösteren şirketlerin bir yan uğraşı haline geldiği dikkat çekmektedir. Böylesi bir sahiplik yapısıyla birlikte medya-siyaset ilişkileri patronların çıkarları doğrultusunda sürekli olarak yeniden tanımlanmakta, gazetecilik alanını kuşatan siyasi ve ekonomik kıskaç daha da daralmaktadır.

Bir ülkede kamu yayıncılığı, tamamen iktidara tâbi bir yayıncılığın ön koşulu olmadığı gibi, çok sayıda özel medya kuruluşunun bulunması da bağımsız gazeteciliğin garantisi değildir. Rosario De Mateo, Franko dönemi ve sonrası İspanya basınına ilişkin yaptığı çalışmada, haberin bir “ideolojik ürün” ya da “ticari bir faaliyet” mi olduğunu, gazetecilik alanının içinde bulunduğu siyasi ve ekonomik çerçeveye ilişkili olduğunu belirtmektedir. Franko dönemi İspanya’ında da devlet yayın organlarının yanı sıra çok sayıda özel basın kuruluşu vardır (1969 yılı itibariyle basının %54’ü özel sektörün elindedir), ancak pazara giriş ve faaliyet sıkı denetimlere tâbidir. İspanya örneği, otokrasilerde bile (iktidarın belirlediği ideolojik çizgiden çıkmamak koşuluyla) medyada özel sektör faaliyetlerinin var olabildiğini ortaya koymaktadır (De Mateo, 1989, s. 216). Bu çerçevede ele alındığında birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de 1990’lardan itibaren medya sektöründe yaşanan canlılık ve bu alandaki yatırımcı sayısının artmasının, beraberinde çoğulcu ve nesnellik odaklı bir medya yapısı getirmemesi şaşırtıcı olmamalıdır.

Çalışmada gerçekleştirilen araştırma ve genel olarak tezin yazım süreci, 15 Temmuz 2016’da gerçekleşen darbe girişimi sonrası, ilan edilen ve Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin onayıyla birbiri ardına alınan uzatma kararlarıyla aylara yayılan olağanüstü hal döneminde gerçekleştirilmiştir. Ayrıntıları ilerideki bölümlerde sunulacak olan bu “olağanüstü hukuk” uygulamaları ve kanun hükmünde kararnameler döneminde, gazetecilerin hapse atılması, medya kuruluşlarının kapatılması ve medya çalışanlarının işsiz kalmaları Türkiye’de zaten her dönemde sancılı olan iktidar medya ilişkilerinde derin bir krizin yaşandığı kritik bir zaman

dilimine işaret etmektedir. Böylece bu çalışmanın, Türkiye’de 30 yıla yaklaşan bir ömrü olan özel televizyon yayıncılığı çerçevesinde, televizyonda haber yayıncılığı ortamının yanı sıra, bu olağanüstü dönemin özelliklerine dair saptamalarda bulunması da medya çalışmaları literatürüne bir katkı çabası olarak nitelendirilebilir.

Bu çalışmanın hazırlandığı dönemde gerçekleştirilen güncel bir araştırma olan Reuters Enstitüsü Dijital Haber Raporu’nda da ortaya konduğu üzere Türkiye’de halkın bir numaralı haber kaynağı, televizyonlardır ². Üstelik televizyonların haber aktarma etkisi, internete de taşmaktadır. Her geçen gün gelişen çoklu ortam haberciliğinin bir süre sonra Türkiye’de de habercilik pratiğini ve haberin sunumunu değiştireceği öngörülebilse de, mevcut durumda halen büyük web sayfaları, Herbert Gans’ın belirttiği gibi (2003, 30), gazete ve televizyonların adeta bir kopyasıdır. Televizyonun eskidiği, internet karşısında yenilgiye uğradığı savına karşı Nilgün Tatal Cheviron’un da dikkat çektiği gibi (2014, s. 17), “televizyonun yarattığı görsel ve biçimsel kodların egemenliğinin, televizyon-internet birlikteliğiyle arttığı” saptamasında bulunulabilir. İnternet için üretimde bulunan çoğu yayın kuruluşu (hatta bireyler) hala ağırlıklı olarak televizyonun yarattığı anlatım dili ve biçimlere göre üretim yapmakta ve bu mecraayı bir “on-line televizyon kanalı” olarak değerlendirmektedirler. Mc Luhan’ın klasikleşen deyişi “araç, mesajdır”ı (1994, 7) özellikle televizyonun modern toplumda yarattığı dönüşümün etkisine borçluyuz. Bourdieu (2000, 41), televizyon hakkındaki saptamasında 1960’lı yıllarda televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak izleyicileri yavaş yavaş bir düzeyde buluşturacağı, kitleselleştireceği, türdeşleştireceği düşüncesine vurgu yapmakta ve bu yaklaşımda önemli bir eksikliğe dikkat çekmektedir. Ona göre televizyon aynı zamanda, kültürel üretimlerin tamamı üzerindeki nüfuzu sayesinde, onu üretenleri, gazetecileri ve kültür üreticilerini de dönüştürmüş ve tektipleştirmiştir. Bir mesajın televizyonda verilmesinin kuralları da, yarattığı etki de, yazılı mecraaya göre farklıdır. Bourdieu, televizyonda ifade edilecek sözün, uzunluğundan, içeriğine, terminolojisinden üslûbuna kadar her dönem yeniden belirlenen (ve çoğu yazılı olmayan) kuralları olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada televizyona özgü bir tektipleşmenin olup olmadığı da sorgulanacak, tartışma programlarının

² <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/turkey-2017/> (Erişim tarihi: 20.10.2017)

“gösteri toplumuna” has özellikleri, bu mecrada mesaj ve kanaat üretiminin özelliklerine yoğunlaşılacaktır.

Türkiye’de son dönemde özellikle internet haberciliğinde bağımsız haber kaynaklarının sayısı artsa ve görelî olarak etki alanı genişlese de gündem belirleme inisiyatifi hala ana akım medyadadır³. Neyin ana akım olduğu, ya da ana akımın ne olduğu üzerine bir sorgulama yürütülerek genel kabul görmüş olan, evrensel bir tanım geliştirilememiştir. Bunun bir nedeni de ana akım medyanın, her farklı medya düzeninde, farklı özelliklere referanslarla kavramsallaştırılabilmektedir.

Ana akım kavramının İngilizce kökeni “mainstream” için, Oxford sözlüğün önerdiği tanım; “çoğu insan tarafından paylaşılan ve normal ya da konvansiyonel olarak değerlendirilen düşünce, davranış ya da eylemler”dir⁴. Bir başka tanıma göre ise ana akım “egemen düşünce akımı, etki ya da eylem”dir⁵. Bir düşünce, eylem ya da davranışın çoğunluk tarafından paylaşılması için kitle medyası kritik önemdedir ve çoğulculuğun karşısında çoğunlukçuluğun hegemonyası, ana akım medya ile mümkün hale gelir ve/veya tahkim edilir. Yukarıda kısaca değinildiği gibi, neyin ana akım olduğu, içinde bulunulan tarihsel, toplumsal, siyasal koşullar tarafından belirlenmektedir. Totaliter sistemlerde ana akım, genellikle medyada devlet tekeli anlamına gelirken, parlamenter demokrasi ile yönetilen toplumlarda özel sektör tekeli ya da oligopoli söz konusu olabilmektedir. Sholle’nin (1995, sf. 22), ABD’deki egemen medya yapısı için yaptığı tanım, Türkiye’deki medya düzeninin işleyişini anlatması bakımından da geçerli bir ana akım medya tanımı olarak değerlendirilebilir: (Ana akım) “özel sektör sahipliğinde, kâr odaklı, şirket yapısında ve kısmen denetlenen serbest piyasa ile köretilmiş temsili demokrasiyi destekleyen egemen siyasi ve ekonomik düzenlemeler çerçevesinde işler”. Noam Chomsky, ana akımın içinde bir alt grup olarak “seçkin” (haber) medyasına vurgu yapar⁶. ABD’deki New York Times ve CBS gibi medya kuruluşlarını örnek olarak sunarak, bu tür kuruluşların sahip oldukları zengin kaynaklar çerçevesinde gündemi

³ <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/turkey-2017/> (Erişim tarihi: 20.10.2017).

⁴ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/mainstream> (Erişim tarihi: 15.10.2017)

⁵ American Heritage Dictionary of the English Language, Fifth Edition, 2016. Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.

⁶ “What Makes Mainstream Media Mainstream”, https://chomsky.info/199710__/ (Erişim tarihi: 15.10.2017).

belirlediklerini ve diğerlerinin faaliyet alanının çerçevesini şekillendirdiklerini belirtir. Ben Bagdikian ise ana akım medyanın, toplumsal ve siyasal değişimde oynadığı role ilişkin saptamalarda bulunurken, aslında ana akım medyanın sahiplik yapısının yeniden düzenlenmesi ve kurumsal dönüşümünün, böylesi bir toplumsal değişim sürecinden bağımsız düşünülmemeyeceğine dikkat çeker ve ABD’de siyasi yelpazenin 1980’den itibaren gitgide sağa kaydığını, bir zamanlar merkezde olanın solda kaldığını, aşırı sağ olarak adlandırılan görüşlerin merkeze yerleştiğini ifade eder (Bagdikian, 2004, s. ix). Böylesi bir değişim, hem medyanın aracılığıyla gerçekleştirilmiş, hem de beraberinde neyin ana akım olduğunun tanımının yeniden yapılmasını getirmiştir. Dolayısıyla, ana akımın işleyişi dramatik bir biçimde değişmese de taşıyıcısı olduğu kültürel ve ideolojik kodlar değişmez değildir. Benzer bir şekilde Türkiye’de, medya iktidar ilişkileri farklı dönemler içinde yeniden tanımlanırken ana akım medyanın işlevi aynı kalsa da sermaye yapısı ve organizasyon şeması değişmiş; ayrıca bu kurumsal ve sürekli yeniden tanımlanan ideolojik dönüşüm, hangi düşünce, söylem, duygu ve eylemin ana akım, hangisinin radikal, uç vd. olduğunun tanımının sürekli olarak yeniden yapılmasını beraberinde getirmiştir. 10 yıl öncesine kadar “radikal” sayılabilecek söylemler ana akım medya tarafından gazetelerin sayfalarına, ekranlara “toplumda karşılığı var” düşüncesiyle taşınabilmekte, gerçekten toplumun belli kesimlerinde karşılığı olan söylemler ise iktidar tarafından güdülen ana akım tarafından dışlanabilmekte, marjinalize edilmektedir. Ümit Kıvanç’ın (2017, sf. 50) da belirttiği gibi, “ana akım medya, merkezi gündem belirleyici olmakla kalmayıp, neye hangi açıdan, hangi unsurları öne çıkararak, hangi kaynaklara başvurarak, yani nasıl bakılacağına dair ‘geçerli’ bir sınır da çizmektedir”. Bunu yaparken salt haber kuşaklarıyla yetinilmemekte, özel yayınlarda, haber kuşaklarında ve yayın saati yelpazesinin en önemli diliminde yer verilen haber tartışma programlarında, ekranda kendisine söz hakkı verilen konuklar yoluyla da söylemin çerçevesi belirlenmekte, ana akımın kadrajı ve bu kadrajın sınırları inşa edilmektedir. Bu çalışmada odaklanılan, ve Türkiye’deki medya sektöründe egemen üç büyük sermaye grubunun sahibi olduğu üç ana akım haber kanalı; NTV, CNN Türk ve Habertürk kanalları, kamuoyu üzerinde, salt yürüttükleri habercilik faaliyetleri ile değil, aynı zamanda verdikleri haberlerin nasıl yorumlanması, anlaşılması gerektiğine ilişkin sağladıkları kanaat tedarikiyle hem doğrudan, hem de diğer birçok irili ufaklı medya kuruluşunun referans aldığı kaynaklar olmaları nedeniyle, dolaylı yoldan önemli etki sahibidirler.

Leon Sigal, haberi tanımlarken genel kabul gören anlayışın dışında ancak ufuk açıcı bir öneride bulunur. Sigal'e göre (1986, 15) “haber, ne olduğu değil, bir kişinin olanın ya da olacak olanın ne olduğunu söylediği şeydir”. Dolayısıyla haberi anlamak için bu kişilerin kim olduğunu, kaynakların kimlerden oluştuğunu ve gazetecilerin bunlarla ilişkilerinin sorgulanması gerekmektedir (Schudson, 2002, 255). Bahsedilen kişiler arasında haber kaynakları olduğu kadar, haberi yorumlayan, gündemi değerlendiren ve kulis bilgileri paylaşan televizyon uzmanları da vardır. Televizyon stüdyolarına dışarıdan davet edilen bu konuklar, kendilerine biçilen rol süresince, aslında medya sistemine içkin aktörlere dönüşmekte ve ana akımın sınırlarının (yeniden) çizilmesinde önemli rol oynamaktadırlar.

Bu çalışmada kat edilen düşünsel yolda başat rehberlik görevini üstlenen Fransız düşünür Pierre Bourdieu, kıymeti ekran görünürlüğünden menkul televizyon uzmanlarını anarken, yaşamının son döneminde ilgisini yoğunlaştırdığı medya alanına dair kaleme aldığı, kısa ancak etkili eseri Televizyon Üzerine’de “fast thinker” tanımını devreye sokmuştur. Fransız düşünür bu tanımlı, önceden hazmedilmiş, önceden düşünülmüş kültürel gıda; “kültürel fast-food” üreticisi olarak andığı kişilerin, hızla üretilip, hızla tüketilen görüşlerine referansla İngilizce olarak kullanmaktadır⁷. Bourdieu’ye göre televizyona çıkanların – bir şey söylemek ya da söyleyememek kaygısıyla – bu mecrada yer almayı kabul etmeleri, kendilerini gösterme ve/veya görünmüş olma amacı taşımakta ve felsefeci Berkeley’in vurguladığı gibi “algılanmış olma” itkisinin bir var oluş tanımına (olma) dönüşmesiyle birlikte, üretimlerinin biçimi de değişmektedir. Bu sürecin parçası olanların kısa ve düzenli aralıklarla ortaya konan yapıtları, bu hedefe yönelik olarak gerçekleştirilmektedir (Bourdieu, 2000, 18). Bu çalışma kapsamında ise, yine Bourdieu’nün antik Yunan’dan esinlenerek “yeni entelektüelleri” tanımlamak (ve eleştirmek) için kullandığı doksa kavramından türetilen “doksozof” tanımı ve bunun Türkçe çevirisi olabilecek “sabitfikir aşığı” ya da “kanaat sevicisi” nitelemeleri üzerinden Türkiye’de ilgili çalışmalarda sıklıkla kullanıldığı şekliyle “kanaat teknisyeni” nitelemesi, içinde barındırdığı anlam(lar) çerçevesinde, bu çalışmada

⁷ Çevirmen Turhan Ilgaz da Bourdieu’nün bu yaklaşımına sadık kalarak Türkçe metin boyunca “fast-thinker” tanımını kullanmış, kitabın kaleme aldığı sunuş bölümünde fast-thinker tanımını, “malumatfuruş ekran aydınları” olarak açmıştır. Malumatfuruş, Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat’ta, bilgi satan, bilgiçlik taslayan olarak Türkçe’ye çevrilmiştir (Devellioğlu, 1999, s. 578).

odaklanılan ana akım düşünürlerini betimlemek için, “fast-thinker” teriminin yerine, tercih edilmiştir.

Ulus Baker (2015, s. 42), kanaatleri (doksaları), “ilişkilerin ve sebeplerin bilgilerini içermeksizin, dünyada kapıldığımız bedensel duygulanışlarımızla ilgili, kendimize dair hakikatler” olarak tanımlamaktadır. Baker, modern dönemde kanaatlerin bir bilginin parçası olarak varsayılmadığına dikkat çekmekte, kanaatler ve dile getirilişlerinin bilgi alanından uzağa düştüğünü vurgulamaktadır. Antik Yunan’da kanaatler (doks), bilimsel bilginin (episteme) karşısına, birbirinin zıddı olarak konumlandırılmışlardır. Bu çerçevede, Baker’e göre, günümüz medyasında üzerine konuşulan, “hakikat iddiaları” bile değildir, bilimsel akıldan farklı üretim kurallarına uymak zorunda olan kanaat iddialarıdır ve bu iletişimin özü haline gelmiştir (Baker, 2015, 44). Egemenlerin bakış açılarını yansıtan bu kanaatler, bilimsel bilgidan farklı olarak, iktidar mekanizmalarının doğallaştırılmasını ve simgesel şiddetin kabullenilmesini sağlar. Calhaun doksaların (kanaatlerin) toplumsal boyutuna işaret eder: Toplumsal olarak üretilen bir anlayışın ürünü olan doksalar, kültüre ve alana göre değişir (Calhaun, 2016, 101). Bourdieu bu şekilde tanımlanan doksalar temelinde hareket eden bir tür “yeni entelektüel”den bahsetmektedir. Bu çalışmanın da konusu olan ekranlarda sıkça boy gösteren bu kategori mensuplarının, seçim geceleri için gazetecilik yorumlarına ve kamuoyu yoklamalarının eleştirel olmayan özetlerine indirgenmiş bir sosyal bilim ürettiklerini söyler ve Plato’dan esinle onlara, “kendilerini bilge sanan kanaat teknisyenleri” anlamında, “doksozof” adını verir (Bourdieu, 1998a, 7). Teknisyen, Fransızca kökenli bir kelimedir ve Bourdieu’nun bu ismi seçmesi bir rastlantı değildir. Türk Dil Kurumu, teknisyeni, “teknikçi” olarak tanımlamakta ve açıklama olarak da “bir işin bilim yönünden çok, uygulama ve pratik yönü ile uğraşan kimse, teknik adam” demektedir⁸. Bu kişiler, konunun, iletişim koşullarının –özellikle de zaman sınırlamasının – dayatılmış olmasından ötürü özerkliklerini yitirmekte (Bourdieu, 2000, 20), ve bir bilim insanından, teknisyene dönüşmektedirler. Aslında entelektüel alandaki genel bir dönüşümün tarifinde yararlanılan kanaat teknisyenleri tanımıyla anlatılmak istenen, siyasetin sorunlarını iş adamlarının, siyasetçilerin ve siyaset

⁸http://tdk.org.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5996cd27241b94.5664984
7 (Erişim tarihi: 18.08.2017).

üzerine yazan gazetecilerin ağzıyla ortaya koyan “sözde-uzmanlardır” (Türk, 2012, 29). Bourdieu’nün açık bir şekilde eleştirel yaklaştığı kanaat teknisyenleri, gazeteciliği “olması gereken” şekliyle idelize eden liberal çoğulcu yaklaşım çerçevesinde yürütülen medya çalışmalarında da gündeme getirilmişlerdir. Medyada söz hakkı bulan uzmanların etkisi üzerine yapılan bir çalışmada bu kitlenin o kadar etkili bir hale geldiği belirtilmektedir ki, yasama, yürütme ve yargının yanında “4. kuvvet” olarak anılan medyanın yanında, bir beşinci kuvvet olarak da “medya uzmanları” anılmıştır (Nimmo ve Combs, 1992, s. 20).

Bu çalışmada, mevcut haliyle, ana akım medyanın ve bu mecrada boy gösteren kanaat teknisyenlerinin iktidarı denetleyebilecek bir dördüncü ya da beşinci kuvvet oldukları varsayılmamaktadır. Üstelik Doğan Tılıç’ın da belirttiği gibi (2015, 50), “doğruyu söyleme mesleği” olarak idealize edilen gazetecilikten her geçen gün uzaklaşılması, “olması gerekene” değil, “olan”a yoğunlaşmayı gerektirmektedir. Bu çalışmada gazetecilik faaliyetinin, neoliberalizmin kurumsal, etik ve işlevsel olarak dönüşüme uğrattığı alanlardan biri olduğu düşünülmektedir. Bu anlayış çerçevesinde konu, temelde eleştirel bir yaklaşım bağlamında ele alınacaktır. Bu nedenle tezin ilk bölümünde, sonraki bölümlerde sıklıkla yararlanılacak terimlere referans olması nedeniyle, eleştirel yaklaşımlar, tarihsel bir bağlam içinde sunulmaktadır. Buna rağmen çalışmada Pierre Bourdieu’nün sosyolojiye kuram ve yöntem çerçevesindeki katkıları, tez konusunun ele alınmasında temel izlektir.

Nicholas Garnham ve Raymond Williams (1986, 118) Bourdieu’nun özellikle yapısalcı Marksist çözümlemelerden birçok noktada ayrıştığını belirtse de Fransız düşünürün “eleştirel” yaklaşımı ile tarihsel materyalizmin izleğinden uzak düşmediğini vurgulamaktadırlar. Bourdieu, bu perpektiften değerlendirildiğinde, simgesel iktidar üzerine yoğunlaşarak üretim biçimlerinin ortaya çıkardığı nesnel toplumsal koşullar ile farklı sınıfların bilinç ve eylemleri arasındaki ilişkileri ortaya koymaktadır (Garnham ve Williams, 1986, 129). Eleştirel tonu ağır basan Bourdieu sosyolojisi yararlandığı kaynaklar ve ortaya koyduğu çıkarımlar bakımından herhangi bir “-izm” içine dahil edilememektedir. Sosyal bilimlerdeki (yanlış) karşıtlıkları aşmak, Fransız düşünürün temel amaçlarından biridir. Bu tavır, teorizm ile ampirizm arasındaki katı karşıtlığı reddetmekte olduğu kadar Marksistler, Weberciler ve Durkheimcılar şeklindeki teorik mezheplere bölünme durumuna yöneltelen eleştiride de (Bourdieu, 2016, 42) ifade bulmaktadır. Bu anlayış, bu

çalışmanın kavramsal altyapısında ve yönteminde tercih edilen bakış açısında da ortaya konmaktadır. Dolayısıyla çalışma kapsamında tartışma programları ve içinde yer aldığı gazetecilik alanı idealist bir liberal basın kuramı yaklaşımı ya da ekonomik determinist yaklaşım yerine, eleştirel mesafenin korunduğu dinamik bir alan olarak ele alınmaktadır. Bourdieu'nün yapılanmış bir toplumsal uzam olarak tanımladığı alan, eşitsizlik ilişkilerini barındırdığı kadar, alanın dönüştürülmesi için verilen mücadeleleri de içermektedir (Bourdieu, 2000, 46-47). Toptancı ya da indirgemeci bir yaklaşım yerine çalışmaya uyarlanan ve makro toplumsal ve mikro organizasyonel yaklaşımlar arasında bağ kurabilme olanağı sağlayan böylesi bir çözümleme evreni, bu kanal ve tartışma programlarının - birçok konuda benzeşmeler de - zaman zaman ayrıştıkları noktaları, hem mevcut durumu anlamak, hem de geleceğe dair kestirimlerde bulunabilmek adına daha kapsamlı ve ayrıntılı biçimde ortaya koyabilmeye olanak sağlamaktadır.

Türkiye’de ana akım televizyon haber yayıncılığının değişmez öğelerinden olan haber tartışma programlarının incelendiği bu çalışmada hem nicel, hem de nitel araştırma yürütülmüş, yukarıda vurgulanan çerçevede temel bir kuramsal çerçeve oluştururken ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında üç ana akım haber kanalı; NTV, CNN Türk ve Habertürk’te hafta içi akşam saatlerinde yayınlanan tartışma programları, bu programların formatları, katılımcı profilleri, moderasyon biçimleri, gündemleri incelenmiş, izlenme oranları kendi aralarında ve diğer programlarla karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. İzlenme oranı olarak bu üç kanalla boy ölçüşen bir diğer haber kanalı olan A Haber, bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. 2011 yılında, o dönem başbakan olan Recep Tayyip Erdoğan’a yakınlığıyla tanınan ve Erdoğan’ın damadı Berat Albayrak’ın genel müdürlük görevini üstlendiği Çalık Holding’in sahibi Ahmet Çalık tarafından kurulan kanal, daha sonra Kalyon Grup’a bağlı Zirve Holding’e satılmıştır. Şirketin başında bulunan Ömer Faruk Kalyoncu da iktidara yakınlığıyla tanınan bir iş adamıdır ve kanal Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü ile Bianet Bağımsız İletişim Ağı işbirliğiyle hazırlanan Medya Sahipliği gözlem Raporu’nda “partizan bir TV kanalı” olarak sınıflandırılmaktadır⁹. Bu çalışmada mercek altına alınan diğer üç haber kanalından farklı bir gündemi olan bu kanalı, bir iktidar aygıtı olarak adlandırmak

⁹ <http://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/detail/outlet/a-haber/> (Erişim tarihi: 21.10.2017).

çalışmanın yapıldığı dönemdeki yayınları göz önüne alındığında daha geçerli bir tanımdır. Türkiye'nin sahne olduğu hızlı değişim sürecinin, bu kanalda sergilendiği şekliyle bir “haberciliği” yakın bir gelecekte ana akım haline getirip getirmeyeceği ise bilinmemektedir.

Bu çalışma bağlamında geliştirilen temel hipotez, ana akım haber programlarında yayınlanan tartışma programlarının, bir habercilik faaliyetinden çok, mevcut hegemonya çerçevesinde gerçekleştirilen rıza imalatı için devreye sokulan yapımlar olduğudur. Bu programlar, ana akım medya sektörünün genel işleyişiyle uyumlu biçimde, muhalif yaklaşımlara sınırlı alan açsalar da hegemonyayı tehdit edebilecek görüşlere değil, siyasi ve kültürel süzgeçten geçen kanaatleri aktaran kanaat teknisyenlerine açıktır. Ancak üzerindeki yoğun kısıtlara rağmen, yine de çalışmanın yapıldığı dönemde salt siyasi baskı ile güdülen ve tümüyle iktidar aygıtı haline gelmiş olan bir yapıdan söz etmek güçtür. Bu nedenle, bu programlar bağlamında ana akım gazetecilik alanının içindeki nüansları ve hala sürdürülebilen “mücadeleleri” anlamak için nitel araştırmaya da yönelinmiştir.

Tez çalışmasında yöntem belirlenirken, Bourdieu'nün sosyolojik ilkelerinden de önemli ölçüde yararlanılmıştır. “Sosyolojik olgular, sosyal gerçeklik içinde önceden hazır, verili şeyler değildir; sosyal gerçeklik ele geçirilmeli, inşa edilmeli ve betimlenmelidir” (Bourdieu, Parsseron ve Chamboredon'dan akt. Wacquant, 2016, 59). Ana akım haberciliğin (alt) alanında nasıl bir işleyişin olduğunu ortaya koyabilme ve gerçekliğini “ele geçirebilme” doğrultusunda çalışmada ikincil kaynakların sentezlenmesinin yanı sıra, araştırmanın odağında yer alan üç haber kanalından haberciler, bu kanallarda yayınlanan programa katılan kanaat teknisyenleri ve bir süre öncesine kadar haber tartışma programlarına çağrıldığı halde artık davet almayan eski konuklarla görüşülmüştür. Bu şekilde derinlemesine mülakat yürütülen 24 kişiden çoğu, kendi deyişleriyle “rahat konuşabilmek” ve görüşlerini açıklıkla ifade edebilmek için isimlerini ve kimliklerini açığa çıkarabilecek ayrıntıların kullanılmaması koşuluyla bu çalışmaya destek vermişlerdir. Az sayıda kişi, isim ve/veya ünvanının kullanılmasının mümkün olduğunu söylese de hem çalışmadaki bütünlüğü korumak, hem de ismi anılmayan kişilerin saptanma olasılığını artırmamak için görüşülen hiç kimsenin ismine bu çalışmada yer verilmemiştir. Bu koşullar altında dahi, bir katılımcı mülakatta ses kaydı yapılmamasını istemiş ve bu görüşmede not tutulmuş, ardından bu tutulan

notlar çalışmaya dahil edilmeden önce bu kişiye onaylatılmıştır. Görüşmeyi kabul eden bir medya çalışanı, mülakattan yaklaşık bir hafta sonra kimliği gizlense dahi anlatısının çalışmada yer almasından çekindiğini belirtmiş ve bu kişinin yerine benzer bir pozisyonda bulunan bir başka kişi çalışmaya dahil edilmiştir. 12.10.2016 – 29.10.2016 tarihleri arasında gerçekleştirilen 24 görüşme, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine göre yürütülmüştür; yani temel sorular hazırlanmış, ancak konuşmanın seyrine göre mülakat sırasında sorular çeşitlendirilmiştir. Bu nedenle görüşme süreleri de 45 dakika ile 1,5 saat arasında değişkenlik göstermiştir. Tezin yazarı, uzun zamandır ana akım medyada televizyon muhabiri olarak çalışmaktadır. Dolayısıyla derinlemesine görüşme yürütülen kişilerin bir kısmıyla bire bir teması, diğer bazılarıyla da dolaylı yollardan iletişimi vardır. Bu “sistem içi” tanışıklığın, görüşmelerin daha çok ayrıntı içermesi ve daha rahat kurulan iletişim çerçevesinde daha “içeriden” veriler sağlanmasına kaynaklık ettiği söylenebilir. Yine bu bağlamda, araştırmacı çalışmada alıntılanan ve veri olarak kabul edilerek değerlendirmeye alınan anlatıların seçimi ve mülakatların içinden ayrılması sürecinde de on yılı aşkın süredir medya sektörü içinde bulunan bir kişi olarak gözlemlerinden ve deneyimlerinden yoğun bir biçimde yararlanmıştır.

Derinlemesine görüşme yapılanlardan üçü, her biri farklı kanaldan olmak üzere, tartışma programı sunucularıdır. Çalışmada yapılan alıntılarda bu kişiler “S” harfi ile tanımlanmışlardır. Tartışma programı editörü olarak iki kanaldan iki kişi ile görüşülmüştür. Bu kişiler de “E” harfiyle anılmışlardır. Müdür ya da program müdürü olan iki kişi “M”, prodüktör ve/veya konuk koordinatörü görevi yürüten üç farklı kanaldan üç kişi “P” harfiyle tanımlanmıştır. Görüşülen 10 kanaat teknisyeninin içinde aktif olarak gazetecilik yapan dört kişi vardır. Bunların yanı sıra üç akademisyen, bir emekli asker - araştırmacı, bir hukukçu ve bir araştırmacı – yazar ile de bu kapsamda görüşme yapılmıştır. Bu kişiler, kanaat teknisyeni tanımlı uyarınca “K.T.” kısaltmasıyla alıntılanmışlardır. Son olarak, çalışmada bir süre öncesine kadar sıklıkla ekran daveti alan (hatta aralarında ikisi uzun dönemler kadrolu televizyon tartışma programı katılımcılığı yapan) ancak son dönemde “ekran ambargosuna” uğrayan dört kişiyle de görüşülmüştür. Bu eski stüdyo konukları da kısaca “E.K.” olarak anılmıştır. İsimlerin ve katılımcıların kimliklerini ortaya çıkarabilecek ayrıntıların gizlenmesine rağmen sürekliliği ve konu bütünlüğünü mümkün olduğunca sağlayabilmek için görüşülen kişilere “S1”, “E2”, “K.T. 3” gibi

numaralar verilmiştir ve aynı kişi, tezin farklı bölümlerinde hep aynı numarayla alıntılanmıştır.

Çalışma kapsamında NTV, CNN Türk ve Habertürk'te 24.10.2016 – 04.10.2016 tarihleri arasında yayınlanan haber tartışma programları incelenmektedir. Bu tarih alanının seçilmesinin başlıca nedeni, Ekim ayı ortası itibariyle televizyon kanallarının yeni yayın dönemi programlarının belirlenmiş olması ve istisnai bir durum olmaması halinde programların ve sunucuları bir yaz mevsimine kadar süreklilik göstermesidir. Bu dönem, 15 Temmuz darbe girişimi sonrası, olağanüstü hal sürecindeki ilk yayın dönemi olarak nitelendirilebilir. Bu süre içinde NTV'de, “Doğrudan Siyaset”, “Bugün Yarın”, “Basın Odası”, “Yakın Plan” adlı programlar yayına girmiştir. CNN Türk'te “Ne Oluyor?” ve “Tarafsız Bölge”, Habertürk TV'de ise “Türkiye'nin Nabzı”, “Teke Tek”, “Karşıt Görüş” programları akşam kuşaklarında yayınlanmıştır. Bu programlar ve sunucuları, yukarıda değinildiği gibi, bir yayın dönemi boyunca yayında kalmışlardır ve bu nedenle seçilen dönem 2016 yılı sonbahar kış yılarını kapsayan yayın dönemine dair bir örneklem oluşturmaktadır.

Yukarıda sıralanan tartışma programlarının etki alanını ölçümleyebilmek için başvurulan yöntemlerden biri, nicel bir veri seti olarak izlenme oranı rakamlarıdır. Bu kanallar izlenme oranlarını kamuoyuna açıklamamaktadırlar. Ancak böyle bir ölçüm yapılmaktadır ve kurumsal bir kaynaktan bu verilere erişilmiştir. Erişilen bu rakamlar, ele alınan kanallar ve programları arasındaki izlenme oranı farklarını ortaya koymaktadır belki ancak daha da önemlisi, Kanal D, Show TV, ATV, TV 8 gibi “prime time” kanalların o saatte yayına koyduğu dizi, yarışma programı ve eğlence programlarının izlenme oranlarıyla bu çalışmanın odağındaki programların izlenme oranlarını karşılaştırma olanağı elde edilmiştir. Böylelikle bahsi geçen programların ne kadar izleyiciye ulaştığı konusunda çıkarımda bulunulabilmiştir.

Bu programlarda kimler, ne tartışmaktadır? Bu soruya yanıt aranırken, yapılan derinlemesine görüşmelere ek olarak, yukarıda belirtilen zaman diliminde her üç kanalda yayınlanan programlar, katılımcı profili açısından da incelenmiş; katılımcıların meslekleri, cinsiyetleri ve saptanabildiği ölçüde siyasi eğilimleri tespit edilmiştir. Böylece, bu ekranların kimlere açık olduğu yönünde saptamalarda bulunulmuş; egemen siyasi temsil ve toplumsal cinsiyet ilişkilerinin bu ekranlardaki izleri sürülmüştür. Programların toplumdaki etki alanları sorgulanırken, gündem

belirleme ve çerçeveleme yaklaşımlarından da yararlanılmıştır. Bourdieu, devlet yetkililerinin gündem belirlemede olağanüstü bir simgesel güce sahip olduklarını belirtmektedir (2000, s. 79). Türkiye’de son dönemde basın özgürlüğü üzerindeki kısıtlamalarla birlikte bu güç daha da artmıştır. Dolayısıyla ana akımın gündem belirlemede bağımsız olup olmadığı ya da bağımlılık derecesinin ölçülebilmesi için ele alınan dönemde iktidar temsilcilerinin; Cumhurbaşkanı ve Başbakan’ın açıklamalarında öne çıkan konu başlıkları ile bu programlarda konuşulan konular karşılaştırılmıştır. Bunun yapılabilmesi için, iki haftalık dönemde (24 Ekim – 4 Kasım 2016) yaklaşık toplam 78 saatlik programlarda konuşulan konular saptanmış ve programların gündemleri, liderlerin gündemleriyle karşılaştırmalı bir biçimde değerlendirilmiştir. Bu noktada gündeme alınan konular kadar, işlenmeyen konuların da – bağımsız medya kuruluşlarının yaptıkları haberler çerçevesinde – neler olduğu sorgulanmış; gündem inşa edilirken kritik konu başlıklarını aktarmada kullanılan çerçeveler ve söyleme de yoğunlaştırılarak, egemen siyasal ve/veya toplumsal kodların bu programlar aracılığıyla ne ölçüde yeniden üretildiği incelenmiştir.

Bourdieu sosyolojisinin temel kavramlarından olan ve toplumsal yapılar tarafından biçimlendirilen bir yatkınlıklar sistemi olarak tanımlanabilecek “habitus” üzerinden bu çalışmada konu edilen medya çalışanları ve kanaat teknisyenlerinin toplumsallaşmış öznelliklerinin izinin sürülmemesi, bu çalışmanın kısıtlılıklarından biridir. Örnekleme yer alan kişilerin sınıfsal konumları, yetiştirilme biçimleri ve eğitimleri elbette ki gazetecilik alanındaki eylemlerini düzenleyen faktörlerden bazılarıdır. Ancak bu kişilerin tekilliğinden çok, onların şekillendiği alanın bilgisi üzerine yoğunlaşılması, alan içindeki mücadelelere ilişkin bazı ayrıntıların gerektiği ölçüde ele alınmasına engel oluşturmakla birlikte, bu çalışmanın gerçekleştirildiği dönemde hakim olan siyasal ve toplumsal konjonktürün, bu alanda faaliyet gösteren aktörlerin öznelliklerini tırpanladığı göz önüne alınca, ağırlıklı olarak alanın bilgisi üzerine yoğunlaşmaya karar verilmiştir.

2. MEDYADA ÜRETİM SÜRECİNİ ÇÖZÜMLEMEK: ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR VE PIERRE BOURDIEU’NUN “DÖVÜŞ SPORU TAKTİKLERİ”¹⁰

Medya kuramlarını sınıflandırma çabası, kuramlar arası geçişkenlik ve medya çalışmalarının siyaset bilimi, sosyoloji, iktisat ve felsefe gibi alanlarla iç içe geçen yapısı gözönüne alındığında, farklı sonuçlar üreten bir süreç olmuştur. Yine de, bu çalışma bağlamında temel bir ayrıma değinilmesi söz konusudur. Bu ayrım, 1920’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde temelleri atılıp, 60’lı yıllara kadar medya çalışmalarında egemen akım olan ve medyanın bireyler üzerine etkilerini çözümlemeye odaklanan liberal çoğulcu yaklaşım ile bu anlayışın karşıtı olan ve Marksist toplum eleştirisi ile kapitalist ekonomik düzen bağlamında eleştiri yöneltilen sistemin bir unsuru olarak medyaya yaklaşan eleştirel çalışmalar bağlamında tanımlanabilir. Eleştirel çalışmalar, Marksist kuram ve bu kuramın temel kavramları çerçevesinde gelişse de önemli yaklaşım farklarının sergilendiği dallar şeklinde evrilmiş ve bu farklılıklar, zaman zaman bir diğer okulun kıyasıya eleştirisiyle ortaya konmuştur. Ancak bu farklı yaklaşımların ortaklaştıkları temel sorun, sınıfsal tabakalaşma ve toplumsal eşitsizlikler bağlamında, egemen üretim biçimi olan kapitalizmin yeniden üretilmesinde medyanın oynadığı rolün çözümlenmesi olmuş, bu süreçte yanıtlar ortak kavramlar çerçevesinde geliştirilmiştir. Liberal çoğulcu yaklaşımın odaklandığı etki sorunsalı, eleştirel yaklaşımda ideoloji, yanlış bilinç, ekonomik çıkar; mesaj konusu, mesaj hazırlama, etkili mesaj, içerik analizi ve sunum sırası gibi konular yerine, metin; gönderen konusu ise bir ürün olarak metin üzerinden ele alınır (Erdoğan ve Alemdar, 2005, 232).

¹⁰ Pierre Bourdieu, sosyolojinin, yurttaşlara karşı, özellikle de medya üzerinden, “simgesel şiddet” uygulanmasına karşı savunma araçları öneren bir “simgesel dövüş sporu” olarak işleyebileceğini söylemektedir (Bourdieu, 2005, 29).

Klasik Marksist yaklaşımın medya çözümlemelerinde ana eksen, ekonomik altyapının belirlediği bir üstyapı kategorisi olarak kavramsallaştırılan ideolojidir. Marksist geleneğin bir ürünü olan eleştirel paradigma, söylemin üretilmesinde ideolojinin rolü ve medya arasındaki ilişkilerin çözülmesi yönünde sunduğu kuramsal katkılarla medya çalışmaları alanında önemli bir dayanak noktası oluşturmaktadır. Marksist gelenekte medya, sınıf çatışmasının yaşandığı ideoloji alanının bir parçası olarak konumlandırılır (Bennett, 1982, 44). Bu en üst seviyedeki “uzlaş” alanının dışında ise ideoloji kavramının tanımından, ideolojinin gündelik yaşamdaki yeri ve etkilerine kadar kapsamlı bir tartışma alanı söz konusudur. Yasemin İnceoğlu ve Nebahat A. Çomak’ın da belirttiği gibi (2009, 12), “egemenler, ‘ötekilerin’ iletişimsel haklarını, iletişimsel olaylar, söylem türleri, katılımcılar, konu, stil, konuşma eylemlerine özgürce ulaşmalarını önleyebilir ya da kendi çıkarları doğrultusunda onların kamu söylemine erişimlerini denetleyebilirler”. Eleştirel yaklaşımlarda bu denetim mücadelesinin izleri ideoloji düzleminde aranmakta ve ideolojinin işleyişine ilişkin çözümlemeler temelde aynı sorunsala yöneltilen bir sorudan yola çıkmaktadır: İdeolojiler, “metinlere” kazınmış bir şekilde söylemsel düzeyde mi işlemektedirler, yoksa söylem dışı pratiklerde de var olup metinlere mi yansımaktadırlar? Bu soruya verilen yanıt, eleştirel yaklaşımların klasik Marksist düşünce ve birbirleriyle mesafe ve ilişkileriyle belirlenmektedir. Burada anahtar öge “anlam”dır. Anlamın bir metin üzerinden üretildiği yönündeki ön kabul, ideolojik çözümlemenin metinlerin anlamı üzerine yoğunlaşmasını beraberinde getirmektedir. Ancak söylem dışı süreçlerin, anlamla ilişkisi ele alındığında, ideolojik çözümlemelerde anlamın üretilmesinde metinlerin nasıl oluşturulduğu sürecine yönelik incelemeler ağırlık kazanmaktadır (Sholle, 1988, 17). İlerleyen bölümlerde daha ayrıntılı bir şekilde aktarılacağı gibi, klasik ve yapısalcı Marksist yaklaşımlar ile Althusserci yapısalcılıkta medya, alt yapıdaki sınıfsal tahakkümün egemen ideoloji çerçevesinde üst yapıda işleyen bir aygıtı olarak görülmektedir. Kültürel çalışmalar okulunda ise ideoloji alanı, görece özerk bir inşa, düzenleme ve mücadele alanı olarak tanımlanmaktadır (Dursun, 2014, 42).

İdeolojinin altyapıdan görece özerkliği elde etmesi, Antonio Gramsci’nin katkıları sayesinde gerçekleşmiştir. Bugün de önemli bir başvuru kaynağı olan ve bu çalışmada da atıfta bulunulacak olan Gramsci’nin, ideoloji yerine tercih ettiği kilit

önemdeki kavram hegemonyadır. Hegemonya kavramı, ideolojiyi içerir ancak ondan daha geniştir; devlet ile ekonomi arasındaki bütün aracı kurumları, sivil toplumu da içermektedir (Eagleton, 2015, 156). Burada bireylerin egemen iktidara salt baskı değil, rızayla da bağlanabildiği yönündeki vurgu, sınırlandırıcı ideoloji tanımlamalarına karşı medya çalışmalarında da çözümleme alanını genişletmiştir.

Temelde 2016 Türkiye'sindeki iktidar-medya ilişkilerini masaya yatırma amacı taşıyan bu çalışmada, eleştirel yaklaşımlardan ve bu yaklaşımlardan beslenen güncel çalışmalardan faydalanmak kaçınılmazdır. Eleştirel yaklaşımın farklı temsilcilerinin özellikle egemen ideolojinin üretilmesi, yaygınlaştırılması ve egemen söylemin inşası sürecinde medyanın rolüne dair yaptıkları vurgu bu bölümün ilk kısmında kısaca ele alınacaktır. Ancak bazı soru(n)ların tesbiti ve bunlara yanıt bulma çabasında konuklu televizyon tartışma programları “mikrokozmosunu” çözümlemesine yardımcı olabilecek sistematik bir biçimde düzenlenmiş kavramsal araçlar, iletişim çalışmaları alanının dışındaki bir düşünür olan sosyolog Pierre Bourdieu tarafından sunulmaktadır. Bourdieu, özellikle kültürel üretimin, ekonomik sermaye dışında farklı sermaye türleriyle (toplumsal, siyasal, simgesel) ilişkisini sergilemesi bakımından böylesi bir çalışma için önemli bir referans noktası oluşturmaktadır. Ayrıca Bourdieu'nün gazeteciliği çözümlerken bu meslek grubunu alan kuramında özel bir yere oturtması ve örneğin Althusserci “aygıt” ya da Frankfurt okulunun “kültür endüstrisi” kavramları gibi tektipleştirici ve indirgeyici çözümleme kategorilerinden sakınarak alandaki kârlara erişebilmek için sürdürülen çıkar amaçlı rekabet, çatışma ve mücadeleye dikkat çekmesi, güncel diyalektiğin anlaşılması bakımından önem taşımaktadır. Bunlara ek olarak, ideoloji kavramı merkeze alınarak yürütülecek bir çalışmaya dair, Bourdieu'nün bu kavramın muğlak ve yüklenen olumsuz anlamların boyunduruğu altına girdiği yönündeki çekincesi önemlidir.

Bourdieu sosyolojisi, toplumsal hayatı sınıf temelli bir iktidar ve imtiyaz yapısı olarak kavramsallaştırmaktadır ancak temelde büyük kuramların ya öznelci ya da nesnelci bir çözümleme arayışına yöneldiği saptamasıyla, bu ayrımın aşılması çabası üzerine kuruludur. Bourdieu, öznelcilik olarak, toplumsal hayatın onun içindeki bireylerin deneyimlerine odaklanılarak çözümlenilme arayışını, nesnelcilik olarak ise toplumsal hayatın pratikler ve temsilleri yapılandıran nesnel ilişkiler

üzerinden tanımlanmasını kastetmektedir. Nesnelcilik, birincil deneyimler ile arasına mesafe koymakta, bunun yerine o deneyimleri şekillendiren yapılarla odaklanmaktadır. Bourdieu her ne kadar nesnelci yaklaşıma daha yakın olsa da aslında bu iki farklı çözümleme çerçevesinin de yetersizliğine vurgu yapmakta ve bunları aşan bir sosyolojik bakış geliştirmeye çalışmaktadır. Nesnelci yaklaşımın toplumsal hayatı belirli yapılar çerçevesinde okuma perspektifine sahip çıkan Bourdieu, buna karşın toplumsal hayatı oluşturan bireylerin gündelik pratiklerinin de salt bir kurallar bütününe uygulaması olduğu yönündeki bir anlayışa karşı çıkmaktadır. Dolayısıyla Bourdieu'nün çabası, öznelciliğe saplanmadan, nesnelci yaklaşımın ötesine geçebilme arayışıdır (Thompson, 2013, 12). Bourdieu, Marksist literatürdeki, sermaye, sınıf, ekonomik çıkar gibi nitelemeleri kullansa da temelde Marksizm'in toplumsal yapıların belirlenmesinde ekonomik yapılarla yaptığı merkezi vurguyu, yani katı nesnelci yaklaşımı reddeder ve ekonomik çıkar anlayışını, maddi amaçların yanısıra simgesel amaçları da içine alacak şekilde genişletir (Swartz, 2013, 98). Weber'in etkisiyle, her eylemin çıkara dayandığı düşüncesini benimseyen Bourdieu, ekonomik sermayeye son tahlilde kültürel sermayeden daha başat bir rol atfetse de, bu noktada Marksist belirlenimcilikten ayrışır. Temel çaba, kültürel üretim alanlarında ekonomik sermayeye dayalı egemenliğin, simgesel tahakküm ile nasıl desteklendiğini ortaya koyabilmektir. Bourdieu, iktidar alanının içinde yer alan medyanın çalışılması için ayrı bir metodoloji önerisi sunmamaktadır, ancak onun “sosyolojik alet çantası” (Neveu, 2005, 206), gazetecilik alanını etkileyen makro değişkenleri ve bu alanın içindeki mikro ölçekteki aktörleri (gazetecileri ve üretim sürecindeki yerlerini) anlamak için olanaklar sağlar. Özellikle alan kavramsallaştırması bunun için önemli olanaklar sunmaktadır; gazetecilik alanı, siyaset ve ekonomi alanlarıyla karşılıklı bağımlılığı, rekabeti ve ilişkisi bağlamında ele alınabilmektedir. Bourdieu'ya göre gazetecilik özerkliği oldukça zayıf bir alan olsa da salt, sahiplik ilişkileri, reklam verenlerin gücü ve etkisi gibi onu çevreleyen etkenler üzerinden anlaşılamaz, buna ek olarak bu “mikrokozmosdaki” bireylerin birbirleri üzerine etkileri de ele alınmalıdır (Bourdieu, 2005, 33). Bourdieu'nün alan teorisi, haber üretimini salt egemen sınıflar ya da ulusal/küresel egemenlerin çıkarları doğrultusunda ele alan ekonomi politik ya da kültürel açıklamalar ile alanda çalışanların ve üretim aşamasında yer alanların deneyimlerine yoğunlaşarak dar bir çözümleme çerçevesi sunan kurumsal perspektiflerin ortasında konumlandırılabilir (Benson, Neveu, 2005, 12).

Ancak hem makro, hem de mikro ölçekte çözümleme olanağı sunsa da Bourdieu'nün ekonomik sermayenin üretim koşullarıyla “pek ilgilenmediği” ve güçlü bir kapitalizm çözümlemesi ortaya çıkarmadığı söylenebilir (Göker, 2001, 239). İşte bu nedenle, bu çalışmada bir kapalı devre Bourdieu sosyolojisi uygulama arayışı yerine, onun ortaya çıkardığı kuramsal gereçler sayesinde, eleştirel yaklaşımların genellikle klasik Marksist kavramlara başvurarak çözümlemeye giriştiği iktidar yapıları ve medya ilişkisinde daha kapsayıcı bir çözümleme alanı ortaya konacaktır. Kısaca amaçlanan, eleştirel yaklaşımların Bourdieu sosyolojisiyle bir diyaloga sokulup, mevcut yapı ve sorunların çözülmesinde zengin bir “sohbet” çerçevesinde kapsamlı bir çözümleme yaklaşımı oluşturulabilmesidir.

2.1. Eleştirel Yaklaşımlar Çerçevesinde Medya, İdeoloji ve Söylemin İnşası

2.1.1. Eleştirel Kuramın Temeli: Marksist İdeoloji Çözümlemesi

İdeoloji ilk olarak Fransız filozof Destutt de Tracy tarafından 1796 yılında düşüncelerin ve duyguların sistematik bir şekilde çözülmesi adına önerilen bir yeni bilim projesinin ismidir. De Tracy bu “bilimin” düşünce ve duyguları çözümleyerek insan doğasının anlaşılması ve böylece toplumsal ve siyasi düzenin insanların ihtiyaçları doğrultusunda yeniden ele alınmasını mümkün kılacağını düşünüyordu. Ancak bu şekilde kavrama yüklenen olumlu anlam, kısa süre sonra Cumhuriyetçi kanadı temsil eden de Tracy ve beraberindekilerle siyasi bir gerilim içine giren imparator Napoleon Bonaparte tarafından ortadan kaldırıldı ve muhaliflerin damgalanmasında kullanılan bir kavrama dönüştü (Thompson, 1990, 30-31). İleride görüleceği gibi Karl Marks, Napeoleon tarafından itibarsızlaştırılan ve daha sonra canlı bir tartışma alanının dışında kalan ideoloji kavramını (olumsuz anlamına sadık kalmakla birlikte) kendi teorik çalışması ve siyasi programına eklemleyerek, sosyal bilimlerin alanının da merkezine taşımıştır. Klasik Marksist yaklaşımda ideoloji kavramı, işçi sınıfında neden bir sınıf bilinci ortaya çıkmadığı ve egemen sınıfların düşüncelerinin nasıl egemen düşünceler haline geldiği yönündeki sorulara yanıt arayışında devreye girmektedir.

“İdeoloji nedir?” sorusuna farklı düşünce okullarından çok sayıda yanıt geliştirilmiştir. Terry Eagleton (2015, 18), tanımları 16 ayrı maddede toplar. Bu (gelişigüzel) sıralamaya göre ideoloji şu şekillerde kavramsallaştırılmıştır: 1) Toplumsal yaşamda anlam, gösterge ve değerlerin üretim süreci. 2) Belirli bir toplumsal grup veya sınıfa ait fikirler kümesi. 3) Bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yarayan fikirler. 4) Bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya hizmet eden yanlış fikirler. 5) Sistematik şekilde çarpıtılan iletişim. 6) Özneye belirli bir konum sunan şey. 7) Toplumsal çıkarlar tarafından güdülenen düşünme biçimleri. 8) Özdeşlik düşüncesi. 9) Toplumsal olarak zorunlu yanılsama. 10) Söylem ve iktidar konjonktürü. 11) Bilinçli toplumsal aktörlerin kendi dünyalarına anlam verdikleri ortam. 12) Eylem amaçlı inançlar kümesi. 13) Dilsel ve olgusal gerçekliğin birbirine karıştırılması. 14) Anlamsal kapanım. 15) İçinde bireylerin, toplumsal yapıyla olan ilişkilerini yaşadıkları vazgeçilmez ortam. 16) Toplumsal yaşamın doğal gerçekliğe dönüştürüldüğü süreç.

Kültürel çalışmalar okulunun önemli isimlerinden Raymond Williams ise daha daraltılmış bir tanım yelpazesi sunmaktadır. Williams, kavramın üç farklı tanımını ele alır: 1) Belli bir sınıf ya da gruba ait inançlar sistemi. 2) Bir aldatıcı inançlar sistemi – doğru ya da bilimsel bilgiye tezatlık oluşturan yanlış düşünceler ya da yanlış bilinç. 3) Anlam ve düşünce üretimine ilişkin genel süreç. (Williams’dan akt. Fiske, 2011, 157). Marksist düşünce okulu, ideolojiiyi toplumsal ilişkiler üzerinden tanımlar ve ideolojinin belirleyicisi olarak toplumsal işbölümü ve sınıf kavramlarını devreye sokar. Onlara göre bilinç, toplumsal pratiklere bağlıdır. Marks ve Engels’e göre (2004, 19), “bireylerin yaşamlarını ortaya koyuş biçimi, onların ne olduklarını çok kesin olarak yansıtır. Şu halde onların ne oldukları, üretimleriyle, ne ürettikleriyle olduğu kadar, nasıl ürettikleriyle de örtüşür. Demek ki, bireylerin ne oldukları, üretimlerinin maddi koşullarına bağlıdır”. Bu görüş üzerine inşa edilen klasik Marksist gelenekte eleştirel bir çözümleme devreye girer ve ideoloji, egemen sınıfın, işçi sınıfı üzerindeki hakimiyetini sürdürebilmek için başvurduğu bir “yanılsama” ve “yanlış bilinç” olarak nitelendirilir. Bu yönde bir çözümleme, kapitalist toplumlarda kitlelerin aslında kendi faydalarına olmayan bir sistemi nasıl kabul edebildiklerine dönük bir açıklama sağlayabilmektedir (Fiske, 2011, 165). Düşünörlere göre, maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, zihinsel üretimin araçlarını da kontrol etmekte ve zihinsel üretim araçları bulunmayanların düşünceleri

de egemen sınıfa bağılı hale gelmektedir (Marks ve Engels, 2004, 50-51). Marks'ın ideolojiye dönük çözümlemesi statik değil, değişken ve evrimleşen bir yapıdadır. Eagleton (2015, 122) Marks'ın Kapital'de sorunun “yanlış algılayan bilinçten” farkını açıkça belirttiğini ve çelişkiyi “daha çok, kapitalizmin ekonomik yapılarına içkin bir örtbas etme tavrı” olarak ortaya konduğunu belirtmektedir. Her iki tahlilde de ideoloji(ler) altyapı-üstyapı şeklinde oluşturulan çözümleme sisteminin üstyapısal ögesi olarak değerlendirilmektedir. McLellan (2012, 19) Marks'ın ideolojiyi düşünsel üstyapının tamamı değil, sadece bir parçası olarak gördüğünü belirtmektedir. Bu yaklaşıma göre düşünsel üstyapının salt sınıf ilişkileri sürdürmeye yarayan kısımları ideolojiktir. Marks'ın ideoloji kavramına yüklediği olumsuz anlam, Marksist geleneğin önemli takipçileri tarafından zamanla ortadan kaldırılmış, kavram “yansızlaştırılmıştır”. Örneğin Lenin, burjuva ideolojisine karşı bir sosyalist ideoloji ihtiyacı üzerinde durmuş, Macar Marksist filozof György Lukacs, devrimin kaderini belirleyecek bir proleterya ideolojisinin önemini vurgulamıştır (Thompson, 1990, 45).

İtalyan Marksist düşünür Antonio Gramsci de ideoloji kavramını olumsuz anlamlarından sıyrarak kullanmıştır. Ona göre ideolojilerin kitleleri örgütleyerek mücadeleleri konusunda bilinç aşılama yönü de vardır ve bir “tarihsel blokta” maddi güçler içerik ise ideolojiler biçimi oluşturmaktadır (Gramsci, 1971, 377). Gramsci, Marksizm'in ekonomi temelli analizinden hareketle, kapitalist toplumlarda sistemin salt ekonomik ilişkiler ve baskı yoluyla değil, aynı zamanda ideolojik alandaki hakimiyetiyle de bir kontrol mekanizması oluşturduğunu söyler ve iki aşamalı bir (üst-yapısal) hegemonya sistemi tanımlar. Sivil toplum ile devlet, bu alanda işbirliği içindedir. Hegemonya kavramı ideolojiyi de kapsar, ancak ondan daha geniştir; toplumun belirli bir kesiminin rızası ideolojiyle sağlansa bile ekonomik araçları kullanarak da bu amacına ulaşabilir (Eagleton, 2015, 154). Hegemonya, kitlelerin, egemen zümrenin toplumsal hayatı yönlendirmesine gösterdiği rıza ve devletin, bu rızayı göstermeyenler üzerinde yasalar aracılığıyla kurduğu baskı ile tesis edilir (Gramsci, 1971, 12). Dolayısıyla, burjuva toplumlarda baskının yanı sıra ikna da devreye girmekte, bu noktada da bir hegemonya alanı ortaya çıkmaktadır. Eagleton'a göre (2015, s. 157), Gramsci, ideolojiyi hegemonya kavramının içine monte ederek, bir düşünce sistemi olarak anlaşılan bir kavram olmaktan, yaşanan toplumsal pratiklere; yaşamın bilinçdışı, dile gelmeyen boyutlarını da kapsayan bir alana taşımıştır. Gramsci'de ideoloji bir birleştirici “sıva”

görevi görmektedir; bir yanda toplumsal bloğu birarada tutar, diğer yandan ise ekonomik sınıf mücadelesinin verildiği altyapı ile üstyapılar katmanını birleştirme işlevi görmektedir (Dursun, 2014, 38). Gramsci siyasi mücadelenin anahtarlarından birini de ideolojik karşı hegemonya mücadelesi olarak tanımlamaktadır. (Komünist) partinin devlet iktidarına müdahale etmeden önce sivil toplumun birçok alanında karşı kültür sunan bir eğitim kurumu olması gerektiğini savunur (McLellan, 2012, 33). Stuart Hall’a göre (Hall’dan akt. Barrett, 1994, 240), Gramsci, kapitalizmin salt bir üretim sistemi değil aynı zamanda bir toplumsal yaşam bütünü olduğunu da ortaya koymaktadır. Üstyapı(lar) kültür ve sivil toplumu, sermayenin ihtiyaçları doğrultusunda uyumlu hale getirmektedir.

Gramsci'nin egemen sınıfın ideolojisinin ve hegemonyanın dayatılmasında devlete olduğu kadar özel ve kamusal aktörlere biçtiği rol, Fransız Marksist düşünür Louis Althusser'in de temel esin kaynaklarından biridir. Althusser aynı zamanda Gramsci'nin çözümlemesindeki gibi salt düşünceler sistemi olarak tanımlanamayacak, maddi çevrede etkileri hissedilen, yaşanan, deneyimlenen bir ideoloji kavramından bahsetmektedir (Eagleton, 1994, 197). Klasik Marksizmden farklı olarak ideolojiyi gündelik yaşam koşulları içinde anlamlandırma arayışındaki Althusser, ideoloji için daha geniş kapsamlı bir tanım geliştirme arayışına yönelmiş ve ideoloji kavramını sosyal bilimlerin merkezine konumlandırarak iletişim çalışmalarında da önemli bir kavramsal tartışma ve yorum alanı açmıştır. Althusser ideolojiyi olumlu ya da olumsuz olarak sınıflandırmamaktadır. Ona göre, toplumsal yapıların vazgeçilmez ögesi olan ideolojiler, toplumsal dünyayı anlamlandırmada ve kişilerin kendilerini bu dünyada konumlandırmada kullandıkları fikirlerdir. Dolayısıyla sadece egemen sınıfın bir ideolojisi yoktur; sadece egemen ideoloji, egemen sınıfın ideolojisidir. Althusser’e göre, kapitalist üretim biçimini var eden tüm üretim ilişkileri sisteminin yeniden üretilmesi, ideolojik katmanda güvence altına alınmaktadır (Bennett, 1982, 52). Althusser, ideolojik süreçleri tanımlarken önemli bir kavram kullanır: “Çağırma” (interpellation) ve/veya “seslenme” (hailing). İdeoloji bireyleri öznel olarak “çağırır”. Bu ideolojik pratik, her iletişim eyleminde mevcuttur; “çağırıcı” alan (ve yanıtlayan) kişi, bir toplumsal ilişki içine girmekte ve ideolojik yapının bir parçası haline gelmektedir (Fiske, 2011, 166). İdeolojik pratiklerle insanlar kendilerini, yaşamı, dünyayı ve ilişkilerini belli bir şekilde anlama ve yorumlama sürecine dahil olur ve kendilerini buna göre biçimlendirirler (Erdoğan ve Alemdar, 2005, 319).

Althusser, devlet tahakkümünü kavramsallaştırırken “baskıcı devlet aygıtlarının” yanısıra “ideolojik aygıtları” da sıralar. Bu ayrım, Althusser’in klasik Marksizm’in altyapı-üstyapı ikiliğine getirdiği yeni bir yorumun ürünüdür. Ona göre toplumsal bütünlük içinde ekonomik, politik ve ideolojik olarak farklı düzeyler vardır ve belirleyici olan ekonomik altyapı olsa da ideolojinin yer aldığı üstyapı kısmi bir özerkliğe sahiptir (Dursun, 2014, 33). Althusser’e göre ideoloji, egemen sistemin yeniden üretilmesi için kritik önem taşır; hiçbir sınıf ideolojik devlet aygıtları üzerindeki hegemonyasını korumadan devlet üzerindeki kontrolünü sürdüremez (Althusser, 2014, 245). Ona göre kapitalist toplumlarda emeğin yeniden üretildiği alan, üretim ilişkileri içinde tanımlanan toplumsallığın dışına kaymış; üst-yapı olarak tanımlanan düzlemde gerçekleşmeye başlamıştır. Örneğin medya, sendikalar, siyasi partiler gibi kurumlar - üretim süreciyle doğrudan bağlantılı olmasalar da - emeğin kapitalist üretim biçiminin gerektirdiği şekilde yeniden üretilmesinin aracı durumundadır. Althusser’e göre bu kurumların doğrudan devlet tarafından mı yönetildiği, yoksa özel sektöre mi ait oldukları çok da önemli değildir; her iki durumda da devlet politikaları ve ideolojisinin yanısıra, egemen sınıfın siyasi çıkarları doğrultusunda çalışırlar (Althusser, 2014, 81). Kısaca; medyanın hareket alanı, içinde yer aldığı ideolojik evrenin çizgileriyle sınırlıdır. İdeolojinin bir toplumsal harç rolü oynadığı vurgusunu yapan Althusser de Gramsci gibi, bu harcın komünist bir toplum için de gerekli olduğunu savunmaktadır (McLellan, 2012, 36). Althusser’in geliştirdiği çözümleme çerçevesinin iletişim çalışmalarına sunduğu önemli katkı kadar, çeşitli sınırlılıkları da vardır ve bunlar, bu çalışmanın genel çerçevesini oluşturan, Türkiye’deki iktidar-medya ilişkilerinin anlaşılması noktasında da birçok soruyu yanıtsız bırakmaktadır. Bunlardan ilki, John B. Thompson’un da (1990, 92), dikkat çektiği gibi teörinin “sınıf-indirgemeci” bir yaklaşım içerdiği saptamasıdır. Bu eleştiriye göre devletin içindeki bazı mekanizmaların egemen sınıfların çıkar ve eylemlerinden (kısmen) bağımsız olabileceği görüşü gözardı edilmektedir. Bir sonraki bölümde ele alınacağı gibi, Türkiye’de özellikle yerleşik büyük sermaye sahipleri ve devlet yöneticileri arasında son dönemde yaşanan, ve yer yer çıkar çatışmasına varan, gerilimler, son döneme kadar devletin farklı kurumları ile iktidar arasında yaşanan çekişme göz önüne alındığında bu kaygı ayrıca önem kazanmaktadır. Ayrıca “devletin ideolojik aygıtları” kavramı, aile, dini kurumlar ve medya vd. gibi yapıları o kadar geniş bir alanı kapsar hale gelmiştir ki devlet ve devlet dışı aktörler arasında ayrım yapmak güçleşmiştir (Bennett, 1982, 49).

Althusser'in ideoloji çözümlemesine getirilen bir diğer eleştiri ise düşünürün “özne” ve “devletin ideolojik aygıtları” gibi genel kuramsal bir katmanda kalmış olmasıdır. İdeolojinin günlük yaşama nüfuz etme mekanizmaları aydınlatılmaya muhtaç kalmaktadır (Eagleton, 2015, 208). Ancak tüm bu eleştiriler bir yana, Althusser medya çalışmalarında yeni bir analiz çerçevesini de mümkün hale getirmiştir. Artık ideoloji bir “yanlış bilinç” olarak değil, bireylerin varlık koşullarıyla kurdukları hayali ilişkinin bir temsili olarak ele alınmakta, medya da kapitalizmin gerçek yüzünü (ve böylece sömürü sisteminin doğasını) saklayarak hayali bir dünya inşa eden bir aygıt olarak anlaşılmaktadır (Williams, 2003, 148). Althusser'in oluşturduğu çerçevede medya ağırlıklı olarak ideoloji üzerinden işlemektedir ve Althusserci Marksizm ile göstergebilimin biraraya gelmesiyle (Althusserci yaklaşımın yukarıda sıralanan bazı kısıtlılıklarını da aşarak) medya çalışmalarında “metinlerin” incelenmesine dayalı bir süreç başlamıştır. Medya çalışmaları söz konusu olduğunda da, Althusser'in, ideolojik olanın (ekonomik altyapıyla bağına tam olarak hiç koparmasa da) kısmi bir özerkliği olduğu yönündeki saptaması, Marksizmden beslenen akımların, göstergebilimden yararlanarak anlam arayışına girmesini sağlamıştır (Woollacott, 1982, s. 103).

2.1.2. İdeoloji ve söylem ilişkisi

Bir önceki bölümün girişinde, Terry Eagleton'ın ideolojinin farklı tanımlarına dair sıralamasına yer verilmişti. Eagleton bu farklı tanımları ele alarak “kullanışsız ölçüde geniş” ya da “şüphe uyandıracak ölçüde dar” ideoloji tanımlarını dışarıda bıraktıktan sonra şu tanıma yapmaktadır: “İdeoloji, çoğunlukla göstergeler, anlamlar ve değerlerin bir egemen toplumsal iktidarın yeniden üretilmesine katkıda bulunma tarzı anlamına gelir; ama aynı zamanda siyasal çıkarlar ile söylem arasındaki herhangi bir anlamlı konjonktürü de anlatabilir” (Eagleton, 2015, 288). İşte bu noktada ideolojinin anlaşılacağı / çözümleneceği katman olarak devreye ideolojiyle dil ilişkisi girmektedir ve gerek Marksist kuram, gerekse de yapısalcı yaklaşımlar çerçevesinde medya metinleri analiz edilirken ideoloji, dil ve söylem ilişkisi birlikte ele alınmaktadır.

Toplumsal güç ilişkilerinin dildeki izdüşümü üzerine yapılan çalışmaların en önemli referans noktası, Fransız dilbilimci Saussure'ün anlamlandırma dünyası ile gerçek dünya arasında ortaya koyduğu ikiliktir (Dursun, 2014, 57). Yapısalcı dilbilimin temelini atan Saussure, dilin bir kavramsallaştırma olduğunu; yani gerçekliğin seçimine ve sınıflandırmasına dayandığını ve dilin kültürel bir olgu olarak “kod” işlevi gördüğünü

ortaya koymuştur. Varlıkların var olabilmesinin olanağı da dilin gerçeği kodlamasıdır; adlandırma gerçek saymanın ön koşuludur. Kodlar sayesinde evren belli kalıplarla dile getirilebilmekte, dil evreni kendi tarzında biçimlendirmektedir (Bourse ve Yücel, 2012, 136). Saussure çözümlemesine öncelikle dilin içindeki öğelerle, dışarıdan dahil edilen öğeleri (kültür, siyaset, tarih vd.) ayırıştırarak başlar. Dışsal öğeleri bir kenara bırakan Saussure, sözlü dili bir gösterge sistemi olarak dil dizgesi (la langue) ve kullanılan sözcükler (parole) olarak kendi içinde ayırır. Sözcükleri de incelemenin dışında bırakır ve dil dizgesini (langue); senkronik (aynı dili kullanan bir grup için tek bir anda var olan bir sistem) ve diakronik (sistemde zaman içinde sistemde yaşanan değişim) olarak bir kez daha ayırıştırır. Son aşamada ulaştığı senkronik dilbilimi, bu katmanda ise “gösteren” (anlamı taşıyan) ve “gösterilen” (anlamın tahayyülümüzde oluşturduğu imge) ortaya çıkmaktadır (Hodge ve Kress, 1995, 16-17). Saussure, anlamlandırma (signification) süreci üzerine dikkatleri çekmeyi başarmış olsa da çözümlemelerini sözcük ya da sözcük öbekleri üzerine yoğunlaştırmış, daha geniş söylem alanlarını çalışmasına dahil etmemiştir. Dil ile ideoloji arasındaki bağ konusundaki en önemli katkılardan biri ise Sovyet filozof Valentin N. Voloşinov’dan gelecektir. Saussure ile aynı dönemde yaşayan Voloşinov, Fransız dilbilimcinin çalışmalarından etkilenmekle birlikte, birçok yerde onu eleştiriye tabi tutar. Voloşinov’a göre sözel bir gösterge, bir ucunda konuşmacı, diğer ucunda dinleyicinin bulunduğu ve bu tarafların aktif katılımıyla ortaya çıkan bir konuşma eylemidir. Voloşinov, “göstergeler olmadan ideoloji olmaz” (1973, 9) diyerek, ideolojik olarak nitelendirilebilecek her şeyin kendi dışındaki bir şeyi temsil ettiğini, anlam taşıdığını belirtmektedir. Voloşinov, ideolojik gösterge olarak işleyen her olgunun ya fiziksel bir taşıyıcısı ya da ses, renk, vücut hareketleri gibi bir maddi karşılığının olduğunu belirtmekte ve bireyin bilincinin göstergelerle dolu olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre, bilinç ancak toplumsal etkileşim sırasında ideolojik göstergelerle dolduktan sonra bilinç olmaktadır (Voloşinov, 1973, 11). Voloşinov’dan etkilenen dilbilimcilerden biri de Althusserci çerçevede çözümlemelere yönelen Fransız Michel Pecheux’dür. Ona göre de dil sistemi, toplumsal sınıfı ya da siyasi pozisyonları farklı özneler için aynıdır. Bu aynılık hali ise ortak bir söyleme işaret etmez. İşte tam da bu noktada dilin kendisi ideolojik bir çatışmanın ortamı haline gelmektedir (Eagleton, 2015, 257).

Çalışmalarını yapısalcılıktan, post-yapısalcı çizgiye taşıyan Fransız dilbilimci ve edebiyat eleştirmeni Roland Barthes ise anlamın üretilmesinde yazar ile okurun etkileşimine dikkat çekmekte ancak ilgisini ağırlıklı olarak okuyucuya yöneltmektedir. Barthes, burjuva ideolojisini yarattığı mitler üzerinden inceleyerek, “mitlere yönelik

yapısalcı yaklaşımla kapitalizmde tüketime sunulan malların fetişleştirilmesine yönelik Marksist eleştiriyi buluşturur” (Kearney’den akt. İnal, 2003, 14). Barthes ideoloji kavramı yerine ağırlıklı olarak iki aşamalı anlam inşa sürecinin üst halkası olarak “mit” kavramını yerleştirmekte, iki aşamalı bir anlamlandırma düzeyi tanımlamaktadır. Göstergenin herkesçe bilinen, aşıkâr anlamını “düzanlam” olarak kategorize eden Barthes, göstergelerin, onları kullananların duyguları ve/veya kültürel değerleri ile birleştiği ikinci aşamaya, “yananlam” demektedir. Özneler çoğu zaman bilinçli bir şekilde yananlam kullanımlarının farkında değildirler ve yananlamları düzanlamlar olarak değerlendirirler. İşte Barthes’a göre göstergebilimsel çözümlemenin amacı, böylesi bir yanlış okumanın önüne geçmektir (Fiske, 2011, 82). İnal’a göre (2003, 19), Barthes’ın düzanlamı verili kabul etmesi, onu Saussure’ün yapısalcılığına yaklaştıran, ideolojiyi açıklamak için yananlama yaptığı vurgu ile Marksist ideoloji anlayışını da çözümlemesine dahil etmektedir. Barthes’da yananlamın yanı sıra, anlamlandırmanın ikinci aşamada gerçekleşmesinin bir diğer aracı ise mitlerdir. Mit, bir kültürün, gerçek ya da doğanın açıklanmasını veya anlaşılmasını sağlayan öyküsüdür ve tarihi doğal hale getirerek, kökenlerini bulanıklaştırarak siyasi ve toplumsal boyutları gizleyerek işlemektedirler (Dursun, 2014, 81). Yananlam ve mit, gösterge ve kullanıcı etkileşiminin en yoğun yaşandığı anlamlandırma sürecinin ikinci düzeyinde, göstergelerin işlemlerini mümkün kılar. Barthes’a göre anlamlandırmanın bir üçüncü yolu daha vardır ve bu da “simgesel” olarak adlandırılır. Bir nesne, uzlaş ve kullanım aracılığıyla başka bir anlam kazandığı zaman simgesellik sağlanır. Örneğin Rolls Royce marka bir otomobil zenginliğin sembolüken, bir kişinin bu otomobilini satması onun servet kaybının ve başarısızlığının sembolü olmaktadır (Fiske, 2011, 86). Hall’a göre (2005, 18) Barthes, göstergebilimden faydalanarak, kültür kavramını soyut bir anlamdan çekip çıkarmış ve gösterge yapılarının gündelik hayatta ve dildeki işleyişine yoğunlaşarak antropolojik bir çalışmanın önünü açmıştır.

Yukarıda da değinildiği gibi, ideoloji üzerine yoğunlaşılması, Marksizmin güncel sorunları çözümleme ve yanıtlar üretme noktasında esnekliğini artırmış, ideoloji üzerine yürütülen çalışmalarda göstergebilimle yapılan ittifak ise medya üzerine yapılan çalışmaların menzilinı geliştirmiştir. Sonraki bölümlerde ideoloji ve medya çalışmaları bağlamında eleştirel yaklaşımın ana durakları; Frankfurt okulu, ekonomi politik yaklaşım ve İngiliz kültürel çalışmalar geleneğinin, ürünü oldukları dönemin sosyo-politik bağlamı çerçevesinde, kuramsal alana katkıları üzerinde durulacaktır.

2.1.3. Frankfurt Okulu

Eleştirel kuramın önde gelen akımlarından biri Frankfurt Okulu'dur. Bourse ve Yücel (2012, 90), bu yaklaşımın temelinde, iletişim ve kitle kuramının ekonomik, toplumsal ve politik dışavurumunun belirlediği bir sistem olarak iletişim ve kitle kültürünü anlama çabası olduğunu belirtirler. Kapitalist ekonomik sisteme ve liberal siyasal sisteme eleştirel bir yaklaşım geliştiren Frankfurt Okulu kuramcıları, Marksist temelden yola çıksalar da, Marks ve Engels'in eleştiriye tabi tuttuğu, Alman idealist felsefe ekolü ve kitle toplumu eleştirisini de kuramlarına eklemleyerek sınıf kavramı, ideoloji ve medya arasındaki ilişki ve etkileşimlere dönük farklı bir çözümleme evreni geliştirmişlerdir (Bennett, 1982, 44). Frankfurt Okulu teorisyenlerinin özellikle ilk dönemki çalışmaları, modern toplumda ideolojinin rolüyle ilgili önemli katkılar içermektedir. Horkheimer ve Adorno "kültür endüstrisi" olarak andıkları ve kültürel formların metalaşmasına yol açan sürece özel önem atfetmişlerdir. Dolayısıyla kitle iletişiminin gelişmesi ile ideolojinin doğası ve rolünün bu süreçle ilişkisi üzerine vurgu yapmışlardır.

Frankfurt Okulu'nun tohumları Avrupa'da Birinci ve İkinci Dünya Savaşları arasında, devrimci hareketlerin baskı altına alındığı, Sovyetler Birliği'nde Stalinizmin, Almanya ve İtalya'da Faşist hareketlerin iktidarını tahakküm ettiği döneme denk gelir. Bu süreç, eleştirel kuramcılar nezdinde Marks'ın devrimci toplumsal hareketlerin sistemi değiştirmeye muktedir oldukları yönündeki görüşlerinin gölgelendiği bir yaklaşımı doğurmuştur. Horkheimer ve Adorno, bireylerin, kapitalist sistemde emek güçlerinin metalaşmasına ilişkin yaşadıkları gerilimlerin, faşist liderler tarafından ustalıkla sömürüldüğünü ve gücün konsolidasyonu için kullanıldığını belirtirler. Kıta Avrupa'sını terk ederek Amerika Birleşik Devletleri'ne göç ettikten sonra, görünüşte baskıcı olmayan siyasi yapıların, kapitalist ilişkilerin devamını toplumsal kontrolü nasıl sağladıkları üzerine yoğunlaşırlar. İşte bu noktada "kültür endüstrisi" kavramını üretirler. Onlara göre eğlence sektörü ve medyanın tek tipleştirilen, etkisi bireylerin özgün ve eleştirel eylemliliğini ortadan kaldırmaktadır (Thompson, 1990, 98). Theodor Adorno (2013, 21), kültür endüstrisi ile insan topluluklarının "kitlelere" dönüşmesi arasındaki ilişkiyi şöyle özetlemektedir: "Horkheimer ile vurguladığımız gibi kültür endüstrisinin etkisi bir karşı-aydınlanmadır; böylece doğa üzerinde sağlanan ilerlemeci teknik hakimiyet, kitlesel bir yanılgıya ve bilinci prangaya vuran bir araca

dönüşür”. Adorno’nun ideoloji hakkındaki kavramsallaştırması da daha iyimser değildir. Ona göre ideoloji, “şeylerin çoğulluğunu ve biricikliğini karşı konulmaz bir biçimde yalnızca kendisinin suretine dönüştüren ya da panik içindeki bir dışlama edimiyle onları kendi sınırlarının ötesine süren, paranoid ama paranoidliği gizli bir rasyonalitedir” (Eagleton, 2015, 170).

Frankfurt Okulu’nun bir diğer kuramcısı Herbert Marcuse da ideolojiyi toplumsal çelişkileri yok eden totaliter bir sistem olarak tanımlamaktadır. Marcuse, farklı siyasi seçeneklerin mevcut sistemden dışlanması noktasında ise medyaya özel bir önem atfetmektedir. Marcuse’a göre medyanın oynadığı rol, söylem alanını bu tür müdahalelere kapatmak üzerine kuruludur (Bennett, 1982, 40). Marcuse, Horkheimer ve Adorno gibi, müdahale edilmesi güç, değiştirilmesi neredeyse olanaksız olan bir tahakküm alanı kurgulamaktadır. Kitle iletişim araçlarının gücüne biçtiği rol o kadar önemlidir ki, ona göre kitle iletişim araçlarının kullandığı dil, düşünceyi engeller ve dünyayı düşünme ya da düşünmeme koşullarını bireyler için tanımlar (Erdoğan ve Alemdar, 2005, 333).

Adorno ve Horkheimer, medyanın, bilginin dağıtımı ve farklı iletişim türlerinin ana kanalı haline gelmesine yaptıkları vurguyla ideolojinin doğası ve rolü üzerine farklı bir kuramsal açılım sağlamaktadırlar (Thompson, 1990, 101-102). Böylece toplumsal gerçeklerden kopuk (ya da kısmen ilişkili) bir ideoloji anlayışının yerine, kültür endüstrisinin ortaya çıkardığı ve toplumsal gerçekliğin bir parçası olan ideoloji alanı tanımlamaktadırlar. Ancak Thompson (1990, 104), bu noktada kurama dair önemli eleştiriler getirmektedir. Öncelikle kültür endüstrisi tarafından ortaya çıkarılan ürünlerin tüketiminin tüm bireylerin sisteme eksiksiz eklenmesinde bir “toplumsal çimento” işlevi gördüğü tezi abartılıdır. Ayrıca kültür ürünlerinin tüketilmesi noktasında yer alan karmaşık yorumlama süreçleri de kuramın dışında tutulmaktadır. Bireylerin (kullanıcıların), her kültürel ürünü, öngörüldüğü gibi-kendilerini toplumsal sisteme eklemleyecek şekilde tükettikleri şüphelidir. Frankfurt Okulu kuramcılarının eleştirildiği bir diğer konu ise kurama biçtikleri pasif roldür. Özellikle klasik Marksist sol yaklaşımlar tarafından kavramsal çalışmalarına pratik alanda “dünyayı değiştirmeye yarayacak” bir nitelik atfetmemeleri ve modern bireyin kaderi konusunda kötümser bir sonuca vardıkları gerekçesiyle yoğun eleştiriye tabi tutulmuşlardır. Frankfurt Okulu’nun kitle iletişimi ve kitle kültürüne

yönelik geliştirdiği eleştirel yaklaşıma dikkat çeken Kellner (2002) ise, tüm bu eleştirilere rağmen, bu okulun kültürel çalışmaların öncülüğünü üstlendiğini belirtmektedir.

Frankfurt Okulu’nun geç dönem temsilcisi sayılabilecek olan Jürgen Habermas ise gündelik hayattaki ağır ideolojik tahakkümü kabul etmekle birlikte bireylerin ve toplumların bu tahakkümle mücadele yetenekleri ve olanakları konusunda Adorno ve Horkheimer kadar “kötümser” değildir. Habermas’a göre ideoloji iktidar tarafından sistemli bir şekilde çarpıtılan bir iletişim biçimidir (Eagleton, 2015, 174). Habermas, Batı’da liberal kapitalist sistemin tohumlarının atıldığı dönemde insanların biraraya geldiği kafeler, kulüpler vs. gibi mekanların yanısıra, kitlesel olarak basımı ve dağıtımı yapılan gazete, dergi gibi yayınlar sayesinde yeni bir burjuva kamusal alanının ortaya çıktığını belirtir. Bu sayede bilgi alışverişi ve rasyonel tartışmalarla örülü bir burjuva kamusal alanı ortaya ık mış, ve belli bir sınıf ortak dünya görüşleri ve çıkarları doğrultusunda biraraya gelebilmiştir. Ancak daha sonraki dönemlerde, temsili demokrasi ve kitle medyasının ortaya çıkmasıyla birlikte, kamusal alan bu burjuva sınırlarının dışına genişlemiş ve rasyonel tartışma imkanı da ortadan kalkmıştır. Habermas’a göre (1997, 118), bu yeni kamusal alan, şiddet uygulanmasına kadar varan çıkar çatışmalarının yaşandığı, yasaların genel toplmsal uzlaşıyı değil de özel çıkarları yansıtır hale geldiği, kamusal ve özel alanların içiçe geçtiği, bir tür “yeni feodalleşmeye” yol açmaktadır. Habermas, buna karşı iletişim kanallarının kamusal aklın ve kamuoyunun aydınlatılmasıyla arındırılmasını önermektedir (Curran, 1997, 132). Bunun için öncelikle otoritenin dil üzerine tahakkümü ortadan kaldırılmalıdır. Habermas, klasik Marksizmin ekonomik belirleyiciliğine karşı üstyapı üzerine yoğunlaşan gelenekten gelmektedir ancak onu bu alanda özgün kılan üstyapının anahtarı olarak dili görmesidir (McLellan, 2012, 83). Dile yaptığı vurgu, Habermas’ın ideoloji kuramına sunduğu önemli bir katkıdır. İkna gücü hegemonik mekanizmalarla değil, daha iyi argüman tarafından belirlenmelidir. Habermas, ideolojik tahakküm tarafından engellenmeyecek serbest bir iletişimin ise katılımcı bir sosyalist demokrasi tarafından oluşturulabileceğini vurgulamaktadır (Eagleton, 2015, 176).

2.1.4. Kültürel Çalışmalar

Kitle kültürü ve kültürün ideolojik yönü konusunda geniş kuramsal çalışmaların yürütüldüğü bir diğer çevre ise kültürel çalışmalar okuludur. Britanya'daki kültürel çalışmalar okulu, İkinci Dünya Savaşı sonrası ülkenin içinde bulunduğu tarihsel ve toplumsal koşulların bir ürünüdür. Savaş sonrası yeniden canlanan kapitalist ekonomik üretimin, refah devleti uygulamaları ile tahkim edildiği, Sovyetler'e karşı Batı ittifakının sağlamlaştırıldığı bir dönemdir bu. Liberal kuramcılar tarafından sınıf farklarının görünmez hale geldiği iddia edilen bu ortamda, kültür de önemli bir değişim geçirmektedir; modernlik ve Amerika Birleşik Devletlerinin kültürel hegemonyası etkisindeki popüler kültürde yaşanan dönüşümün anlamlandırılması kuramsal çalışmaların odak noktası olmuştur (Turner, 2005, 33). Richard Hoggart, Stuart Hall, Raymond Williams ve E.P. Thompson'un çalışmalarının öncülük ettiği akım, gazete, televizyon, sinema ve diğer popüler kültürel ürünlerin izleyici ve okuyucular üzerindeki etkilerini de inceleyerek, kitle kültürünün yeni bir kapitalist hegemonyanın inşasındaki yerini sorgulamışlardır.

Kültürel çalışmalar çerçevesinde yürütülen çalışmaların kuramsal aşamasında öncelikle "kültür" kavramı yeniden ele alınmış ve temelde bağlamından kopartılan metinler ya da insan yapımı objeler, veya bunların düzenlenmesi gibi basit tanımların ötesinde, belirli bir toplumsal ya da tarihsel çerçeve içinde anlaşılabilir, ortaya koyduğu kadar gizlediği şeylerle de ele alınabilecek ideolojik bir tanım arayışına girilmiştir (Hall, 2005, 14). Özellikle Raymond Williams'ın, "Uzun Devrim" adlı kitabında ortaya koyduğu kültür kavramı, Marksist kuram içinde altyapı/üstyapı ikiliğinde, kültürün nasıl konumlandırılması gerektiği yönündeki tartışmalara önemli bir katkı içermektedir. Bu noktada, klasik Marksizm'deki ideoloji kavramlaştırmasına, yani bilincin tamamen maddi koşullara bağlı olduğu ve maddi koşulların bireylerin varoluşunu doğrudan belirlediği yönündeki yaklaşıma- karşı çıkmaktadır. Bunun yerine, Lenin ve Gramsci'den esinle, ideolojilerin bireyleri özneler olarak çağırdığına ilişkin yaklaşım benimsenir (Larrain, akt. Dursun, 2014, 41). Williams, ekonomik, siyasi, ideolojik ve kültürel tüm pratiklerin, birbirlerini etkilediği bir karşılıklı ilişki içinde olduklarını söylemektedir. Kültürel çalışmalar okulunun kuramsal çalışmalarında Gramsci'nin etkisi salt yukarıda değinildiği gibi, üstyapının altyapıdan görece özerkliği vurgusunda değil, aynı zamanda hegemonya

tanımında da ortaya çıkmaktadır. Williams'a göre de hegemonya asla durağan bir yapıya sahip değildir ve sürekli bir devinim içermektedir (Stevenson, 1996, 17). Bu devinimin en önemli nedenleri farklı bilinç biçimleridir. Williams, egemen, artakalan ve oluşmakta olan üç farklı bilinç biçimi tanımlamaktadır. Ona göre her toplumsal oluşum bu farklı bilinç biçimlerinin farklı bir karışımıdır ve bu yüzden hiçbir hegemonya asla mutlak olamaz (Eagleton, 2015, 73).

Stuart Hall da hegemonyanın tesisinde, Gramsci'den esinlenerek rızanın önemine vurgu yapmaktadır. Williams gibi o da tek bir egemen ideolojinin bulunmadığını, bir başat ideolojiler repertuarı olduğunu söylemekte ayrıca yönetici sınıf için – toplumsal ilişkileri geniş bir şekilde denetleme yetisine sahip olsalar da – ekonomik temeli denetlemenin her zaman katıksız bir hegemonyayı sağlamak için yeterli olmayabileceğini belirtmektedir. Bu çerçevede hegemonya, tek bir egemen sınıfın değil, egemenlerin içindeki fraksiyonların ideolojik temsilleri olacaktır (Dursun, 2014, 42-43). Egemen ideolojiler, rızayı şekillendirerek sınıfsal ilişkilerin devamını güvence altına almaktadırlar. İşte tam da bu çerçevede medya ideolojik bir işleyiş içerisinde. Bu işleyişte belirleyici olan ise medyanın ürettiği ve/veya dağıtımına soktuğu mesajlardır. Hall bu süreci çözümlerken Saussure ile Barthes'ın dilbilimi alanından yaptıkları katkılara sahip çıkar ve medya mesajlarını kodlama (encoding) ve kodaçımı (decoding) adlı iki aşamada ele alır. Medya mesajları, üretim ağları, kurumsal yayıncılık ilkeleri yapıları gibi çeşitli (profesyonel) süreçler üzerinden gerçekleştirilmekte ve televizyon kameraları, mikrofonlar ve ses kayıt cihazları gibi teknik cihazlarla yapılmaktadır. Kodlanan mesajların izleyici, okuyucu, dinleyici tarafından gerçekleştirilen kodaçımı sürecinde ise devreye bireylerin kültürel ve siyasi pozisyonları, iktidar ilişkileri hiyerarşisindeki konumları ve teknolojiye erişim dereceleri rol oynamaktadır. Mesajın üretildiği kodlama aşaması da içinde bulunduğu toplumsal düzendeki egemen dil ve söylem yapıları tarafından belirlenmektedir. Hall (1980, 119), ancak anlamlı bir şekilde kodlanmış ve anlamlı bir söylem olarak türetilmiş kodaçımlarının, etkili bilişsel, duygusal, ideolojik ya da davranışsal etkileri olabileceğini söylemektedir. Kodlardaki anlam kayması, yayıncılar ile izleyici/dinleyiciler arasındaki farklardan kaynaklanmakta; bu da bu iletişim sürecinin her iki tarafında konumlanan bu tarafların, bilgi çerçeveleri, üretim ilişkilerindeki konumlanışları ve teknik altyapıları arasındaki farklılıkların bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Hall, görsel bir söylemin kodaçımında üç farklı kuramsal

konumlanış görmektedir (1980, 125-126): 1) İzleyicinin kodlanan anlamı birebir, bütünüyle aldığı baskın, hegemonik pozisyon. 2) İzleyicilerin, çoğunluğunun bir kodun baskın bir şekilde tanımlanan anlamını kabul etmekle birlikte kendi koşulları ve mantık süzgecinden geçirerek sorguladığı (ve koşullarına göre reddettiği) müzakereli pozisyon. 3) İzleyicinin bir söylemdeki mesajları ve yananamları anlamasına rağmen tamamen farklı çıkarımlara ulaştığı muhalif pozisyon. Hall özellikle müzakereli pozisyon üzerinden yaratılan anlamların muhalif okumaya tabi olmasıyla birlikte söylemdeki mücadelenin de ortaya çıktığını belirtmektedir. Kısacası, iktidar mücadelesi anlamlar için verilen bir mücadeleye de dönüşmektedir.

Hall, medya, ve özel olarak haberciliğin, toplumsal uzlaşmayı sağlamadaki rolü üzerinde de özellikle durmaktadır. Ona göre olayların anlamlandırılma süreci, yani neyin haber olup olmadığına karar verilmesi ve haberin oluşturulma süreci, toplumu bir uzlaşma olarak inşa etmeye yaramaktadır (Hall, 1978, 55). Ancak burada medyanın rolü konusunda önemli bir uyarıda bulunmakta; medyanın egemenlere tabi, “ikincil bir belirleyici” olduğunu vurgulamaktadır (Hall, 1978, 59). Son tahlilde, tartışmanın genel sınırları ve çerçevesi iktidardakiler tarafından belirlenmektedir. Hall özelinde Britanya kültürel çalışmalar geleneğine getirilen eleştirilerin başında, araştırma ve çözümlemelerde söyleme ve kültür ve ideoloji gibi sembolik alana yapılan vurgu nedeniyle, daha geniş düzlemde iktidar ilişkileri ve hegemonya inşa süreçlerinin yeteri kadar ele alınmaması yatmaktadır. Stevenson’a göre (1996, 43) Hall, kitle iletişiminde ekonomi politik katmandaki süreçlerin kapsamlı analizini dışarıda bırakmaktadır. Bu noktada, eleştirel akımın önemli bir bileşeni olan ekonomi politik yaklaşımın kültürel çalışmalara yönelttikleri eleştiri bağlamında medya çalışmalarına yaptığı katkıların ele alınması, bu tez çalışması kapsamında önemli bir katkı olarak değerlendirilmektedir.

2.1.5. Ekonomi Politik Yaklaşım

Kitle iletişiminin ekonomi politik yaklaşım üzerinden çözümlemesinde öncelikli kabul, “kitle medyasının, meta üreten ve dağıtan endüstriyel ve ticari kurumlar” olarak ele alınması yönündedir (Murdock ve Golding, 1997, 4). Medya kuruluşları kapitalist ekonomik işleyişin bir parçasıdır ve piyasa ilişkilerine tabidir. Ancak bu konumlandırma, medya üretiminin ideolojik bir boyutu olduğu gerçeğini

ortadan kaldırmaz. Dolayısıyla yapılacak çözümleme ekonomik olduğu kadar, siyasi boyutları da içermelidir. Murdock ve Golding (1997, 5), medyanın ideolojik rolü üzerine Althusserci bakış açısıyla yapılan çözümlemeleri soyut olarak değerlendirmekte ve gündelik pratikler çerçevesinde ideolojinin nasıl üretildiğinin anlaşılması gerektiğine dikkat çekmektedirler. Ekonomi politik yaklaşım, klasik Marksist kuramdaki altyapı/üstyapı hiyerarşisine; üstyapının ekonomik altyapı tarafından belirlendiği ve ona bağlı olduğu yönündeki görüşe, sadık kalmaktadır. Garnham (1997, 53), fiziksel ihtiyaçlar doğrultusundaki artı değer artmasıyla birlikte, üstyapıdaki çeşitliliğin de fazlalaştığını belirtmektedir. Bu temeller üzerinde yürütülen ekonomi politik çalışmaların odağı ise sermaye dinamikleri, medyadaki mülkiyet yapıları ve egemen ilişkilerdir (Dursun, 2014, 51). Mevcut sisteme dönük teknelci kapitalizm vurgusu bu noktada önemlidir. Bu sistemde kitle medyasının işlevi, ekonomik güç ilişkileri bağlamında ideolojik ve siyasal tahakkümün sağlanması olarak nitelendirilmektedir.

Garnham (1997, 64-66), ekonomi politik yaklaşımın, kitle medyası çözümlemesine ilişkin ayrıntılı açıklamalar sunmaktadır. Buna göre öncelikle, ideolojik ürünlerin üreticisi ve dağıtıcısı olarak görev yapan gazeteciler, yazarlar vs. “ideoloji işçileri” olarak anlaşılmakta ve onları (yeniden) üreten sermayenin yönetici kapitalist sınıf tarafından aktarıldığı vurgulanmaktadır. Bu durum, işçi sınıfının kendi “organik aydınları” olmadığı ya da kendi ideolojisine uygun kültürel ürünler ortaya koymadığı anlamına gelmez. Ancak teknelci kapitalizmin kültürel kurumlarıyla kıyaslandığında aktarılan sermayeler arasında büyük bir uçurum vardır. Dolayısıyla ideoloji işçilerinin üretimi, ileride geniş kapsamlı bir biçimde ele alınacak olan Pierre Bourdieu’nün “kültürel sermaye” sahibi kesimlere yaptığı özel vurguda da görüldüğü gibi, ayrıca ele alınmalıdır. Bir başka önemli nokta da Althusser’de devletin ideolojik aygıtı olarak ele alınan medya kuruluşlarının artık kapitalist özel sermaye ile rekabete girmiş (hatta birçok yerde bu yarışı kaybetmiş) oldukları gerçeğidir. Kapitalist sınıf da homojen bir yapıda değildir, farklı sermaye çevreleri arasında rekabet mutlak ve kültürel üretim bu çekişmenin en somut yansımasını bulduğu alanlardan biridir. Ekonomi politik düşünce okulunun temsilcileri arasında da altyapı/üstyapı ilişkisinin kuramda nasıl konumlandırılacağı ile ilgili bir tartışma söz konusudur. Dallas Smythe, bir meta olarak iletişimin mesajlar, bilgi, imgeler, anlam, eğlence, yönlendirme, eğitim ve manipülasyon gibi “yüzeysel” olarak adlandırdığı

görünümlere büründürülmesine karşı çıkmıştır. Ona göre, kitlesel olarak üretilen bir okuyuculuk, izleyicilik söz konusudur ve bireylerin tüm boş zamanları böyle bir sistemde reklamcılara/reklam verenlere “pazarlanmaktadır”. Böylece kitle medyası, metaların üretimi ve tüketimi için talebin ortaya çıkarıldığı bir temel üretim aşamasının parçasıdır (1997, 439-440). Graham Murdock (1997, 474) ise Smythe’e yanıt olarak kaleme aldığı makalede, Marksist gelenek çerçevesinde ekonomik süreçler ya da ideoloji kuramı arasında bir tercih yapmaktansa, modern kapitalizmin ekonomik, ideolojik ve siyasi boyutlarının karmaşık ilişkilerini bir bütün olarak ele almak gerektiğini belirtmektedir. Ekonomi politik perspektife göre, üstyapının, altyapıdan kısmi özerkliği yönündeki yorumlar, Marksist kuramda, sermayenin akışıyla ilgili çözümlemeyle de çelişmektedir. Marks’ın temel kavramlarından bir olan sermaye akışı, sermayenin üretim sonrası metaya dönüşmesi ve metanın tüketim yoluyla paraya dönüşerek sermayenin işlerliğini sürdürmesi yoluyla sağlanan döngüye verilen isimdir. Ekonomi politik analiz çerçevesi, kitle iletişiminin de sermaye akışı içindeki yerine odaklanarak iletişim çalışmalarında önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu yaklaşıma göre kitle iletişimi, bir sermaye mekanizması olarak sermaye akışındaki tıkanıklıkları aşmaya, süreci hızlandırmaya yaramaktadır.

Türkiye’de de medya sektörüne ilişkin yürütülecek bir çalışmada, bu sektörün şekillenmesinde kapitalist sistem dinamiklerinin etkisi gözardı edilemez. Ancak kapitalist toplum parantezinde her medya sistemi tıpa tıp aynı şekilde işlemez. Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, İskandinav ülkeleri ve Akdeniz ülkelerinde farklı işleyişler, farklı kurumsal kültürler ve medya üzerine farklı denetim mekanizmaları mevcuttur. Daniel Hallin ve Paolo Mancini, farklı medya sistemlerini karşılaştırdıkları çalışmada, bir medya piyasasında sermayenin belli ellerde toplanmış olmasının, devletin medya patronları üzerindeki kontrolünün de artması anlamına geldiğini; bu durumda devlet desteği, sektörel düzenlemeler, kayırmacılık, çıkar ve güç birlikteliklerinin medya üzerinde etkili olduğu saptamasını yapar (Hallin ve Mancini, 2004, 48). Kayırmacılığın güçlü olduğu yapılarda, şirket sahiplerinin çıkarları doğrultusunda kurduğu siyasi bağlantılar, sahip oldukları medya kuruluşlarının yayınlarına da yansır. Bu bağlamda, Türkiye’de iktidarın sermaye sahipleri üzerine her geçen gün artan denetimi (ya da medya sektöründeki sermaye sahiplerinin iktidarla farklı düzeylerdeki ilişkisi/tâbiyeti) göz önüne alındığında, medya sektöründe yöneticilerin aldıkları kararları salt reyting ya da tiraj ile ölçülen

bir kâr maksimizasyonuna dayandırmadıkları ortaya çıkmaktadır. İlerideki bölümlerde daha geniş bir biçimde ortaya konacak olan bu konumlanma nedeniyle, Türkiye’de medya sektöründe etkili olan iktidar etkisinin (siyasi/ekonomik), daha ayrıntılı ele alınması gerekmektedir. Söz konusu olan ana akım haber kanalları olduğunda da iktidarın sözcülüğüne soyunan, Althusser’in aygıt olarak kavramsallaştırdığı bir model olarak sunulabilecek kanalların yanı sıra, hala yer yer gazetecilik alanı içinde sayılabilecek haber ve programların (her geçen gün sayıları azalsa da) üretilebildiği ve farklı özerklik seviyelerine sahip olsalar da iç işleyişlerinde siyasi ve ekonomik dayatmalara farklı yanıtlar üretmeye çalışanların birarada bulunduğu, bu çalışmanın odağında bulunan, haber kanalları da mevcuttur. Bu nedenle, ikinci bölümde gazetecilik alanındaki bu “mikrokozmosa” daha ayrıntılı bakma olanağı sağlayan Pierre Bourdieu’nün sosyolojik araçlarına değinilecektir.

2.2. Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi

2.2.1. Bourdieu’yü Konumlandırmak

Fransız düşünür Pierre Bourdieu, 30 yıla yayılan çalışmalarında ampirik gözlemlerden beslenen bir pratik kuramı geliştirmiştir. Bourdieu, kendi sosyoloji evrenini inşa ederken eleştirel bir yaklaşım ortaya koymaktadır. Ancak Marksist kuramın ekonomi odaklı çıkar arayışı ve rekabet temelli çözümlemesini maddi de olsa, simgesel de olsa bir toplumsal yapıda kıt ve peşinden koşulan bütün malları içine alacak şekilde genişletmektedir (Bourdieu, 1995, 178). Bu pozisyon, onu bir önceki bölümde ele alınan ve Marksist kurama dayanan eleştirel akımlardan önemli noktalarda ayrılmaktadır. Loic Wacquant (2014a, 446), Bourdieu’nün insan pratiklerine dair; sınıfsal, etnik, cinsel, ulusal, bürokratik tahakkümlere karşı eleştiri besleyen bir bilim geliştirdiğini belirtir. Bourdieu, klasik sosyolojideki düalizmleri – ki bunlardan biri de maddi ve simgesel zıtlığıdır - aşar ve nedenlerin izini süren bir yorumlamayla, sebepleri mikro ve makro seviyelerde birleştirir. İktidarı ayrı bir inceleme alanı olarak ele almaz, ona göre iktidar bütün toplumsal hayatın merkezinde yatmaktadır. Terry Eagleton, Bourdieu sosyolojisini dışarıdan bir bakışla Althusser’in yapısalcı ideoloji kuramıyla karşılaştırarak, “ideolojinin günlük hayata nüfuz etme mekanizmalarını” çözümleme arayışı olarak tanımlar (Eagleton, 2015, 209).

Bourdieu sosyolojisi üzerine çalışan pekçok isim, kendisinin üç klasik sosyal bilimcinin; Karl Marks, Max Weber, Emile Durkheim'in kuramsal çerçevelerinden etkilendiğini ve onların çalışmalarını sentezleyerek ve ampirik çalışmalarla sınavarak/destekleyerek kendi çözümleme çerçevesini oluşturduğunu belirtmektedir (Swartz, 2013; Wacquant, 2014 ve Brubaker, 1985). Emrah Göker ve Güney Çeğin (2015, 13), Bourdieu'nün sınıf teorisini en geniş kapsamlı şekilde anlattığı ve Bourdieu sosyolojisinin başat eseri sayılan "Ayrım"ın Türkçe baskısında kaleme aldıkları "takdim"de bu etkileşimi kısaca şöyle tanımlarlar: "Ayrım'da sınıf, üretim ilişkilerindeki konuma dikkat çekerken Marksist, statü ve itibar kaynağı olarak incelenirken Weberci ve toplumsal sınıflandırma mücadelelerinin sathı olarak tartışılırken de Durkheimci unsurları barındırır".

Swartz'a göre (2013, 61-62), Bourdieu, Marksist kuramın temelini oluşturan tarihsel materyalizmin modern toplumlardaki eşitsizliğin temeli olarak sınıf çatışmasına verdiği önceliği kabul eder, ancak kültür hayatına dair sınıfsal indirgemeci yaklaşımları eleştirir ve salt emek-sermaye çelişkisi üzerinden tanımlanan sınıfları, "kağıt üzerinde sınıflar" ya da "kavramsal sınıflar" olarak nitelendirir (Bourdieu, 2013, 231). Bourdieu'nün kavramsallaştırmasında sınıf kavramı, eğitim, toplumsal cinsiyet, yaş ve statüyü de içine alan hayat koşulları da göz önüne alınarak "toplumsal uzam" kavramı olarak geliştirilmiştir. Bourdieu, Marksist literatürdeki anlayış çerçevesinde, kültürel pratiklerin, toplumsal eşitsizlikleri ve sınıfsal çelişkiyi artırdığı ve sürdürdüğü yönündeki önermeyi kabul etmiştir, ancak simgesel boyutun maddi unsurlardan ayrı bir üstyapı unsuru olarak ele alınmasına karşı çıkmaktadır. Bu temelde, bir önceki bölümde ele alındığı şekliyle, Althusserci çerçevedeki altyapı ile üstyapının eklemlenme biçimlerine odaklanmak yerine, maddi ve kültürel boyutların benzeşen biçimde üretildiği, dolaşıma sokulduğu ve tüketildiği alanlar olarak tanımlar bu ilişkiyi. Din, dil, eğitim, sanat, ideoloji gibi kültürü tesis eden simgesel alanı, maddi ekonomiden ayırtmamış, tam tersine birlikte ele almıştır. Toplumu sınıflar üzerinden çözümlemenin bilimsel karşılığının kağıt üzerinde kaldığını ve bir siyasal programı yerine getirme amacı taşıdığını iddia eden Bourdieu, bunun yerine farklılaşma yapılarının ortaya konabileceği bir toplumsal uzam analizi önermektedir (Bourdieu, 1998b, 31-32). Bourdieu'nün ekonomik temelli "sınıf indirgemeciliği" yönündeki kaygıya ilişkin yüzünü döndüğü yer ise Weber'in sosyolojisi olur.

Bourdieu'nün klasik kuramcılar arasında en çok etkilendiği isim olarak Max Weber gösterilmektedir. Bourdieu, yaşam tarzları ve bunların maddi varlık koşullarındaki izdüşümü olan ayrım simgeleri ile ilgili teoriyi, Weberci yaklaşımdaki statüye göre tabakalaşma ile sınıfsal tabakalaşma arasındaki ilişkiden esinlenerek geliştirmiştir. Yine Weberci kavramlar olan karizma ve meşruiyet üzerinden, simgesel iktidar tesisi ve bunun ekonomik ve siyasi iktidarla ilişkileri üzerine teorisini kurgulamıştır. Simgesel malların ekonomisi yani; simgesel sermaye birikimi, simgesel malların üretim ve tüketimi ile simgesel sermayenin ya da iktidarın, diğer iktidar yapılarına dönüşmesi teorisini de bu temeller üzerine inşa etmektedir (Brubaker, 1985, 747). Weber'in ifadesini, 20. Yüzyılın hemen başlarında kaleme aldığı, "Protestan ahlakı ve kapitalizmin ruhu" adlı kitabında bulan, dinin siyasal iktisadi hakkındaki çalışması da Bourdieu'yü güçlü bir biçimde etkilemiştir. Weber'in dini inanca dayalı davranışların dünyevi yönlerine ilişkin vurgusu, Bourdieu sosyolojisine inançlar ve pratikler ile onları üretenler arasında bağ kurma aracını sağlar. Böylece artık sermaye kavramı salt maddi temelden arınacak ve "simgesel" bir düzeye de taşınabilecektir. Bourdieu, "Weber'in dinle ilgili siyasal iktisat modelini, kültürel ve toplumsal hayatın tamamını içine alacak şekilde genişletmektedir" (Swartz, 2013, 64). Weber'de yer alan "dini çıkar" anlayışı da Bourdieu tarafından bütün pratiklerin temelinde bir çıkar sağlama arayışı olduğu yönünde genişletilmektedir. Weber'in maddi olmayan bir inanç kategorisi olarak dinin iktidar ilişkileri ve sermaye birikiminde oynadığı role dair yaptığı vurguyu Bourdieu daha genel bir şekilde ele alır ve tüm kültürel öğelerin iktidar kaynağı olarak kavramsallaştırılmasını sağlar. Bourdieu'nün Marks'ın maddi sınıf kavramından, Weberci sınıf yaklaşımına geçişi işte bu temeller üzerinde yükselmektedir. Bourdieu'ye göre kavramsal bir kategori olan sınıfın, gerçekliğe kavuşması için onlara fiili bir kimlik ve seferberlik kazandıracak simgesel ve siyasi bir çalışma gerekmektedir (Swartz, 2013, 69). Bourdieu'nün Fransız sosyolog Durkheim'dan etkilendiği nokta ise genel olarak bilgi ve toplumsal algının sosyolojik bir kurama dönüştürülmesi çabasıdır. Burada yine toplumsal yapılarla, simgesel yapılar arasındaki bağı açığa çıkarma gayreti dikkat çekmektedir. Çözümleme evrenine bireysel gibi görünen davranış biçimleri de dahil edilmektedir. Bunlar sayesinde toplumsal yapılara ilişkin olgular ortaya çıkarılacaktır.

Bourdieu sınıf kavramını nasıl ele aldığını “Ayrım”da şöyle açıklamaktadır (2015, 164): “Toplumsal sınıf ne tek bir nitelik (sermayenin hacim ve yapısı gibi en belirleyici olan nitelik söz konusu olduğunda bile) ne belli bir nitelikler toplamıyla (cinsiyet, yaş, toplumsal veya etnik köken –örneğin beyaz ve siyahların, yerli ve göçmenlerin payı vb.-, gelir, eğitim seviyesi vb.), ne de bir neden sonuç, koşullayan koşullanan ilişkisi içindeki temel bir nitelikten (üretim ilişkilerindeki konumdan) yola çıkılarak sıralanmış nitelikler zinciriyle tanımlanabilir. Toplumsal sınıf, niteliklerin her birine ve pratikler üzerinde uyguladıkları etkilere öz değerini veren tüm ayırt edici nitelikler arası ilişkilerin yapısıyla tanımlanır”.

Bourdieu “simgesele” dair çözümlemelerinde, bir önceki bölümde ayrıntılı bir biçimde ele alınan, ideoloji kavramını da kullanmaktan kaçındığını belirtmektedir. Ancak bu tutum daha önce de belirtildiği gibi maddi olmayan iktidar mekanizmalarının dışlanması değil, tam tersine, farklı kavramlar çerçevesinde daha ayrıntılı bir şekilde ele alınmasını beraberinde getirmektedir. Bourdieu ideoloji kavramını kullanmama sebebi olarak, bu kavramın genellikle belirsiz ve yanlış kullanımını, ona yüklenen olumsuz hatta aşağılayıcı anlamları gösterir ve kavramı “simgesel otorite”, “simgesel iktidar” ya da “simgesel şiddet” gibi kavramlarla ikâme ettiğini belirtir. (Bourdieu, Eagleton, 1994, 266). Bourdieu’nün önerdiği yegâne kavramsal değişiklik ideoloji üzerine değildir. Sınıf bilincinden habitusa, sınıf yapısından toplumsal uzama, yönetici sınıftan iktidar alanına geçişler sağlamıştır (Wacquant, 2014b, 210). Bourdieu sosyolojisi, klasik sosyal bilimlerdeki bazı kavramların yeniden ele alınmasıyla sınırlı değildir; kendi kavramsal dünyasını da oluşturmuştur. Bir sonraki bölümde bu geniş kavramlar evreninden bu çalışma kapsamında kritik önem taşıdığı düşünülen (ve birbiriyle ilişki içinde olan) üç kritik kavram, üç “düşünce aracı”; habitus, sermaye (biçimleri) ve alan kavramı ve bu kavramlar etrafına konumlandırılan sosyolojik araçlar ele alınacaktır. Loic Wacquant (2014a, 447) Bourdieu’nun sosyolojik yaklaşımını ortaya koyarken bu üç kavram arasında kurduğu ilişkiyi şöyle açıklamaktadır: “Tarih, bir yandan habitus olarak adlandırdığı ve bireylerin içindeki algı ve değerlendirme kategorileri, kalıcı yatkinlik paketleri olarak ‘özel’leşir. Diğer yandan da sermaye kavramıyla işaret ettiği verimli kaynakların dağılımı ve alan denilen (siyasi, hukuki, sanatsal alanlar vs.) özgün işleyiş mantığına haiz küçük dünyalar yoluyla ‘nesnel’leşir”.

2.2.2. Habitus

Bourdieu sosyolojisinin temel arayışı, klasik sosyal bilimlerde var olduğu şekliyle ikilikleri (en temelde de öznelci ve nesnelci yaklaşımlar arasındaki kakafoni) ortadan kaldırmak olmuştur. Habitus kavramı ile, bireysel ve toplumsal arasındaki ilişkinin anlaşılması noktasında, bu iki sürecin de birbirinden kopuk olmadığı bir çözümleme evreni inşa etmek amaçlanmıştır. Habitus kavramı bireysel öznellik ve toplumsal nesnelliği birbirine bağlayan bir “köprü” görevi görmektedir. Ancak sadece bu da değil, diğer bir çok ikiliği ortadan kaldırmak için Bourdieu’nün kullandığı “çimento” habitustur. Bourdieu, Habitus ile geçmiş, bugün ve gelecek arasında bağ kurmaya, bireysel ve toplumsal, nesnel ile öznel, yapı ve eyleyen ilişkisini açıklayabileceği bir çözümleme aracı elde etmiştir (Maton, 2010, 53).

Bourdieu habitus kavramı için, tek, evrensel bir tanım geliştirmez ve kavramın “evrilmesine” olanak sağlar. Bu kavrama işaret etmek için farklı dönemlerdeki eserlerinde, “kültürel bilinçdışı”, “alışkanlık oluşturan güç”, “temel, derinlemesine içselleştirilmiş büyük örüntüler”, “zihinsel alışkanlık”, “zihinsel ve bedensel algı, beğeni ve eylem şemaları”, “düzenli doğaçlamaların üretici ilkesi” gibi ifadeler kullanır (Swartz, 2013, 145). Aslında tüm bu ifadelerin ortak bir biçimde işaret ettiği nokta, habitusun bir “yatkinlikler (*dispositions*) sistemi” olduğudur (Bourdieu, 1995, 72). Burada temelde, bir baskı, ya da kurallara itaat mekanizması dahi olmadan, bilişsel bir sürecin dışında, pratiklerin ve temsillerin nasıl yapılandırıldığı ve kolektif bir biçimde nasıl düzenlenebildiği sorularına yanıt aranmaktadır. Brubaker (1985, 758), Bourdieu’nün habitus tanımını geliştirirken ortaya çıkan farklı boyutları derleyerek ve habitusun “toplumsal yapılar tarafından biçimlendirilen, pratik eylemleri düzenleyen ve her ikisi arasında aracılık yapan bir içselleştirilmiş yatkinlikler sistemi” olduğunu belirtmektedir.

Habitus, bir kişinin yetiş(tiril)me biçimi ve eğitimi gibi geçmiş deneyimleri tarafından yapılandırılmıştır. Ancak bu yapılandırılmış yapı, aynı zamanda o kişinin mevcut ve gelecekteki pratiklerini de etkilemektedir. Bir birey, yetiştirilme ve eğitimin ona kazandırdığı sınırlar çerçevesinde kararlar alır ve erken yaşlarda bedene işlenen yatkinliklerin belirleyiciliği güçlü dışsal etkilere rağmen yaşamın sonuna kadar devam eder. Bourdieu, habitusu açıklarken “sudaki balık” metaforunu kullanmaktadır (2007, 118): “Habitus, ürünü olduğu bir toplumsal dünyayla ilişkiye

girdiğinde sudaki balık gibidir: Suyun ağırlığını hissetmez ve etrafındaki dünyayı çok doğal sayar”. Habitus, aynı zamanda tarihsel mirasın içselleştirilmesini de beraberinde getirmektedir. Bourdieu, habitusun tarihi nasıl somutlaştırdığını şöyle açıklamaktadır: “Selam vermek için elini şapkasına götüren bir adam, farkında olmadan Ortaçağ’dan miras kalan bir uzlaşım sal göstergeyi yeniden icra-etmektedir. Panofsky’nin hatırlattığı gibi, bu hareket bize askerlerin barışçı niyetlerini ifade etmek için miğferlerini çıkardıklarını gösterir” (Bourdieu, 2014b, 433).

Bourdieu, önel olan ile toplumsal olanın birbirinden ayrı ele alınamayacağını da söylemektedir: “Habitus toplumsallaşmış önelliktir; bireysel, kişisel, önel olan kolektiftir” (Bourdieu ve Wacquant, 1992, 126). Bu anlamıyla habitus, benzer hayat koşullarındaki bireyler tarafından, ortak bir yatkinlikler sistemine işaret etmekte, toplumsal sınıflara bölünmenin içselleştirilmesini ortaya koymaktadır. Böylece ayırımın inşasında ve toplumsal farkların anlaşılmasında kilit taşıdır: Bourdieu’ya göre: “Habitus, bir eyleyicinin (veya benzer koşulların ürünü olan bir eyleyiciler kümesinin) pratiklerinin tümünü, hem özdeş (veya karşılıklı olarak tahvil edilebilir) kalıpların uygulanmasının bir ürünü olmasından dolayı sistemli kılan, hem de aynı zamanda başka bir yaşam stilini oluşturan pratiklerden belli bir sisteme göre ayrı kılan şeydir” (2015, 255). İşçi sınıfı kökenli bir aileden gelen birisinin sahip olduğu yatkinlikler, genellikle orta sınıf kökenli birininkine göre farklılıklar içertecektir ve benzer kökenden gelen bireylerin benzerlik ve farklılıkları görece kendileri gibi olan diğ er bireylerle benzeşiklik gösterecektir.

Bourdieu, habitusun, eylemlerin anlamları ve dünya görüşü üzerinde faillerin uyumunu sağladığını da belirtmektedir. Bu homojenlik sayesinde bir grubun üyeleri için, diğ erlerinin eylemleri anlaşılabilir ve öngörülebilir olur (Bourdieu, 1995, 80). Habitus değışmez değıldir ancak Bourdieu, erken yaşlarda kazanılan yatkinliklerin değışim karşısında ne kadar dirençli olduğunu da sürekli vurgulamaktadır. Bu erken sosyalleşme aynı zamanda tabakalaşmanın da katalizörlerinden biridir. Habitus, tabakalı bir toplumsal dünyada, insana nereye ait olduğu ya da olmadığı duygusu kazandırmakta, neyin olanaklı, neyin ise olanaksız olduğu duygusunu, genç yaşta işleyerek (Swartz, 2013, 152), iktidar ilişkilerinde fazla cüretkar davranmadan, “yerini” bilmesini sağlamaktadır. Habitus son tahlilde yekpare işleyen bir yapı değıldir. Bourdieu’ya göre toplumsal pratikler salt habitustan değıl, habitusla alanın

etkileşiminden kaynaklanmaktadır. Alan, habitusu yapılandırmakta; ancak aynı zamanda habitus alanın (bir kişinin yatırım yapmaya değer bulabileceği) anlamlı bir dünya olarak inşasında rol oynamaktadır (Bourdieu, 1992, 127). Böylece toplumsal gerçeklik hem habitus, hem de alanda, faillerin hem akıllarında, hem de onları çevreleyen şeylerde var olmaktadır. Böylece zihinsel yapılar olan habitusla, toplumsal yapılar olan alanlar birbirine geçmekte, “bir yandan toplum belli bir kategorideki bireylere has yatkınlıkları, varolma, hissetme, düşünme ve eyleme tarzlarını biçimlendirmekte, diğer yandan bu bireyler bu yatkınlıklar uyarınca eyleyerek toplumu biçimlendirmektedirler” (Wacquant, 2014a, 447). Ancak sağlıklı çözümleme için öncelikle bakılması gereken aşama, faillerin tekilliği değil, onların şekillendiği alanın bilgisidir.

2.2.3. Alan

Alan kuramının kökeni, doğa bilimlerinde yatmaktadır. Özellikle elektromanyetik alanlar çalışılırken, bazı elementlerin böylesi bir alanda diğerlerine göre farklı duruma bürünmesi, pozitif ya da negatif yüklenmiş elementlerin farklılaşan hareketlilikleri, elementlerin partiküllerinin alandaki etkilere karşı taşıdıkları hassasiyet ve bir alandaki herhangi bir durumun, aslında potansiyel kuvvetin taşıyıcısı olduğu ve bunların ne tıpatıp aynı, ne de rastlantısal olmadığı gibi çıkarımlar yapılabilmektedir (Martin, 2003, 4). Doğa bilimlerinden türeyen böyle bir çözümleme olanağı, bazı sosyal bilimcilerin de yapı ve eyleyen ilişkisini çözümlemede başvurdukları bir araç olmuştur. Fizikte tüm elementleri aynı şekilde etkileyen bir alanın bulunmadığı yönündeki görüş, sosyal bilimlere de uyarlanabilir; toplumsal bir alanın etkileri farklı birey ve gruplarda farklı şekillerde gözlemlenebilmektedir. Alanlar aslında keskin sınırları olan ve ölçülebilen yapılar değil, etkileri üzerinden tanımlanan görünmez (soyut) birimlerdir. Pierre Bourdieu, bireyler arası ilişkileri anlamlandırmak ve habitusun işleyişini çözümlemek için, mekansal bir metafor çerçevesinde sosyolojisinin temel kavramlarından olan alan(lar)ı devreye sokmuştur. Bourdieu, konumlar arası nesnel ilişkiler ağı olarak alanları şöyle tanımlamaktadır (1992, 97): “Bu konumlar, hem varoluşları ve içlerinde barındırdıkları fail ya da kurumlara dayattıkları belirlenimler çerçevesinde, hem alanda risk altındaki özgül kârlara erişmenin bağlı olduğu iktidar (veya sermaye) türlerinin dağılım yapısındaki mevcut ya da potansiyel durumlarıyla (situs), hem de diğer konumlara (tahakküm, tâbilik, benzeşiklik vs.) olan nesnel ilişkileriyle,

nesnel olarak tanımlanabilirler”. Richard Jenkins (1992, 52) daha “sade” bir tanım sunmaktadır: “Bourdieu’nün anlayışına göre bir alan, özgül kaynaklar ve çıkarlar için mücadele ve manevraların yapıldığı toplumsal bir arenadır. Alanlar – kültürel mallar (yaşam-tarzı), konut, entellektüel ayrışma (eğitim), iş, toprak, iktidar (siyasi), toplumsal sınıf, prestij gibi ya da farklı derecelerde özgüllük ve somutluk içeren risk altındaki çıkarlar üzerinden tanımlanır”. Bir alan, bireyler ya da kurumların içerildiği yapılanmış toplumsal konumlar sistemidir ve kendine özgü ve diğer alanlarda bulunmayan –ve o alana girmek için şekillendirilmemiş bir kimsenin farkında olmadığı ve/veya ilgilenmediği çıkarlar ve kârların belirlenmesi üzerinden var olur (Bourdieu, 1993b, 200). Uğruna mücadele verilen kaynaklar daha önceki bölümlerde değinilen farklı sermaye biçimleridir: Ekonomik sermaye, toplumsal sermaye, kültürel sermaye ve simgesel sermaye. Bir sermaye türü, alanlarla ilişkili olmadan var olamaz.

Bourdieu’nün alanları, ekonomik ve kültürel sermaye birikimi kutuplarıyla tanımlanır. Her alan, içindeki özgül sermaye biçimi ve başta ekonomik, siyasi ve kültürel olmak üzere diğer alanlarla göreceli özerkliğe göre ayrışır (Benson, 1998, 464). Bourdieu, alanları sayıları belli, evrilmeye kapalı bir sistem olarak tanımlamaz ve bir “alanlar listesi” çıkarmaz. Ancak çalışmalarında incelediği ya da çözümlediği alanlardan bazıları; siyaset, din, eğitim, sanat, bilim, gazetecilik, edebiyat, bürokrasi ve konuttur.

Bourdieu, alan kavramını açıklamak için oyun metaforundan yararlanmıştır. Oyun metaforu, alanın içindeki çekişmenin çözülmesi için kritik önemdedir. Böylece mikro düzeydeki ton farklılıkları da görülür hale gelmektedir. Bir alana girmek için oyunun değerinin kabul edilmiş, kurallarının (peşinen) kabul edilmiş olması gerekmektedir. Farklı sermaye biçimlerini bir oyundaki kozlara benzetir. Her oyunda (alandaki) farklı kozlar, farklı değerlere sahiptir. Ekonomik, toplumsal, kültürel ve simgesel sermaye aslında her alanda değerli kozlardır ancak alanın türüne göre ağırlıkları değişir. Bourdieu, bireylerin alanlarda kendilerini rakiplerine göre farklılaştırarak daha şanslı hale gelmeye çalışan birer oyuncu gibi davrandığını belirtir: “... oyuncular arasındaki rekabetin ürünü olarak çıkarlar vardır. Oyuna bir yatırım yapılır (*illusio*): Oyuncular oyuna girer, birbirine, bazen yırtıcılıkla, rakip olur, ancak bu oyuna inançları (sabitfikirleri/kanaatleri –doksa) çerçevesindeki uyum

sınırındadır” (Bourdieu, 1992, 98). Farklı alanların, benzeşen tarafları, ortak işleyiş ilkeleri vardır. Bourdieu’ye göre alanlar, hâkim ve ezilen konumları, dışlama, ele geçirme stratejileri, yeniden üretim ve değişim mekanizmaları yönünden benzeşiktir, örneğin ezilen sınıf konumundaki tüketiciler, kültürel üretim içinde ezilen konumda olan üreticilerin ürünlerini seçme eğilimi göstermektedirler (Swartz, 2013, 183-184).

Bourdieu’ye göre oyuncuların durumu ve oyunun kuralları esnemez değildir. Oyuncular, oyunun kuralları çerçevesinde, sermayelerini korumak ya da artırmak için oynayabileceği gibi, oyunun kurallarını değiştirmek için de bir alana girebilirler. Sermayelerin ağırlıklarını yeniden tanımlamak, rakiplerin biriktirdikleri sermayeleri değersiz kılmak gibi mücadelelerin verildiği alanların başında, iktidar alanı, yani devlet mekanizması üzerindeki iktidar için verilen mücadele gelmektedir. Bourdieu, alan kavramını, Louis Althusser’in devletin ideolojik aygıtları şeklindeki sınıflandırmasını eleştirerek daha da derinleştirmektedir. Bourdieu’ya göre aygıt, çeşitli amaçları, yer ve zamandan bağımsız olarak hayata geçirmek için programlanmış şeytani bir araçtır ve bu yaklaşımı kötümserlik olarak nitelendirir. Bu eleştiri üzerinden egemen konumda olanlara karşı bir direnişin mümkün olacağını söyler. Bourdieu’ye göre, okul sistemi, devlet, kilise, siyasi partiler ya da sendikalar aygıtlar değil, alanlardır (Bourdieu, 1992, 102). Alanlarda, failer ve kurumlar oyunda çeşitli avantajlar elde etmek için egemenlere karşı belli bir direniş sergileyebilmektedir. Tarihsellik böyle bir direniş ile mümkün olmaktadır. En baskıcı ve totaliter rejimler tarafından bile alan mücadelesindeki direniş tam anlamıyla kırılmamaktadır. Böylesi direniş durumlarında, alanların bekâsını sağlayan ise, o alanın içindeki egemen konumda bulunanların tahakkümü kadar, alanda yer alan herkesin yaptığı yatırımı alanın tamamen çökmesiyle birlikte tamamen kaybetmekten duyduğu korkudur. Mutlak bir egemenlik ise bir alanın tüm alanlara hakim olması ve tüm toplumda sadece tek bir başarı tanımının olması halidir (Benson, 1998, 465).

Toplumsal hayatın temel dinamiğini çatışma olarak gören Bourdieu’ye göre alanlar hiyerarşisi içinde bir “üst alan” vardır; bu da iktidar alanıdır. İktidar alanındaki mücadele hem maddi, hem de simgesel kaynaklar üzerinden yürütülür ve iktidar alanındaki mücadeleyi, ekonomik sermaye dağılımı ile kültürel sermaye arasındaki “karşıtlık” şekillendirir (Swartz, 2013, 192). Bu “üst alandaki” karşıtlık, diğer alanlardaki (ekonomik, idari, akademik, sanatsal, bilimsel, dini, entelektüel vd.)

mücadelenin de yapısını belirlemekte; diğer alanlarda da farklılaşma, ekonomik ve kültürel sermaye karşılığı üzerinden şekillenmektedir. Bourdieu'ye göre alanların birbiriyle ilişkisi ve mesafesi, o alanın (görece) özerkliğinin derecesini belirlemektedir (Swartz, 2013, 194-195). Örneğin idari alan, ekonomi alanına, hukuk alanı siyasi alana, bilimsel alan sanatsal alana daha yakındır. Böylece bilimsel ve sanatsal alanlar (ekonomi ve siyaset alanına karşı mesafeleri sayesinde) kariyerin ödüllendirilmesi ve simgesel sistemlerin gelişmesi bakımından daha özerktirler. Bourdieu'ye göre idari ve siyasi çevrelere en bağımlı alan ise, ileride ayrıntılarıyla ele alınacak olan, gazetecilik alanıdır.

2.2.4. Sermaye

Pierre Bourdieu, sermaye nosyonu üzerine düşünürken klasik Marksist çözümlemedeki genel tanımı –yani sermayenin bir emek gücü birikim sürecinin ürünü olduğunu kabul etmektedir. Ancak toplumsal hayatı açıklarken, yalnızca iktisat teorisine dayalı, değişim süreçlerini, kâr maksimizasyonu odaklı ticari değişime indirgeyen, ekonomik sermaye birikim süreci ile ilgilenmez. Bourdieu'ye göre bu sermaye türü, sınıfsal konumları açıklamak için başvurulabilecek tek araç değil, farklı sermaye biçimlerinden sadece biridir. Kaynaklar bir mücadele nesnesi haline geldiklerinde ve toplumsal iktidar ilişkisi işlevi gördüklerinde sermaye olarak kavramsallaştırılır (Swartz, 2013, s. 174). Ona göre, sermaye temelde farklı görünümlere bürünür: “Doğrudan paraya tahvil edilebilen ve mülkiyet hakları şeklinde kurumsallaşmış ekonomik sermaye; belirli koşullarda ekonomik sermayeye tahvil edilen ve eğitim vasıfları olarak kurumsallaştırılabilen kültürel sermaye; ve belirli koşullarda ekonomik sermayeye dönüştürülen ve bir asalet sıfatı şeklinde kurumsallaştırılabilen, toplumsal yükümlülükler (bağlar) tarafından oluşturulan toplumsal sermaye” (Bourdieu, 1986, 242). Bourdieu, sermaye kavramını bu üç ana eksenle ele aldığını açıklasa da, dördüncü bir sermaye kategorisi olarak “simgesel sermaye” kavramını da ortaya koymuştur. Bourdieu'ye göre ilk üç kategorideki sermaye biçimlerine sahip olmanın ve birikimin özel mantığı kavrandığında, ekonomik, kültürel ve toplumsal sermaye, simgesel sermaye şekline bürünmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 1992, 119). Bourdieu, buna örnek olarak Akdeniz toplumlarındaki “şeref” kavramını gösterir (1998b, 47). Bu toplumlarda itibar üzerinden var olan şeref kavramı, başkalarının şeref ya da şerefsizlik diye anlam yüklediği davranışlar üzerinden tanımlanan ve paylaşılan bir inanç sisteminin ürünü

olan bir simgesel sermaye örneğidir. Simgesel sermaye, bir meşruiyet aracı olarak işlemektedir. Yukarıda değinilen sermaye türlerinin somutlaştığı nokta olan simgesel sermayenin algılanmasını olanaklı kılan, o sermaye yapısındaki güçlü/zayıf, büyük/küçük, zengin/yoksul, kültürlü/kültürsüz gibi karşıtlıklardır.

Bourdieu zamanla, sermaye biçimlerini çoğaltarak kullanmış; aile, din, ahlak ve devlet sermayelerinden de bahsetmiştir. Bourdieu'ye göre, “devlet farklı sermaye türlerinin yoğunlaşma sürecinin en üst noktasıdır” (1998b, 41). Bu sermaye türleri; fiziksel güç ve baskı aygıtları sermayesi (ordu, polis), ekonomik sermaye, kültürel sermaye ya da enformasyonel sermaye ve simgesel sermayedir. Bu gücü sayesinde diğer sermaye sahiplerine iktidarı bahşeden de (metasermaye sahibi) devlettir. Burada yanıt aranan temel soru, bu farklı sermaye biçimlerinin toplumsal düzende birey ve grupların konumlarını nasıl belirlediğini ortaya koymaktır ve bunda sermaye biçimlerinin bir diğerine, özellikle de ekonomik sermayeye nasıl dönüştürüldüğü kilit önemdedir. Bourdieu, ekonomik sermayeye başat bir rol atfetmiş ve bu sermaye biçiminin kültürel, toplumsal, simgesel sermaye gibi diğer sermaye biçimlerinin temelinde yer aldığını belirtmiştir (Swartz, 2013, 117).

Bourdieu, kültürel sermayeyi ekonomik sermayeye tabi, ikincil bir rolde görse de kültürün de bir iktidar kaynağı haline gelebileceğini vurgular. Bu noktada temelde, farklı eğitim seviyelerindeki ailelerin çocuklarının okuldaki başarı düzeylerindeki farklılığa odaklanır ve sözel beceri, genel kültür, estetik tercihler gibi belirlenimlerin önemine işaret eder. Kültürel sermaye, bireylerin doğumdan sonra edinmeye başladığı, aile ve okul kurumları ile pekiştirdikleri donanımdır. Kültürel ve simgesel mallar, maddi olanlardan temel bir şekilde ayrılır; onu tüketen birisinin anlamını kavraması gerekmektedir. Failin bunun için gerekli donanımına sahip olması gerekmektedir. Sadece müze ve konser salonlarındaki kültürel ürünler için değil, aynı zamanda okuldakiler için de; sanat eserleri için olduğu kadar, matematik denklemleri, edebi metinler ya da felsefe tartışmaları için de tüketicinin donanımlı olması gerekir (Brubaker, 1985, 757). Bourdieu'ye göre kültürel sermayenin üç farklı durumu vardır (1986, 243-247): 1) Somutlaşmış (*embodied*) durum: Bu halde kültür birey tarafından çocukluk yılları tarafından içselleştirilmiştir. Ayrıcalıklı aileler çocuklarının kültürel eğitimi için kaynak ve zaman harcarlar, kültür iletiminde bulunurlar. 2) Nesneleşmiş durum: Maddi olarak satın alınabilen ya da aile

tarafından devredilen kitaplar, resim ve heykeller, bilimsel araçlar ve bunları değerlendirme becerisi. 3) Kurumsallaşmış durum: Eğitim ve akademik başarıyla ölçülen kültürel sermaye. Bu sayede, ekonomik ve simgesel kârlara erişim mümkün hale gelir ve ekonomik sermayeyi, kültürel sermayeye dönüştürme çabasının arkasında bu strateji yatmaktadır.

Toplumsal sermaye, bir birey ya da gruba, az ya da çok karşılıklı tanımaya dayalı kurumsallaşmış ilişki ağlarına sahip olmak üzerinden gelen, gerçek ya da sanal kaynaklar toplamıdır (Bourdieu ve Wacquant, 1992, 119). Toplumsal sermaye hacmi, bağlantıda olunan diğer bireylerin ekonomik, kültürel ve simgesel bağlantı ağlarının büyüklüğüne göre değişir. Bir parti üyeliği, kabile aidiyeti, sınıfsal aidiyet ya da üyesi olunan aile gibi ağlar toplumsal sermayenin belirleyicileri arasında gelir. Bir gruba üyelik üzerinden gelen kârlar, bu grupların birarada kalmasını sağlayan en önemli nedenlerden biridir (Bourdieu, 1986, 248). Toplumsal sermayeyi artırmak ve elde tutmak da diğer sermaye biçimlerinde olduğu gibi yatırım stratejileri gerektirir; iş yeri, mahalle hatta kimi zaman eş (ve akraba) seçimleri bununla bağlantılıdır. sahiptir. Farklı sermaye biçimleri farklı alanlarda bambaşka özgül ağırlıklara sahiptir ve dolayısıyla değerini ve etkinliğini her alanın bizzat özgün yasalarından almaktadır (Bourdieu, 2015, 176). Bazı durumlarda eğitime bağlı sermaye, bazı durumlarda ise ekonomik ya da toplumsal sermaye ön plana çıkmakta, ekonomik ya da kültürel malların etkileri de yer aldıkları alana göre farklılaşmaktadır.

Bourdieu, ekonomik ve kültürel sermaye birikiminin her toplumda aynı biçimde işlemeyeceğini de ortaya koymaktadır. Bourdieu'ya göre tabakalaşmaya yol açan kaynakları, sermaye biçimi olarak tanımlamak, temel dışlanma kuramının özel mülkiyet olmadığı toplumlara uygun bir genelleme değildir (Swartz, 2013, 119). Bourdieu bu duruma örnek olarak (eski bir sosyal demokrat ulus olarak) İsveç ile Sovyet tipi toplumları verir (Bourdieu, Wacquant, 1992, 119). Ona göre, diğer kapitalist Batı devletlerinde ekonomik sermayenin getirilerine benzer şekilde, bu ülkelerde de sendika ya da parti üyelikleri üzerinden toplumsal sermayeye tahvil edilen bir siyasal sermaye söz konusudur. Bourdieu, 1989 yılında Doğu Berlin'de yaptığı bir konuşmada (1998b, 14-16), farklı sermaye türleri arasındaki ilişkinin farklı toplumsal düzenlerde nasıl işlediği yönündeki görüşlerine daha da açıklık getirir. Öncelikle Bourdieu'ya göre evrensel olarak ele alınabilecek yegâne önerme,

toplumsallığın bir farklılaşmış konumlar yapısı olarak ele alınmasıdır. Ancak bu yapı farklı her durumda özel bir sermaye türünün dağılımına göre yeniden tanımlanmalıdır. Kapitalist Fransız toplumunu tanımlarken ekonomik ve kültürel sermayenin toplumsal ayırmda oynadığı rol ile Alman Demokratik Cumhuriyeti’ndeki tabakalaşmada aynı sermaye türlerinin benzer bir işlev görmediğini söylemektedir. Bu noktada Alman Demokratik Cumhuriyeti’nde ayırmanın ve toplumsal tabakalaşmanın anahtarı siyasal sermayedir. Bu ülkede parti yöneticileri ya da bürokratik elitler, konut, otomobil sahipliği, tüketim kalıpları ile toplumun diğer kesimlerinden ayrıışmaktadır. Bourdieu, farklı sermaye türlerinin birikiminin kontrol altına alındığı durumlarda siyasal sermayenin toplumsal ayrıışmanın başat ilkesi haline geldiğini söylemektedir.

2.2.5. Simgesel İktidar ve Dil

Bir önceki bölümde değinildiği gibi simgesel sermaye, diğer sermaye türlerinin (ekonomik, kültürel, toplumsal vd.), meşru olarak kabul edildiği, bir farklılık ve ayrıışma faydası sağladığı noktaya denk gelmektedir. Dolayısıyla Bourdieu’nun “bir algı ve beğeni şemaları sistemi” olarak da adlandırdığı habitusun, maddi özellikler kadar önemli bir diğer belirleyenidir. Bourdieu, toplumsal eşitsizliklerin (yeniden) inşasında maddi olduğu kadar, simgesel süreçlerin rolünü işte bu temel üzerinden açıklamaktadır. Simgesel sermaye, bir toplumsal yapıdaki bireylerin ve grupların kabul ettiği ayrıışma mekanizmasını kodlar üzerinden işler kılar. Böylece “algı ve beğeni şemalarıyla donanmış bireyler ya da gruplar arasındaki ilişkilerde var olur” (Bourdieu, 2014a, 199). Simgesel iktidar da benzer şekilde, özel bir iktidar biçimi değil, farklı iktidar türlerinin toplumsal hayatta işler hale gelmesidir. Bourdieu’ye göre, modern toplumlarda, iktidarın tesisinde fiziksel şiddetin yerine ağırlıklı olarak simgesel şiddet ve manipölasyon kullanılmaktadır ve simgesel iktidar, tahakküme uğrayan ile tahakkümü kuranın rızalarının sağlandığı bir meşrulaştırma aracıdır. Simgesel iktidarı en az görünen ve en zor farkına varılan iktidar biçimi olarak tanımlayan Bourdieu (2013, 163), bu noktada Marksizm’den bir kez daha ayrıışır ve ekonomik iktidarın yanısıra simgesel iktidar mekanizmasını da bir çözümleme evreni olarak ele alır. İdeoloji kavramını “simgesel şiddet” ile ikâme eden Bourdieu, ideoloji kavramına dair geliştirilen açıklamalarda sıkça işaret edildiği gibi, bunun iktidar ilişkilerini gizlemeye yaradığını vurgular. David Swartz, (2013, 129), Bourdieu’nun simgesel şiddet kavramını şu şekilde özetler: “Bourdieu’ye göre

ideoloji, ya da ‘simgesel şiddet’, ekonomik ve siyasi iktidarı kılık değiştirmiş, sorgusuz sualsiz kabul edilen biçimler altında temsil ederek toplumsal dünyayı anlamayı ve uyarlamayı sağlayan araçları dayatma gücüdür”. Simgesel iktidarın üretilmesini ve sürdürülmesini olanaklı hale getiren en önemli araçlardan biri ise dildir.

Bourdieu, dili salt bir iletişim biçiminden çok, iktidar ilişkilerinin bir aracı ve bu ilişkilerin sürdürüldüğü ortam olarak görmektedir. Bir sınıf habitusunu oluşturan her şey, (yeme içme alışkanlıkları, kültürel tüketim, siyasi tercihler, giysi seçimleri, sanatsal ve sportif eğilimler vs.) ifadesini, dil habitusu üzerinden bulmaktadır. Bourdieu’ya göre, sadece şekilsel ya da yapısal bir çözümleme ile anlam üretimi ortaya çıkarılamaz. Ona göre: “Dilsel ilişkiler her zaman konuşmacılar ve kendi grupları arasındaki güç ilişkisinin başkalaşmış şekilde gerçekleştiği simgesel iktidar ilişkileridir” (Bourdieu ve Wacquant, 1992, 142). Bourdieu, Saussure’ün dilbilimi çalışmalarından etkilenmekle birlikte, onu toplumsal hayatı simgesel değişimler üzerine oturtmakla eleştirir ve toplumsallığın ve iktidar ilişkilerinin, dile nasıl nüfuz ettiğini sorgulamaya girişir. Bu çerçeveden bakınca en sıradan bir dilsel iletişim bile konuşmacı ve dinleyicisi (ve ait oldukları gruplar) arasındaki tarihsel iktidar ilişkilerinin izlerini taşımaktadır. Konuşmanın nesnel belirliliği, cinsiyet, eğitim seviyesi, sınıf kökenleri gibi kişisel konumların etkisi altındadır ve genellikle bilinç dışı işleyen bir süreçtir. Bourdieu bu durumu, beyaz bir Amerikalı’nın bir zenciyle, bir Fransızın, bir Cezayirliyle konuşmasına örnek vererek açıklamaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 1992, 144). Böylesi bir durumda tüm sömürgeci tarih ya da siyahların veya Cezayirlilerin uğradığı tüm ekonomik, siyasi ve kültürel tahakküm masadadır. İktidar ilişkisinin dilde başat belirleyen olduğu yönündeki önermeye istisna ise asimetrik ilişkinin olmadığı aile ilişkileri gibi durumlarda görülebilir. Ancak Bourdieu, bu durumda bile taraflardan birinin diğerine karşı konumunu sağlamlaştırma stratejisi çerçevesinde hareket edip bir tür simgesel şiddet uyguluyor olabileceğini söylemektedir. Dilsel ifadeler, her zaman belli çerçevelerde, belli “piyasalarda” (alanlarda) üretilir ve bu alanların özellikleri dilsel ürünlere belli değerler biçer. Bir alanda bazı dilsel ürünler diğerlerinden daha kıymetlidir ve konuşmacıların yetkinliği işte tam da içinde yer aldıkları piyasanın (alanın) neyi, ne kadar kıymetlendirdiğini bilmektir (Thompson, 2013, 18). Dil sermayesi güçlü olan

bir konuşmacı, içinde bulunduğu alandaki olanakları lehine kullanmayı başaracak ve bunun üzerinden kendisini diğerlerinden ayırtıran kârlara ulaşacaktır.

Simgesel iktidar, sözcüklerin meşruiyetine dönük inanç ile onları ifade eden kişinin ilişkisi üzerinden tanımlanır ve sadece bu ilişkiyi oluşturanların simgesel iktidarının diğerleri tarafından kabul edilmesi ile işleyebilir. Batı toplumlarında dini ifadelerin kullanımının, toplumsal ilişkilerde yaşanan değişimle birlikte terk edilmesi buna bir örnektir. Wacquant, Bourdieu'nün simgesel iktidar mekanizması olarak dil ve bu mekanizmanın farklı alanlarda nasıl işlediğine ilişkin çözümlemesini şöyle özetlemektedir: “Bir mesajın etkisi sadece yer aldığı alan (örneğin gazetecilik) bağlamında belirlenir. Ancak bu noktada, üzerine yoğunlaşılacak alanın, diğer alanlarla arasındaki hiyerarşik yapıya da bakmak gerekmektedir. Bu alandaki ilişkileri tanımlayan tüm yapıyı göz önüne almadan, o alandaki özel sansür mekanizmalarını, o alanda konumlananların kökenlerini ve dilsel yatkınlıklarını çözümlemeyen, bir şeyin neden söylenip söylenmediğini, neyin kastedildiğini, neyin anlaşıldığını ve bunların toplumsal etkilerini çözümlemek mümkün değildir” (Bourdieu ve Wacquant, 1992, 149-150).

Bourdieu sansür ifadesini, bir yasal baskılama mekanizmasına işaret etmek için değil, bir alandaki (örn. gazetecilik, hukuk, siyaset, vs.) ifade ve ifade şekillerine erişimin kontrolünü tanımlamak üzere kullanmaktadır (Bourdieu, 2013, 138). Dil sermayesini başka sermayelere tahvil etmek isteyenler de oyunun (alanın) gerekleri çerçevesinde bu sansürü içselleştirip bir oto sansür mekanizmasını devreye sokarlar. Dile hakimiyet bir ayırım aracı olarak işlemektedir ve dile ait “mamullerin” pazarında da tekeller vardır. Bu tekellerin en görünür olduğu alan, siyasettir. Örneğin sözcüler, meşru siyasi ifadeler üzerinde tekel sahibidir ve sadece temsil ettikleri kişiler lehine değil, çoğunlukla onlar yerine konuşurlar (Bourdieu ve Wacquant, 1992, 147). Son tahlilde, sözcülerin sınıflandırıcı kalıplar, kavramlar ve tanımlar üzerinden gerçeğin bir temsilini gerçekleştirme olanağı vardır. Burada önemli olan, simgesel şiddetin, sonunda aslında doğallaştırılması ve yanlış/eksik anlamın, anlamın kendisi haline gelmesidir. Bourdieu, simgesel şiddetin üretiminde medyanın etkisinin ölçümlenebilmesi için çalıştırılan göstergebilimsel ve/veya içerik odaklı çözümlemeleri de eleştirmektedir. Sadece bu mecralarda üretilen mesajların kod açılımıyla çözümlenemeyeceğinin belirtmekte ve dilbilimci yaklaşımlarla arasına bir

mesafe koymaktadır. Eğer dil özerk bir nesne gibi ele alınırsa; yani Saussure’ün yaptığı gibi bir ikiliğe yönelinip, dilin bilimi ve dilin toplumsal kullanımı ayrı bir araştırma konusu gibi ele alınırsa Bourdieu’ye göre sözcüklerin gücü, aslında olmadıkları yerde, yine sözcüklerde aranır (Bourdieu, 2013, 107). Dolayısıyla Bourdieu’nün önerdiği, sadece ortaya çıkan ürünün (dil) değil, üretim sürecinin de incelenmesidir. Bu da simgesel üretim sürecini ele almayı gerektirmektedir.

2.2.6. Simgesel Emek, Entelektüeller ve Gazetecilik Alanı

Simgesel emek, toplumsal uzamda, iktidar ilişkilerini ve çıkar temelli işleyişlerin üzerini bir örtü gibi örtmekte, sömürü ilişkilerini doğallaştırarak, meşru ilişkilere dönüştürmektedir. Bu noktada Bourdieu’nün, kültür üreticileri olarak adlandırdığı yazar, sanatçı, öğretmen ve gazeteciler, simgesel emekleriyle önemli bir işlev yerine getirir ve simgesel sermaye üreterek toplumsal düzeni meşrulaştırırlar (Swartz, 2013, 135). Pierre Bourdieu’ya göre simgesel ürünler üreten sanatçılar ve entelektüeller, hem ekonomik alandan, hem de diğer kontrol ve toplumsal baskı mekanizmalarından, diğer birçok farklı alandaki üretim sürecine göre, daha özerk bir üretim sürecinin içindedir. Bu özerkliğin en üst noktası, “sanat için sanat” anlayışıdır. Ancak bu özgürlüğün şekilsel olduğu da unutulmamalıdır. Sanat simsarları, satış rakamları, tiyatro salonu sahiplerinin tercihleri, bu simgesel ürünler pazarını güden etmenlerdir. Bourdieu’ya göre simgesel mamüllerin üretimi iki alt alanda gerçekleşir; kısıtlı üretim alanı, yani, kültürel mamüllerin üretiminin ve bunlara sahip olma mekanizmalarının bu alandaki üreticiler için nesnel olarak belirlendiği alan ve geniş ölçekli kültürel üretim alanı; kültürel mamüllerin, bunların üreticisi olmayanlara, yani kamuya yönelik olarak üretildiği alan (Bourdieu, 1993a, 115). Bourdieu, kısıtlı kültürel üretim alanının daha özerk olduğunu ve sansür mekanizması gibi dışsal baskılardan daha az etkilendiğini belirtmektedir. Oysa, geniş ölçekli kültürel üretim alanı, dışsal taleplerin boyunduruğu altındadır. Bourdieu, bu ayrımı, “üreticiler için üreticiler” ve “üretici olmayanlar için üreticiler” olarak sadeleştirir. Radyo, televizyon, sinema ve gazetecilik gibi daha büyük kolektif üretim alanlarıyla birlikte entelektüeller artık kendilerini geleneksel bağımsız üretimin getirdiği “karizmatik aura” ile çevreleyememekte, geleneksel kültürel üreticiden ayrılmaktadır (Bourdieu, 1993a, 130). Bourdieu, üretimin toplumsal koşullarının değişmesiyle birlikte radyo, televizyon ve gazetecilik alanlarında faaliyet gösteren kültürel üreticilerin, entelektüel proleteriyaya dönüştüğüne dikkat

çekmekte, siyasi konumlanışlarının üretimleriyle bir gerilim içinde var olduğunu belirtmektedir.

Bourdieu'nün entelektüellere biçtiği rol, merkezi konumdadır ve onları, iktidarın işleyişini sağlayan örtük rızanın gereksinim duyduğu, simgesel üretimin stratejik aktörleri olarak görür. Swartz (2013, 303), Bourdieu'nün entelektüellere atfettiği önemle, Gramsci'nin entelektüellerin grup kimliği oluşturmadaki rolü üzerine yazdıklarının benzerliğine dikkat çekmektedir. Gramsci, entelektüellere görece olarak daha olumlu bir rol biçer ve onları düşüncelerin kavramsal ve felsefi değerlendirmesiyle kitleleri örgütleyen bir uzmanlar topluluğu, kitleleri örgütleyen bir zümre olarak ele alır (1971, 334). Bourdieu ise, bu konumun bir simgesel sermaye biçimi olduğu anlayışından hareketle, entelektüellere zoraki bir misyon biçmez ve daha nesnel bir bakış açısı geliştirir. Entelektüel alan homojen değildir, içinde belirli gerilimler, hatta çatışmalar barındıran bir alandır. Bağımsız entelektüeller ile egemen kesimlere çalışan uzmanlar arasında bir karşıtlık mevcuttur. Böylesi bir karşıtlık, entelektüel alanda bir karmaşa hüküm sürdüğü ya da bu alanın ortak bir tartışma zemininden yoksun olduğu anlamına gelmez. Tam tersine Bourdieu, doksa kavramını devreye sokarak ortodoks ve aykırı görüşlerin, hangi konuların tartışılmaya değer olduğu konusunda bir mutabakat zemininde buluştuğunu belirtir (Swartz, 2013, 319). Doksa, giriş bölümünde de değinildiği gibi, Yunanca kanaat anlamına gelmektedir. Bourdieu bu kavramı, bireylerin farkında olmadıkları temel varsayımlar olarak açıklar. Bourdieu'ye göre, toplumsal hayat bilinç üzerinden değil, pratikler ve sistemler üzerinden çalışır. Doksayı kullanarak aslında (ideoloji gibi) bilgisine sahip olmadığımız birçok şeyi kabul ederiz (Bourdieu ve Eagleton, 1994, 268). Bourdieu'ye göre “yeni entellektüeller” yani doksozoflar, “siyaset sorunlarını iş adamları, siyasetçiler ve siyaset gazetecileriyle tamamen aynı terimlerle ele alırlar” (Bourdieu, 1992). Bourdieu, simgesel üretim alanında yer alanlarla siyasi alanın karşılıklı etkileşimini ve dil üzerinden işbirliğini “Ayrım” adlı kitabında şöyle irdelemektedir (2015, 668): “Egemen dil, kendileri de egemen dile mahkûm olan sözcülere başvurmaya ya da en azından, hatırlatma ve korkuluk işlevlerinin dışında, oyunu ne oynayabilen ne de ‘bozabilenlerin’ tek savunma mekanizmasını oluşturan rutinleşen ve rutinleştiren bir dili –amentü ve düstur üreten otomatik bir makina misali boşa dönen ve vekâlet verenleri deneyimlerinden ikinci kez yoksun bırakan bir dili – konuşmaya mecbur

bırakır”. Gazetecilik alanı, bizzat hem gazeteciler hem de onların piyasaya sunduğu kanaat teknisyenleriyle bu ilişkinin yeniden üretilmesini sağlamaktadır. Bu alan, Bourdieu’nün salt simgesel iktidar ve simgesel şiddetin tesisini ve yeniden üretilmesini değil, aynı zamanda doksa ve doksozofların (kanaat teknisyenlerinin) “sahte” entellektüelliklerinin sorguladığı bir alan olarak kariyerinin sonlarında, 1990’lı yıllarda, yoğunlaştığı bir alan olmuştur. Bu dönemde, Fransa’da özel televizyon kanallarının toplumsal ilişkilerde yarattığı dönüşüm, Bourdieu’nün çalışmalarını medya üzerine odaklamasına yol açmıştır. Bourdieu, modernliğin sonucu olarak toplumların yarı özerk ve uzmanlıklar çerçevesinde yapılanan eylem alanları şeklinde farklılaştığını belirtmekte ve bunu, önceki bölümlerde daha ayrıntılı biçimde değinilen, alan kuramında açıklamaktadır. Bu alanlardan biri de gazetecilik alanıdır¹¹. Gazetecilik alanı, kültürel alanın içinde yer aldığı şekliyle, genel iktidar alanının bir parçasıdır ve ekonomik ve kültürel sermaye birikimi yüksek faillerin etkisi altındadır. Benson’a göre (1998, 479), alan çözümlemesi, “makro-toplumsal” ve “mikro-organizasyonel” yaklaşımlar arasında bir köprü kurma amacı taşımaktadır ve Bourdieu bunu gazetecilik alanını iktidar alanına yerleştirerek dışsal etki ve güçlerin bu yarı özerk alanın mantığını nasıl etkilediğini araştırarak ortaya koyar. Medya iktidarı “kutsama” ile tesis eder; hangi olayın, kişinin, düşüncenin tartışılmaya/konuşulmaya/üzerinde düşünmeye değer olduğunu ortaya koyar. Gazetecilik alanı, her ne kadar siyaset ve ekonomi alanlarının denetimine tabi olsa da, aynı zamanda bu alanları da etkileyen bir güç haline gelmiştir. Medyanın elindeki bu güç, siyaset ve ekonomi alanlarının onun üzerinde daha fazla tahakküm kurma

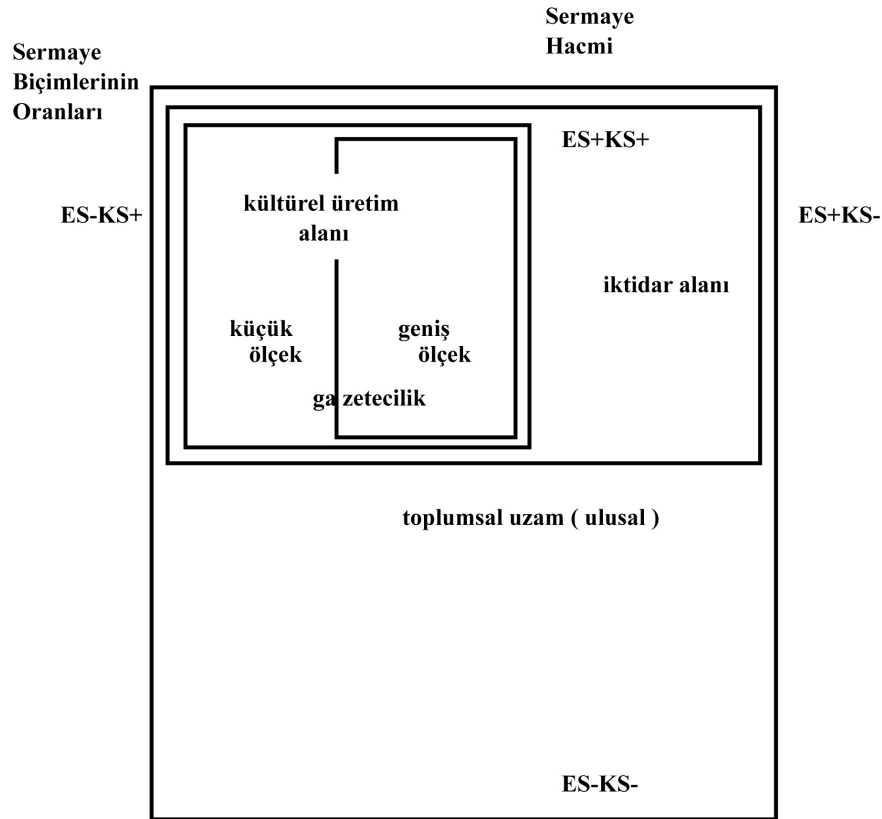
¹¹ Bourdieu medya sektörünü “gazetecilik alanı” olarak kavramsallaştırmaktadır. Dolayısıyla bu tanımlamadan salt gazeteler değil, aynı zamanda radyo ve televizyonlar da anlaşılmalıdır. Ancak bu alanda gazetelerde çalışanlar ile televizyonda çalışanların arasında, hem çalışma koşulları, hem de “ürünleri” çerçevesinde önemli farklar saptanabilir. Patrick Champagne (2005, 58-59), Fransa medyasında Le Monde, Libération gibi saygın gündelik gazeteler ile ulusal yayın yapan televizyon kanallarının gazetecilik anlayışları arasındaki farklara işaret eder ve ilk gruptaki gazetecilerin daha çok “meslek ilkeleri” ve “basın geleneği” üzerinden bir “iç meşruiyet” sistemine tabi olduklarını belirtirken, televizyon çalışanlarının reyting sistemi ile kamuoyunun görüşleri tarafından “değerlendirilen bir tür “dış meşruiyet” ilkesine göre ürettiklerini belirtmektedir. Champagne’in Fransız medyasına ilişkin saptamaları, Türkiye için de geçerlidir. Bazı gazeteler hala eski, yerleşmiş habercilik kuralları çerçevesinde haber üretmeye özen göstermektedir (Cumhuriyet, BirGün gibi). Bu özeni hayata geçirebilmelerini sağlayan bir özellik sermaye yapıları ve ekonomik özerklikleridir (gazetecilik sektörü televizyon sahipliğiyle kıyaslandığında hala –görel olarak- düşük maliyetler nedeniyle ekonomik alanın baskısını üzerinde daha az hissetmektedir. İki mecra arasında üretimin gerçekleştirildiği “zaman baskısı” arasında da önemli bir fark vardır. Her saat başı haber bültenlerini beslemek zorunda kalan televizyon habercileri üzerinde çalıştıkları çoğu haberde gazeteciler kadar derinleşebilme olanağı bulamamaktadırlar. Televizyonların haber merkezlerinde çalışan gazeteciler, birer haber kaynağı olarak günlük gazeteleri okumadan güne başlamamaktadır. Çoğu zaman da televizyon haberi “geliştirilmiş”, “yeni bir boyut eklenmiş” gazete haberinden öteye geçememektedir.

arayışına girmesine yol açar. Her medya kuruluşunun kutsama gücü, onun gazetecilik alanındaki yeriyle doğru orantılıdır (Benson, 1998, 469).

Bourdieu, özellikle üç alanın; siyaset, sosyal bilimler ve gazeteciliğin, birbirine benzediğini belirtmektedir. Ona göre, sosyologlar, tarihçiler, siyasetçiler ve gazeteciler olayları görünür kılan ve söylem üreten profesyoneller olarak iki noktada ortaklaşırlar: Evrensel zihin yapılarının dayattığı görme ve bölme ilkeleri çerçevesindeki bakış açısını sağlayan ilkeleri belirleme ve bu ilkelerin toplumsal dünyanın inşası noktasında meşruiyetini sağlamak adına kendi alanlarında verdikleri mücadele (Bourdieu, 2005, 37). Bourdieu'ya göre, gazetecilik alanının özellikle toplum bilimleri, felsefe ve edebiyat gibi kültürel üretimin yapıldığı alanlar üzerinde güçlü bir etkisi vardır (Bourdieu, 2005, 41). Her alanda olduğu gibi gazetecilik alanında da ekonomik ve kültürel sermayelerin farklı bir bileşimi, yer yer karşıtlığı, söz konusudur. Ekonomik sermaye, tiraj, reklam gelirleri ve reytingler; kültürel sermaye ise “başarılı gazetecilik” faaliyeti olarak sınıflandırılabilir simgesel ürünlerde ifadesini bulmaktadır (Benson ve Neveu, 2005, 4). Gazeteciler, alanın içinde bu ikilemi farklı gerilim derecelerinde hissetmektedirler. Bir yandan işlerinin gerektirdiği entelektüel çabayı sergileyebilme olanağı, bir diğer yandan da alanı baskılayan ekonomik kâr arayışı ve siyasi pozisyon alma çağrılarının gölgesinde yürütürler çalışmalarını. Bourdieu'nün yakın çalışma arkadaşı Patrick Champagne, gazetecilik alanının, simgesel malların kitle pazarı mantığına yakın işlediğini belirtmektedir. Champagne'e göre (2005, 55), gazeteciler; sanatçılar, bilim insanları, yazarlar gibi özel dergilerde ya da tirajı çok yüksek olmayan yayınlarda yazarak, kamunun daha kısıtlı bir bölümüne seslenen kültür üreticileriyle aynı kefeye konamaz. Bu alandaki simgesel mamuller, daha çok harici bir talebin karşılanması çabasıyla güdülmektedir. Ekonomik alanın dayattığı reyting sisteminin özellikle televizyona etkisi (gazeteler üzerindeki baskısına benzer şekilde) bu alanın özerkliğini her geçen gün azaltmaktadır.

Gazetecilik alanı öncelikle kültürel üretim alanında yer almaktadır. Simgesel üretimin yapıldığı bu alan ise iktidar alanının bir parçasıdır. İktidar alanı toplumsal sınıflar alanının egemen bölümünde temsil bulur. Kültürel üretim alanı, daha önce değinildiği gibi kısıtlı üretim ve geniş çaplı üretim olarak ikiye ayrılmaktadır. Sıradaki şemada görüldüğü üzere bu tür üretim, ekonomik kutba kültürel kutuptan

daha yakındır. Gazetecilik alanı büyük oranda geniş çaplı kültürel üretim alanının içindedir. Tabloda soldan sağa gidildikçe, ekonomik sermaye kültürel sermayeye oranla artmaktadır. Aşağıdan yukarı çıkıldıkça ise ekonomik ve kültürel sermayenin toplam hacmi de artmaktadır.



Şekil 1.1. Gazeteciliğin yapısal konumu (Kaynak: Benson, 1998, s. 466).

Gazetecilik alanında da işleyişi mümkün kılan ve alanı yeniden üreten bir doksa vardır; bu neyin haber olup olmadığı, neyin tartışmaya açılacağı, ne kadar yazılıp konuşulabileceği ve bu sürecin nasıl bir “dil” ile yürütüleceği gibi telaffuz edilmeyen (ancak sıklıkla güncellenen) bir yazılı ya da sözlü olmayan kurallar, inançlar bütünüdür. Ancak bu doksayı belirleyen, mesleğin tarihsel birikime dayalı kültürü kadar toplumdaki egemen siyasi ve ekonomik sermaye birikiminin yapısıdır. Bir yıl önce “haber” değeri görülen bir konu bir yıl sonra “önemsiz” ilân edilebilmektedir. Bu tutumda ağırlıklı olarak belirleyici olan, gazeteciliğe ilişkin değer yargılarının değişimi değil, bu alan üzerine hegemonik yapının dayatmalarıdır. Ayrıca üniversite mezunlarının her geçen gün artan sayısı, Bourdieu’nün, Marks’ın

yedek işgücü kavramına referansla, belirttiği gibi bir “kültürel yedekler ordusu” yaratmakta, güvencesiz çalışma koşulları ve kısa süreli sözleşmeler de bu alanın içindekilerin ekonomik ve siyasi sansür mekanizmalarına daha açık hale gelmesine yol açmaktadır. Ancak, gazetecilik alanı, salt onu çevreleyen alanların (ekonomik, siyasal akademik vs.) etkisi çalışılarak anlaşılamaz. Bu farklı alanların gazetecilikle etkileşimi kadar, bu alanın içinde yer alan kişi ve kurumların özellikleri de çözümlenmeli ve bunların birbirleri üzerine etkileri ele alınmalıdır. Televizyon tartışma programlarında ise farklı alanlar birbiriyle “konuşur” haldedir. Konuk profiline göre bazen siyaset, bazen akademi, bazen de ekonomik alan gazetecilik alanının içinde temsil bulmaktadır. Ancak bu alanın temsilcileri, gazetecilik alanına girdiklerinde Bourdieu’nun Televizyon Üzerine (2000) kitabında değindiği gibi birer “*fast thinker*”, bu tez bağlamında anıldığı şekliyle kanaat teknisyenine dönüşmekte, gazetecilik alanının doksalarını da içselleştirmektedirler. Kanaat teknisyenleri, ekran süreleri arttıkça, “oyunun” içine dahil oldukça ve kurallarını içselleştirdikçe gazetecileşmeye başlayan meslek temsilcilerine; örneğin hukukçu gazeteci, akademisyen gazeteci, emekli güvenlik mensubu gazeteci, gibi rollere bürünmektedirler. Bu bağlamda, gazetecilik alanı aslında alana dışardan dahil olduğu halde bu alanın oyuncusu haline gelen bu kanaat teknisyeni uzmanları da kapsamaktadır.

Gazetecilik alanını, siyaset alanından ayrı düşünmek mümkün değildir, önemli olan, bu alanların etkileşimini, birbirleri üzerine etkilerini ve nasıl ve hangi mekanizmalarla iç içe geçtiklerini çözümlenektir. Bourdieu “Televizyon üzerine” adlı kitabının önsözünde (1998c, 2), bunu aslında gazetecilik alanını ve gazetecilerin özel çıkarlarını da oluşturan siyaset alanına has bakışın, yine gazetecilik alanı tarafından nasıl üretilip, topluma nasıl dayatıldığını anlama çabası olarak nitelendirmektedir. Gazeteciler, siyasetle ilişkilerinde oldukça etkili olsalar da bu alanın özerk üyeleri değildir. Etkileri, siyasetçilere kendilerinin elde edemeyeceği bir simgesel destek vermek üzerine kuruludur. Bourdieu’ya göre, televizyonlardaki siyasi içerikli tartışma programları da sıkıcı olmama ve ne pahasına olursa olsun eğlenceli olma çabasından hareketle, bu özellikleri taşımayan siyasi tartışmayı ekrana taşıyabilmek için özel olarak yapılandırılmaktadır. Bunun bir aşaması sunucu seçimi, bir diğer aşaması da “onaylanmış” konukların seçiminde gerçekleştirilmektedir. Swartz’ın da belirttiği gibi “alanlar sıkı sıkıya bağlı ilişki

konfigürasyonlarıdır” (2013, 176). Dolayısıyla gazetecilik alanındaki bir konumda (sahiplik yapısı, yöneticilik vs.) yaşanan değişim, diğer bütün konumlar arasındaki sınırları kaydırır. Bu çerçeveyi ortaya koymak için bir sonraki bölümde öncelikle Türkiye’deki siyaset alanındaki durum ortaya konacak ve bu bağlamda önce siyaset alanının gazetecilik alanına ne kadar egemen olduğu (ya da medya alanının özerkliği) sorgulanacak, ardından da daha mikro bir ölçekte; televizyon tartışma programlarındaki yapıya odaklanılarak güncel gazetecilik alanının çözümlemesi yapılacaktır.



3. TÜRKİYE’DE İKTİDAR MEDYA İLİŞKİLERİ

3.1. İktidarın simgesel sermayesi ve “Erdoğanizm”

AKP kendisini “siyasetin merkezinde konumlanan muhafazakar-demokrat bir kitle partisi” olarak tanımlamaktadır¹². Özelde partinin kurucu lideri olan Recep Tayyip Erdoğan, genelde ise partinin ideolojik duruşu ve söylemi üzerine ise partinin kurulduğu 2001 yılından beri kapsamlı tartışmalar yürütülmekte, çalışmalar yapılmaktadır. Bu konunun dinamik bir analiz alanı olmasının en önemli nedeni, kuşkusuz partinin iktidara gelmesinden sonra geçen yıllar içinde atılan siyasi adımların ve bu icatlar çevresinde üretilen söylemlerin yer yer değişim geçirmesi, sıklıkla da birbiriyle çelişmesi yer almaktadır. Açıknel (2013, 18), bu uzun dönemde iktidarın “otoriter ve liberal, Doğu ve Batı, özgürlük ve sansür, rekabet ve kayırmacılık kutupları arasında durmadan konum değiştirdiği” saptamasını yaparak çelişkili ve hatta kendi pratiğini yer yer çürüten söylemler ürettiğini belirtmektedir. Recep Tayyip Erdoğan ve AKP’nin, bu çalışmanın kapsadığı dönem itibarıyla, partinin kurulduğu 2001 ve iktidara geldiği 2002’deki söylemlerinden bazı konularda hayli uzaklaştığını, bazı alanlarda da daha uçlara kaydığını saptamak mümkündür. Ancak değişmeyen bir şey vardır. O da AKP ve başta Recep Tayyip Erdoğan ve genel başkanlığa gelen diğer isimlerin ana ideolojik damarlar olarak İslamcı, muhafazakar ve milliyetçi akımlardan beslendikleridir. AKP, Türk sağının bu üç bileşeninden de kendisine söylemler ve simgeler ayıklayarak pragmatik şekilde birini ya da ötekini seçmekte, öne çıkarmaktadır (Saraçoğlu, 2016, 256). Bu bağlamda, varılan noktada partinin siyasal eğilimlerini tekil bir ideoloji kategorisi üzerinden tanımlamak güçtür. Kamuoyunda ve akademik literatürün hatırı sayılır bir kısmında “İslâmcı” ya da “siyasal İslâmcı” gibi ifadeler sıkça kullanılsa da bunların da belirli açılardan sorunlu olduğu ifade edilebilir. Ruşen Çakır kurucusu ve yöneticisi olduğu “medyascope.tv” internet sitesinde 2017 yılının ilk ayında AKP’nin ideolojik

¹² https://www.akparti.org.tr/site/akparti/2023-siyasi-vizyon#bolum_ (Erişim tarihi: 12.12.2016).

yönelimini sorgulayan yayınlara yer vermiştir¹³. “Başkanlık sistemi” ya da “Cumhurbaşkanlığı sistemi” olarak adlandırılan Anayasal değişikliğin gerçekleştirilmesi için bir referandumun planlandığı dönemde yapılan bu yayınlarda, Çakır özetle, AKP’nin temsilcisi olduğu siyasal İslâmcı hareketin iktidarda geçirdiği yıllar boyunca geçmişten taşıdığı bir çok ilkeyi eski kurucu kadroları ve entelijansiyasıyla birlikte tasfiye ettiğini ve sistem karşıtı söylemle yola çıkmalarına rağmen sistemi ele geçirip konsolide ettiklerini iddia etmekte ve bu süreci “Türkiye İslamcılığının iflası” olarak nitelendirmektedir. Tayfun Atay da (2017, 184-185), AKP ve lider kadrosunun gençliklerinde ve ardından siyasi hayata atıldıklarında İslamcı kulvarda seyretseler de zamanla, sosyal ve kültürel zeminde dinselliğin yaygınlaştığı, ancak siyasal-hukuksal zeminde İslamcı ideolojik iddiaların geçersizleştiği bir “post-İslâmist” ekonomik-politik çizgiye oturduklarını ifade etmektedir.

AKP'nin bir merkez partisi olup olmadığı sorusuna da uzun yıllardır yanıt aranmakta ve iktidarının her bir evresinde verilen yanıtların yönelimi farklılaşmaktadır. Ancak Tanıl Bora'ya göre (2016, 26), AKP'yi geçmişteki diğer merkez sağ partilerden ayıran önemli bir özellik vardır; burada milliyetçi-muhafazakar ve İslamcı malzeme ödünç ya da emanet alınmış değil, partinin organik bileşimidir. Türk sağı üzerine dışarıdan ve özellikle “soldan” bakışla yapılan çözümlemelerin üzerinde uzlaştığı nokta, sağın ana ideolojik vurgusunun yıllar içinde etnik milliyetçi bir tondan İslamcı tona kaydığı yönündedir. Türk-İslam milliyetçiliği zamanla “Türklüğü koruyan İslam anlayışından, İslamı koruyan Türklük anlayışına” savrulmuştur (Açıkel, 2016, 32). İkinci Dünya Savaşı sonrası, egemen sınıfların, Türkiye’nin jeopolitik önemi üzerinden dünya kapitalist sistemine eklemlenebilmesinin ideolojik, siyasi boyutu antikomünizmdir ve bu süreçte antikomünizmle milliyetçilik ve dinselleşme iç içe geçmiştir. Başlarda seküler bir karakter taşıyan Türk sağı, soğuk savaşın ilerleyen yıllarında gitgide İslami bir tona bürünmüştür (Yaşlı, 2016, 16). Tanıl Bora da, 1940'lardan itibaren milliyetçiliğin İslamcılıkla buluşmasının, 50'li ve 60'lı yıllar boyunca “mayalandığını”, Devleti

¹³ <http://medyascope.tv/2017/01/12/bir-buyuk-iflas-olarak-turkiye-islamciligi/> (Erişim tarihi: 03.02.2017). Ayrıca Çakır’ın Menderes Çınar’la söyleşi de benzer saptamalar içermesi açısından önemlidir: <http://medyascope.tv/2017/01/25/akp-dun-bugun-yarin-prof-menderes-cinar-ile-soylesi/> (Erişim tarihi: 03.02.2017).

kutsal sayan Türk töresi ile devlet yöneticisine itaati emreden din bilinci arasında köprüler kurulduğunu belirtir. Artık milliyetçi-muhafazakar söylem, iktidar alanının başat kimliği haline gelmiş ve 1980'ler itibariyle din, asayiş ve devlete sadakati güçlendirici bir bileşken olarak resmi ideolojinin ayrılmaz bir parçası olmuştur (Bora, 2015, 126-127). Kısacası, Cumhuriyet'in ilk yıllarında açıkça laik bir çizgide seyreden, ardından 1940'lı yıllarla birlikte İslamileşmeye başlayan ana milliyetçi akımlar için Türkçülük bir yan tema olarak kalmaya başlamıştır.

Bu noktada dikkat çeken bir diğer unsur da İslâmcı hareketlerin siyasetin meşru merkezine yaklaştıkça gerek ulusal, gerek küresel düzenin kurallarını benimsemeye yatkın hale gelmeleridir. Modernleşme karşıtı söylem geliştiren sağ hareketler, modernitenin araçlarını kullanarak aslında dolaylı yoldan modernist söylemi yeniden üretirler. Çünkü modernleşme sağ siyaset için kritik önemde olan devleti, önceki çağlara göre çok daha muktedir kılmaktadır ve devletler arası rekabeti teşvik etmektedir (Yaşlı, 2016, 133). Türkiye'de 1980'li yıllarda İslâmcı düşünce, bir ütopyacı canlanma yaşamış ve modernliği aşmaya dair anti-modernist bir özgüven geliştirmesine rağmen aslında mevcut sistem içinde merkezi bir konum arayışına yönelmiştir. Kısaca hedeflenen, sistemi aşmak değil, onun içinde yer edinmektir (Taşkın, 2012, 6). Dolayısıyla “Özal'lı yıllarda” daha önce pusulası kalkınmacılık olan ve ekonomik gelişme rotasını ulusal sanayi hamlesi üzerinden çizen İslâmcılık, piyasa toplumuna eklemelenmede zorlanmamıştır (Bora, 2015, 128). Ancak 2001 ekonomik krizinin faturası geniş kesimler tarafından o sırada siyasetin aktif aktörleri olarak görülen parti ve liderlere kesildiğinde, AKP yeni bir sağ seçenek olarak kriz konjonktürünü avantaja çevirebilmiştir. AKP, 28 Şubat sürecinde darbe alan siyasal İslâmcı hareketin, kendini yenilikçi olarak sunan kanadının sermaye, sistemin temel kurumları, ABD gibi güç odakları ve IMF programlarıyla daha uyumlu kanadı olarak ortaya çıkacaktır (Saraçoğlu, 2016, 246). Artık bu dönem İslâmcılığında, kapitalizmi nihayete erdirmek değil, hidayete erdirmek hedeflenir olmuştur (Atay, 2017, 187). Bu aslında biraz da zorunluluktan kaynaklanmaktadır; tanımlanan çizgi “genç ” hareketin hem ülkedeki egemen sınıflar, hem de uluslararası güç odakları nezdinde akredite olabilmesi için bir ön koşuldur. Dolayısıyla ilk dönemde Batı ile ilişkilerde milli görüş geleneğine göre çok daha ılımlı, hatta AB üyeliği projesini sırtlayan bir muhafazakar demokrat siyasi hat tariflenmektedir.

İktidarı süresince AKP'nin kendisinden önce başlatılan ve IMF/Dünya Bankası rehberliğinde ilerleyen ve emek lehine ödün verme anlayışını tamamen tasfiyeyi öngören ekonomik programı ödünsüz sürdürdüğü dikkat çeker. AKP'nin tek parti yönetimi, sermayenin genel çıkarlarıyla barışık bir hat izlemiştir (Boratav, 2015, 46). Buğra ve Savaşkan (2014, 113), AKP'nin ekonomik liberalizme bağlılığının delilinin özelleştirmeye yaklaşım olduğunu belirtirler. Özelleştirmenin önündeki bürokratik engellerin kaldırıldığı yasal değişikliklerin de yapılmasıyla birlikte örneğin 2005 ve 2006 yıllarında elde edilen özelleştirme gelirleri önceki yirmi yılda elde edilenin iki katından fazladır. İktidarda sadece bir yıl tutunabilen “milli görüş lideri” Necmettin Erbakan’ın aksine AKP, neoliberal iktisat politikalarının önündeki tüm bariyerleri kaldırmaya yönelmiş, devletçiliği çağrıştıran her şey, bu ilk dönemde terk edilmeye başlanmıştır (Savran, 2014, 90). Keza “muhafazakar, Müslüman burjuvazi” de kendisini yeni kapitalist ortama uyarlamakta zorluk çekmemiştir (Buğra, Savaşkan, 2014, 45). Artık yerleşik burjuvazi ile rekabete girişmeye hazır, hükümetin sunduğu imkanlarla yoksun oldukları devlet desteğini de elde ederek sermaye birikimlerini geliştirecek “Anadolu kaplanları”nın dönemi başlamaktadır.

Zamanla siyasetteki güç konsolide olmaya başladıkça, iktidarın Türkiye’deki yerleşik düzenin birçok kurumuyla olduğu gibi, “muhafazakar burjuvazi” ile rekabeti kızışan iş dünyasının yerleşik güç odaklarıyla da bir gerilim ortaya çıkmaya başlamıştır. AKP ile Türkiye’deki büyük sermaye çevrelerinin geleneksel başat kuruluşu TÜSİAD arasındaki gerilim, iktidarın kapitalist sistemin dinamiklerine karşı çıkmasından değil, sermaye birikimi kurallarının belirlenmesinde devletin müdahale alanının (yeniden) tanımlanmasında ve yeni sermaye gruplarının rant pastasından ne kadar yararlanacağı üzerinedir. Ekonomi alanındaki bu kutuplaşma ve “kendi sermayesini” yaratmaya dönük hamleler yargı, milli savunma – güvenlik ve eğitim gibi birçok diğer birçok alanda da müdahaleci politikaların devreye girmesiyle ve kutuplaşmanın toplumsal ölçüde giderek artmasıyla paralel gitmiştir. Partinin 2002’den beri girdiği seçimlerde oy oranını düzenli olarak artırması sonucu seçimlerde %47 ile birkez daha iktidar olunan 2007’den sonra adeta yeni bir evreye geçilmiştir. Sungur Savran da (2014, 114), AKP-TÜSİAD arası gerilimin miladı olarak 2007 yılına işaret etmektedir. 21 Eylül 2007 tarihindeki TÜSİAD Yüksek İstişare Konseyi toplantısında hükümete salt ekonomi alanında değil, laiklik

konusunda da o güne kadarki açıklamalarla kıyaslandığında sert sayılacak eleştiriler yöneltmiştir. Ancak bu Erdoğan'ı geriletmemiş tam tersine Arzuhan Doğan Yalçındağ'ın TÜSİAD Başkanı olduğu bu dönemde, medyada etkili gücü olan Doğan Holding'in devletten talep ettiği ihaleleri engellenmeye başlanmış ve son olarak da 2009 yılında holdinge kesilen 1 milyar liralık vergi cezasıyla sadece iktidar-medya ilişkilerinin değil, aynı zamanda iktidar-iş dünyası ilişkilerinin iplerinin de artık iktidarın elinde olduğu mesajı verilmiştir.

2002-2007 konjonktürünün sona ermesiyle birlikte “tutarlılık, diyalog, ikna ve rıza” ilkesine göre değil; aksine “güç gösterisi, tehdit, pazarlık ve öngörülemezlik” ilkesine göre siyaset izlenmeye başlamıştır (Açıkel, 2013, 18). Bunun en önemli sebeplerinden biri, Cumhurbaşkanı'nı halkın seçmesi ve hemen arkasından Cumhurbaşkanı-hükümet ilişkilerinde teamüllerden uzaklaşarak “parlamente sistemin bekleme odası'na alınması” üzerinden “Türk tipi” bir başkanlık sistemine geçme çabası olarak değerlendirilebilir. Türkiye’de sağ seçmen oylarının sol seçmen oylarına baskın olduğu görüşü üzerinden iki turlu bir liderlik seçiminin galibinin, sağ seçmeni (ikinci turda tek aday altında olsa dahi) konsolide eden aday olacağı anlayışı, AKP’nin sert bir kutuplaştırma siyasetinin gerekçesi olarak anlaşılabilir. Bu noktadan hareketle, iktidar stratejisini, artık İslami muhafazakarlığa ve milliyetçiliğe güçlü bir referans vermeyen hiçbir adayın Cumhurbaşkanlığı / Başkanlık seçiminde başarılı olamayacağı kabulü üzerine kurmaktadır (Açıkel, 2013, 21). Recep Tayyip Erdoğan ve AKP, 2017 yılına gelindiğinde, yükselişini borçlu olduğu üç “flörtünden” de ayrılmıştır artık; liberaller, “Cemaat” ve Kürtler yeni hegemonya projesinde dost safından düşman safına geçmiştir (Atay, 2017, 192). Dolayısıyla, söylem düzeyinde sürekli tahkim edilen İslâmcılık, milliyetçilik ve muhafazakarlık olmaya başlamıştır.

AKP’nin Kürt sorununa ilişkin siyaseti ve peş peşe sıralanan birbirinden taban tabana zıt söylemler de burada ayrı bir şekilde ele alınmaya değer. İktidarın ilk yıllarında Kürt sorunu da türban özgürlüğü gibi muhafazakar kesimin mevcut sistemle gerilimli gündem maddelerinin “demokratikleşme” adıyla AB projesine eklemlenme gerekçesiyle tartışmaya açılan başlıklardan biriydi. Saraçoğlu (2016, 269), AKP'nin bugüne kadar Kürt politikasını birbiriyle bağlantılı olduğunu söylediği üç anlayışı sıralayarak inceler; “bölgeye yapılan hayırseverlik

faaliyetleriyle rıza inşa etme çabası, Kürt kimliğinin varlığının tanınmasına yönelik kimi adımlar atmak suretiyle Kürtlerin AKP'nin sağ hegemonya projesine entegrasyonu ve Kürt hareketinin sadece askeri değil, siyasal ve ideolojik olarak da tasfiyesi ". Başta Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere AKP'nin önde gelen isimleri Kürt sorununa ilişkin "çözüm sürecini" yürürlüğe koyarken pratik siyasi ve diplomatik gerekliliklerden yola çıkmalarına rağmen İslamcı gelenekle bağdaştırmada zorluk çekmezler. Bu süreçteki "AKP milliyetçiliğinde" millet kategorisi etnik bir temele dayandırılmaz, bu kavram ana eksenini Müslümanlığın oluşturduğu bir ortak kültür rabitasıyla tanımlanmaktadır (Saraçoğlu, 2016, 267). Başta Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere Adalet ve Kalkınma Partisi'nin kurucu kadrosu ile iktidar yolculuğu boyunca parti yönetiminin çerperinde kümelenen kadroların çoğunun adeta "ideologu" olan¹⁴ Necip Fazıl Kısakürek'in bu tarz bir "milliyetçilik" üzerine görüşleri aslında AKP kadrolarının da Kürt sorununa yaklaşımlarını ortaya koymak bakımından önemlidir. Müslümanlığı, Türklükten daha başat bir kimlik olarak tanımladığı sözlerinde gerektiğinde Türklüğün de "devreye sokulabileceğini" şu ifadelerle ortaya koymuştur: "... Irk meselesi şuradan doğabilir ki, arnavutu, çerkezi, kürdü, hepsi müslüman olarak nazarımızda müsaviyken, bunlar kendilerini İslamiyet dışı bir nisbetle bizden koparıp da infirada, ayrılmaya doğru giderlerse o zaman herbirinin, arnavutluğu, çerkezliği, kürtlüğü ayrıca kabahat olur. İşte o zaman Türklük girer araya" (Kısakürek'ten aktaran Bora, 2015, 130).

Bu perspektiften bakıldığında tasfiye sürecini tetikleyen, Kürt (siyasi) hareketinin, AKP'nin hegemonya projesi karşısında "ulusallık " içeren bir siyasi eylem kategorisi kurması ve sol/seküler kimliğidir (Saraçoğlu, 2016, 276). Bu farklı konumlanma Erdoğan'ın "başkanlığa" yöneliminde en dikkat çekici barikatlardan biri olarak HDP'nin %13,1 oranında oy alarak 80 milletvekili çıkardığı 7 Haziran 2015 seçimleri öncesi, kampanyasının merkezine "seni Başkan yaptırmayacağız" söylemiyle zirveye çıkan bir "tehdit" algısı oluşturmuştur. Kürt siyasi hareketinin

¹⁴ Recep Tayyip Erdoğan konuşmalarında sık sık alıntılar yaptığı Necip Fazıl ile ilgili yaptığı, 10 Aralık 2016'da düzenlenen 3. Necip Fazıl Kısakürek Ödül Töreni'nde yaptığı konuşmada: "...onun davasını, bize kazandırdığı bütün hasletleri genç nesillere çok iyi anlatmalıyız" ifadelerini kullanmıştır. Kaynak: <http://aa.com.tr/tr/gunun-basliklari/cumhurbaskani-erdogan-15-temmuz-bir-mill-i-sahlanistir/703474> (Erişim tarihi: 12.12.2016).

desteğini alamayan Erdoğan, milliyetçi söylemlerinin dozajını da artırdığı bir sonraki süreçte, bu bölümde daha önce de değinildiği üzere, zaten giderek İslamcı değerleri içselleştirmeye başlamış milliyetçi siyaseti safına katmıştır. Ancak burada dikkat çeken, söylem düzeyinde İslami referansların baskın olmasıdır.

Türk sağının iki akımının son dönemdeki rabıtası da Osmanlı'ya verilen referanstır. Türk sağında Osmanlı Devleti, “küçük bir aşiretten cihangirane bir devlet” haline gelmeyi başarmış bir tecrübe olarak Türk-İslam “medeniyetinin” zirvesi olarak algılanır (Özta, 2016, 441). “Osmanlı kùltü”nün araçsılaştırılması “çözüm süreci” sırasında etnik milliyetçi olmayan ancak ümmetçi bir yönetim yapısına öykünme şeklinde devreye sokulmuşken, son dönemde “milli devlet” vurgusunun bu formùldeki dozajı git gide artırılmıştır. Ancak söz konusu olan “Devlet”in gücü olduğunda yine birbirine zıt argümanlar, iktidarı tahkim etmek için değışmeli olarak kullanılmaktadır. Devlet, Türkiye’de sağın algı evreninde hem sürekli düşmanlarla çevrili, kurtarılmayı ve korunmayı bekleyen, hem de güçlü ve büyük olarak konumlandırılabilen bir çelişkinin odağındadır. Özta’a göre (2016, 429), bu bir paradoksal duruma değil, karşıt iki savın birbirini tamamlayarak, siyasal aktörler ve kitlelerin farklı şekillerde yararlandığı sosyo-politik bir rahatlama ve kolaycılığa işaret etmektedir. “Başkanlık” ya da “Türk tipi Cumhurbaşkanlığı” tartışmalarında bu sistemin destekçilerinin Osmanlı’daki güçlü devlet adamlığı yapısına referans vermesi de dikkat çekicidir. Bu vurgu sadece iktidar mensupları ya da destekçileri tarafından değil, muhalifler tarafından da yapılmakta ve tartışılan sisteme eleştirisi “padişahlık geri geliyor” vurgusu üzerinden de yürütölmektedir.

Osmanlı’ya verilen referanslar, ağırlıklı olarak, çok milletli, kozmopolit bir toplum yapısı yerine, “güçlü devlet” vurgusu taşımaktadır. Buradaki devlet vurgusunda ise (kozmpolitliğe bir antitez olarak) halifelik makamını bünyesinde bulunduran ve “İslâm ümmetinin” koruyucusu olan bir anlatı inşası tercih edilmektedir. Son dönemin ruhuna uygun olarak Osmanlı öykünmesinin çapı ve boyutları da değışmekte, revize edilmektedir. Başta, Balkanlar, Kafkasya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika’da bir etki alanı tesisi için başvuru olan bir referans olan Osmanlı, son dönemde Misak-ı Milli sınırları ve Lozan Anlaşması’yla elden çıkarıldığı iddia edilen 12 adalar, Musul gibi nüfuz alanlarına yapılan referanslarla anılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla, kısa süre öncesine kadar “pan-İslâmist” bir söylem

çerçevesinde inşa edilen Osmanlı tahayyülü, son dönemde “milli birlik ve beraberliğin tesisi” ve sınır ötesi operasyonların meşrulaştırılması için bir araç için devreye sokulmuştur. Fethi Açıkel, “dönemsel fırsat ve imkânlar karşısında hızla biçim/söylem değiştiren, kendisini anlık zamanın gereği ile özdeşleştiren bir zihinsel refleks; bir tür yüzeysel aşırı-dönüşüm sorunundan (hiper-transformasyon)” mustarip olarak tanımladığı AKP’nin çizgisindeki dönüşümü, üç farklı döneme ayırarak incelemektedir. İslâmi liberalizmi, pan-İslâmist popülizm izlemiş, ve Ortadoğu’da İhvan - Müslüman Kardeşler eksenli ve başını AKP’nin yönettiği Türkiye’nin çektiği ittifak olanağı ortadan kalktıktan sonra yine egemen tonunu İslamcılığın belirlediği belli bir “içe kapanma ve mevcut ittifakları gözden geçirme” stratejisi uygulanmaya başlanmıştır. Açıkel (2016, 31-32) “AKP’nin İslami milliyetçiliğini” tetikleyen bu son süreçte salt “pan-İslâmist” projenin başarısızlığa uğramasının değil, aynı zamanda Batı’nın “ılımlı İslam” projesinden desteğini çekmeye başlaması, Türkiye’de –özellikle Gezi olayları ile başlayan süreçte – artan otoriter uygulamalara karşı Batı’dan verilen tepkiler, özellikle Suriye’de IŞİD’e karşı verilen mücadelede Erdoğan ve hükümetin ısrarlı uyarılarına rağmen PKK ile bağlantılı PYD’ye uzunca bir süre ABD tarafından verilen destek ve son kırılma noktası olarak da 15 Temmuz darbe girişimi ile ABD (ve CIA gibi kurumların) bulunduğu dönük genel kabulün yattığını belirtir.

Gelinen noktada, komünizmle mücadele dernekleri çatısı altında örgütlenen ve Amerikan 6. Filosunu protesto eden sol gençlik örgütlerine saldırılar düzenleyen derneklere ve o hareketlerin fikir önderlerine bağlı siyasi hareketlerde politize olan iktidar temsilcileri, konjonktürel olarak “Amerikan karşıtı” söylemi sıkça kullanır olmuş, Batı’ya karşı Rusya ile ittifakın önemi ve değeri her geçen gün daha da fazla vurgulanmaya başlanmıştır. Ancak –başından beri vurgulandığı üzere- bu çalışmanın kapsadığı dönemi izleyen dönemlerde bu siyasi tercihin değişmeyeceği yönünde bir garanti de bulunmamaktadır.

Tüm bu görüşler ışığında denilebilir ki Recep Tayyip Erdoğan ve AKP kurmaylarının iktidarın ilk yıllarından itibaren belki de en tutarlı rotaları, toplumsal hayatta adım adım artırdıkları muhafazakarlaşma yönünde izledikleri olmuştur.

Başta “başörtüsü serbestisi” gibi temel hak ve özgürlükler tanımı üzerinden “tabanın” uzun zamandır talep ettiği düzenlemeler yapılmış, daha sonra bazı AKP’li

belediyelerde kafe ve restoranlarda alkol satışının yasaklanması, yer yer kamu çalışanlarının mesai saatlerinin Ramazan ayında iftara göre düzenlenmesi yönünde uygulamalara geçilmiş, son dönemde ise birçok resmi toplantı ve açılış töreninin Kur'an tilavetiyle açılması protokolün değişmezleri arasına girmiştir. Bu noktada belki en dikkat çeken örnek, 15 Temmuz darbe girişiminin yaşandığı saatlerde, Cumhurbaşkanı televizyonlara bağlanarak halkı sokaklara davet ederken, camilerden kesintisiz olarak ezan ve sela okutulmasıdır¹⁵.

İktidarın etki alanı genişledikçe sadece milli eğitim politikaları ya da AKP'nin sivil toplumda gittikçe güçlenen İslâmi ağ ilişkileri üzerinden değil; klientalist politikalarla muhafazakar kesimlerce devralınan medya grupları ya da iktidarın gücü karşısında laiklik hassasiyetlerinin çıtasını günden güne indiren medya gruplarının da İslâmi ve muhafazakar referansların taşıyıcısı haline gelmesiyle, muhafazakar norm ve değerler daha geniş kesimler tarafından içselleştirilmeye başlanmıştır. Ancak bu dönemde simgesel sermaye, Kürt sorununa ilişkin tutumda olduğu gibi, toplumun laik kesimleri konusunda da muhalif seslerin içerilmesiyle değil, dışlayıcı bir anlayışla tahkim edilmektedir (Hoşgör, 2014, 313). Tüm bu bağlam çerçevesinde oluşan krizleri göğüsleyebilmek adına, otoriterliğin ve simgesel ve fiziksel şiddetin dozajı her geçen gün daha da artmıştır. Zafer Yılmaz'ın (2016, 44) "plebisiter otoriterliğin" inşası olarak tanımladığı bu süreçte, çoğunluğun iradesi, toplumun genel iradesi olarak dayatılmış; bu süreçte Recep Tayyip Erdoğan ve saray ve AKP siyaset üreticilerinin, kısacası egemenin iradesi de bir çoğunluk iradesi olarak tanımlanarak her türlü siyasi hamlenin meşrulaştırıcı aracı olarak devreye

¹⁵ 15 Temmuz darbe girişimi, Recep Tayyip Erdoğan'ın aylar boyunca neredeyse tüm konuşmalarında özellikle yer verdiği bir başlık. Darbe girişimine direnişin özellikle "şehit" kavramsallaştırması üzerinden yapılması dikkat çekici. Darbeye direnişin en çok vurgulanan yönlerinden biri hayatını kaybedenlerin "şehitlik" mertebesine "yükselmesi". Dolayısıyla bu sürece ilişkin Cumhurbaşkanı'nın yaptığı yorumlar egemen ideolojik söylemin (yeniden) inşası konusunda da önemli göstergeler içeriyor. Bir örnek olarak Erdoğan'ın 2.11.2016 tarihinde İslam İşbirliği Teşkilatı Üyesi Ülkelerin Kalkınmasında Kadınların Rolü Bakanlar Konferansı'nda yaptığı konuşmayı gösterebiliriz: *"Bilindiği gibi 15 Temmuz tarihinde İslam'ın değerlerini ve kavramlarını istismar ederek büyüyen bir şer örgütü, ordu içindeki mensupları aracılığıyla ülkemizde darbe yapmaya teşebbüs etti. 17-25 Aralık tarihlerinde aslında bir darbe girişimi daha yapmışlardı. Bu yargı ve polis içindeydi, başaramadılar. Başaramayınca, bu defa 15 Temmuz'da Silahlı Kuvvetlerin kılık kıyafetine bürünmüş olan bu militanlar, ne yazık ki milletimizin uçaklarıyla, helikopteriyile, tanklarıyla, toplarıyla, silahlarıyla milletimizi vurmaya yöneldiler. Türk milleti tarihte eşine az rastlanır bir cesaret ve kahramanlıkla darbecilerin karşısına dikildi ve canı pahasına bu ihanet girişimini engelledi. Şurası çok önemli, benim milletimin elinde silah yoktu. Benim milletimin elinde sadece bayrağı vardı. Benim milletim sadece imanıyla, inancıyla abdestini alıp 'Şehadete koşuyorum' dedi, 'Vatanım için ben tankların altına girmeye namzetim' dedi"* (Kaynak: Anadolu Ajansı).

sokulmuştur. Bugün geline nokta artık kurucusu olduğu partiden daha baskın hale gelen ve parti üzerinde tam denetime sahip “kült” haline getirilmiş bir Recep Tayyip Erdoğan’dan bahsetmek mümkündür. Tanıl Bora Erdoğan’ın “tek adamlaşma” sürecini, uluslararası literatürden de esinlenerek “Erdoğanizm” olarak tanımlamaktadır (2017, 505). Tayfun Atay (2017, 194), Erdoğan’ın 17-25 Aralık 2013’teki operasyon süreci ile birlikte “tek adam” haline gelmeye başladığını, 30 Mart 2014’teki yerel seçimlerle birlikte bu durumun bir rejim şekline büründüğünü belirtmektedir.

15 yılın sonunda varılan noktada, Erdoğan ve çevresindekiler artık devletin sağladığı, Bourdieu’cu deyişle fiziksel ve simgesel güç kullanma olanağına büyük oranda sahip olmuş durumdadır. Bourdieu, alan kuramı üzerinden, bürokrasinin irade ve niyetlerle donanmış, birleşmiş bir topluluk olarak görülemeyeceğini, farklı eğitim sermayeleri, kökenleri ve çıkarları bulunan ve çelişen uzmanlıklara sahip faillerin farklı yaklaşımlarla çatışabileceği bir “oyun alanı” olduğunu belirtmektedir (Ökten, 2014, 87). 15 yıllık iktidar sürecinde değişen ittifaklar, parti içinden ve devletin tüm kurumlarından birbiri ardına düzenlenen tasfiyeler, bürokrasideki bu çekişmeyi sonlandırma ve iktidarı konsolide etme amacı taşımıştır. Ayrıca iktidar alanı, diğer alanlarda (etkisi ölçüsünde) düzenlemelere gitmiş, sermaye yapısı hem ekonomik hem de kültürel bazda yeniden düzenlenmiştir. Alandaki konumlar değiştikçe, alan ya da o alanda etkin olan sermayeler de buna bağlı olarak faillerin konumları da değişmektedir. Koyuncu (2014, 27) bir dönem Atatürkçü, laik ve ulusalcı kesimlerin simgesel sermayeleri onlara toplumsal hiyerarşide görece daha yukarıda bir konumlanma olanağı sunarken, zaman içinde sermayelerin değerleri ve buna bağlı toplumsal hiyerarşinin dönüştüğünü belirtmekte ve bu durumu “nöbetleşe seçkinlik” olarak tanımlamaktadır. Din sermayesi ulusal kimlikte meşruiyetini artırmış, bu durum belli kesimler için birleştirici, diğer bazı kesimler için de ayrıştırıcı ve dışlayan bir süreç haline gelmiştir. Ancak oyunda başarılı bir oyuncu olmak, her zaman din sermayesinin dağılımındaki bu değişikliklerle de açıklanamaz. Başta 17-25 Aralık ve özellikle de darbe girişimi sonrası tasfiye edilen Fethullah Gülen Cemaati (ya da iddianamelere yansıdığı şekliyle Fethullahçı Terör Örgütü) mensupları olmak üzere, muhafazakâr kesimden çok sayıda isim hatta AKP’nin Tayyip Erdoğan ile birlikte kurucu kurmayları olan Abdülatif Şener, Abdullah Gül, Bülent Arınç gibi isimler, eski Başbakan Ahmet Davutoğlu’nun da olduğu çok sayıda isim ya tasfiye

edilmiş ya da dışlanmış. Birçok noktada aranan başat özellik, Recep Tayyip Erdoğan'a sadakât haline gelmiş, muhafazakâr gelenekten gelmeyen çok sayıda isim de önemli kadrolara yerleştirilmiştir.

Devlet hakimiyetinin en fazla hissedildiği durumun simgesel üretim olduğunu belirten Bourdieu, devletin örgütsel yapılar ve mekanizmalar şeklinde nesnel olarak, ve zihinsel yapılar, algılar ve düşünceler şeklinde öznel olarak vücuda geldiğini ve böylece simgesel şiddeti uyguladığını belirtir (1998b, 40). Erdoğan iktidarının devletteki hakimiyetine paralel olarak simgesel üretimdeki etkileri de artmaktadır. Bu bir yandan da pratikleri düzenleyerek ortak değerler, anlamlar, algılar üzerine hakimiyet kurmak ve ulusal ortaklığı, habitusu yöneterek sağlama mücadelesidir (Bourdieu, 1998b, 54). İktidar alanı ve bürokrasi, medya, gibi alanlardaki bu dönüşüme rağmen, ulusal kimliğin tanımlanması noktasında Kemalizm'e alternatif mitler ve simgeler türetilmeye başlanmış, milli bayramlar çerçevesinde Cumhuriyet ve Kurtuluş Savaşı'ndaki başarılar üzerine kurgulanan kimlik ve simgesellik, bunun yerine "kutlu doğum haftası", "fetih şenliği", "15 Temmuz demokrasi ve milli birlik günü" gibi alternatif etkinliklerin ön plana çıkarılmasıyla yeni bir inşa sürecine tabi tutulmuştur. Bu şekilde belirlenen kanaatler alanının tahkim edilmesinde en önemli rollerden birini de yıllar boyunca farklı yöntemler devreye sokularak önemli ölçüde kontrol altına alınmış medya kuruluşları üstlenmektedir.

3.2. İktidar-medya ilişkisi bağlamında televizyon yayıncılığı

3.2.1. Dünyada televizyon yayıncılığının gelişimi

Yirminci yüzyılın hemen başlarında bir tahayyül olarak ortaya çıkan televizyon üzerine çalışmalar, Birinci ve İkinci Dünya Savaşı arasındaki dönemde görüntü aktarma teknolojileri alanında alınan patentlerle hız kazanır ve Amerika Birleşik Devletleri, Britanya, Almanya ve Fransa'da kapalı devre gösterimler gerçekleştirilmeye başlar. Gerek radar teknolojisi, gerek haberleşme için İkinci Dünya Savaşı'nda yapılan teknolojik atılımlar yayıncılığın yapı taşlarını döşerler (Barbier ve Bertho Lavenir, 2001, 259-260).

Televizyonun hanelere ulaşan bir kitle iletişim aracı haline gelmesi için ise İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesini beklemek gertekecektir. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde televizyon üretimi 1947'de 178 bin iken, beş yıl içinde, 1952'de 15 milyona çıkacak, başta barlarda olan televizyonlar ailelerin evine girmeye başlayacaktır. 1953 yılına gelindiğinde nüfusun üçte birinden fazlasının artık televizyona erişimi vardır (Birggs ve Burke, 2009, 212). Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'da televizyon yayıncılığını gelişimi zıt modeller şeklinde gerçekleştirmiştir. Birleşik Devletler'de özel radyo yayın şebekeleri televizyon yayıncılığına sermaye ve teknik birikimlerini aktarıırken, Avrupa'da devlet radyoları modelinden yola çıkılmış ve televizyonculuğun gelişimi ABD'ye göre çok daha yavaş seyretmiştir (Barbier ve Bertho Lavenir, 2001, 261). Televizyonun yaygınlaşması başlarda kamusal tartışma ve mesaj değiş tokuşu alanının daha önce hiç görülmeyen ölçek ve biçimde genişlemesi olarak değerlendirilse de kısa sürede bunun aslında gözüktüğü gibi olmadığı kısa sürede anlaşılacaktır. Raymond Williams (2003, 45-47) televizyonun (önceki döneme göre) kamusal alanda yeni ve geniş çapta bir görüş alışverişi ve tartışma olanağı sağladığını belirtmekle birlikte, her farklı görüşün bu mecraaya erişimde aynı olanağa sahip olmadığını ve azınlık ve muhalif görüşler için farklı derecelerde dışlama mekanizmaları bulunduğunu belirtmektedir. Williams'a göre ABD'de senato oturumlarının canlı yayınlanması, Britanya'da siyasetçilerin sunucuların zorlu soruları karşısında ter dökmesi aslında sadece görüntüde bir "toplumsal katılım" durumu yaratmaktadır; kamuoyu bu durumda yine aslında sadece "izleyici" konumundadır ve siyaset yapıcılarla arasında beyaz cam vardır. Paletz ve Entman (1981, 194), medya içeriğinin ve vurguların seçkinler tarafından kontrol edildiğine dikkat çekmektedirler. Bu, toplumun gücünü azaltmaktadır. Bu düzende zaman zaman değişim ve dönüşümler yaşanabilmektedir ancak bu kökten bir değişim olmaktan çok seçkinler arası bir savaştır. Böylesi bir durumda medya, iktidarın bir güçlü gruptan diğerine geçmesi çerçevesinde bir rol oynayabilmektedir. Bir seçkinler grubu kaybedebilir ancak unutulmamalıdır ki kazanan genellikle bir başka seçkinler topluluğudur ve bunu medyanın yardımıyla gerçekleştirir. Daniel Hallin de benzer şekilde, egemen medyanın, özel sektör de olsa kamu da olsa, siyasal seçkinlerin görüşlerini destekleyeceğini belirtir. Burada önemli olan iktidar bloğunda ne ölçüde bir tek seslilik olduğu, ya da sistemin muhaliflere ne kadar açık olduğudur (Hallin'den akt. Schudson, 2002, 253). Dolayısıyla bir teknolojik yenilik olarak televizyon, farklı coğrafyalarda, o ülkelerdeki egemen

siyasi ve ekonomik modelden ayrı gelişmemiş, medya iktidar ilişkileri halihazırda nasıl seyrediyorsa, televizyon yayıncılığı da aynı rotadan yoluna devam etmiştir. Jürgen Habermas, aslında daha 19. Yüzyılın başlarında basın, işletme ekonomisinin ölçütlerine tabi kılınmasıyla (bir kapitalist işletme olma doğrultusunda gelişme gösterdikçe), sadece özel ticari çıkarların ağırlık kazanmadığını, aynı zamanda ona nüfuz etmeye çalışan işletme bünyesine yabancı çıkarların da etki alanına girdiğini belirtir (Habermas, 2015, 311). Böylece basın imtiyazlı özel çıkarların kamuoyu istilasına açılan kapısı haline çoktan gelmiştir ve televizyon yayıncılığı da özel sektör insiyatifiyle gelişme gösterdiği ABD’de böylesi bir sektör yapısının içine doğacaktır. Başlarda kamu yayıncılığı modellerinin benimsendiği Avrupa’da da özel şirketlerin devreye girmesiyle benzer bir süreç işler hale gelecektir.

Radyo yayıncılığında olduğu gibi televizyonda da başta tüm yatırım içerik üretmek için değil, yayın olanaklarını artırma yönünde kanalize edilmiş ve hem yayınların izleneceği teknik altyapı arzın, hem de bu iletişim araçları talepten önce geliştirilmiştir. Televizyona özel (masraflı) içeriğin üretilmesi için bir süre beklemek gerekecek ancak kısa süre içinde televizyon salt kendine özgü içeriğini üretmekle kalmayacak, ayrıca (izleyicinin ilgisini canlı tutmaya odaklı maksimum 3,5 saniye uzunluğunda planların kullanılması gibi yaygın kabul gören kurallar ortaya çıkararak), Neil Postman’ın (2016, 124) deyişiyle, kültürel söylemin niteliğini de değiştirecek ve eğlence odaklı bir “gösteri toplumunun” yapı taşlarını döşeyecektir. Bourdieu de televizyonun toplumsal yaşamda yarattığı dönüşüme dikkat çekmekte ve mevcut işleyişiyle, bir kaydetme aracı olan televizyonun bir gerçeklik yaratma aygıtına dönüştüğünü belirtmektedir (Bourdieu, 2000, 26). Ona göre televizyon, bir simgesel şiddeti, yani, ona maruz kalanların ve aynı zamanda da, çoğu kez, onu uygulayanların sessiz suç ortaklığıyla ve her iki tarafın da onu uyguladıkları ya da ona maruz kaldıklarının bilincinde olmadıkları ölçüde uygulanan bir “şiddeti” hayata geçirmektedir. Başlarda televizyonun sınırlar ötesi en yaygın iletişim biçimi olarak, tikellikleri ortadan kaldırılacağı, toplumsal bir bağ olarak kültürel bütünleşme aracı olacağı varsayılmış ancak Tatal Cheviron’un belirttiği gibi (2014, 48), kıta Avrupa’sı gibi Türkiye’de de başlarda siyasi bir otorite tarafından şekillendirilen bu mecra, tikelliklerin ortadan kaldırılmasına yol açmış, daha sonra piyasa koşullarıyla siyaset

ve ekonomi alanlarının iktidar çekişme ve ittifaklarına gre şekillenip gösteri toplumunun ana unsuru haline gelmiştir.

3.2.2. Türkiye’de gazetecilik alanında dönüşüm ve özel televizyonların kuruluşu

Türkiye, uluslararası örneklerle karşılaştırıldığında, radyo yayıncılığını erken karşılamasına rağmen, televizyon ile geç sayılabilecek bir dönemde, 1968’de TRT’nin deneme yayınları ile tanışmıştı (Kaya, 2016, 257). Geçen zaman içinde televizyon Türkiye’de halkın bir numaralı haber ve eğlence kaynağı haline geldi. İnternet yayıncılığı ve sosyal medya uygulamalarının etkinliğini her geçen gün artırmasına rağmen bu çalışmanın yapıldığı sırada televizyon hala Türkiye’deki en etkili iletişim mecrasıdır. Kamuoyu araştırma şirketi KONDA’nın bir araştırmasına göre nüfusun yüzde 62’si, 15 Temmuz 2016’daki darbe girişimini televizyondan ęrenmiřtir¹⁶. Sadece televizyon yayıncılığının değil, yayıncılık alanında özel kanalların devreye girmesi de Batı lkeleriyle kıyaslandığında Türkiye’de gecikmiştir. TRT, televizyon yayıncılığını, 20 yıldan uzun süre tekeline bulundurmuştur. Özel televizyonların yayına başlaması için ise 1990’ı beklemek gerekecektir. Televizyon yayıncılığında “zelleştirmeyi” çözümlemek ve “alanın” güncel durumunu anlayabilmek için, birbiriyle ilişkili iki yapının “evrimine” yoğunlaşmak gerekmektedir. Bunlardan biri, Türkiye’deki makro iktisat politikaları, diğeri de medya sektöründeki sermaye yapısıdır.

Türkiye’de gazete, dergi, televizyon, radyo ve dijital platformları bünyesinde toplayan medya holdinglerinin kurulmasından önce, basın sektöründe değişim 1950’lerde başladı. Basın işletmeleri, 30 yıl içinde, 1980’lere kadar, süratle gazeteci kökenli patronların yönettiği küçük aile işletmelerinden, medya endüstrisi lğine büyüdüler. Bunda, basına 1970’lerden itibaren Aydın Doğan gibi sanayici ve girişimcilerin girmesi önemli pay sahibiydi (Sönmez, 2014, 89-90). Ancak en önemli kırılma 1980 yılında yaşandı. 24 Ocak ekonomik kararları ve 12 Eylül darbesiyle Türkiye’nin ekonomik, siyasi ve toplumsal yapısı kökten değişirken, medya da bu değişimin hem en çok etkilediği alanlardan biri, hem de dnştk değişim

¹⁶ <http://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/tv/> (Erişim tarihi: 06.04.2017).

lokomotifindeki yerini sağlamlaştıran aktörü haline geldi. Medya sektöründe 1980’lerde başlayan bu değişimi, dünyadaki deregülasyon uygulamaları, özelleştirmeler ve medya sektöründeki yoğunlaşmalar, toplulaşmalar ile teknolojik ilerlemeler sonucu değişen iletişim ortamından ayrı değerlendirmek mümkün değildir (Kaya, 2016, 249). Mustafa Sönmez’e göre (2014, 90), iç pazara dönük sermaye birikiminin yerini, 24 Ocak kararları ile birlikte, küresel kapitalizme entegrasyon yönünde hamleler alınca, bu yeni rota doğrultusunda kitlelerin rızasını sağlama görevi medyaya yüklendi. Adaklı’nın (2006, 146), “yeni sağ hegemonya projesi” olarak adlandırdığı 12 Eylül sonrası dönemde medya, üniversiteler, sendikalar, yargı sistemi, dini ve kültürel kurumlar gibi yeniden yapılandırılarak lojistik destek için önemli rol oynamıştır. Bu “yeniden yapılandırma” sürecinde 12 Eylül’ün ertesinde basın, ceza ve yaptırımlarla “terbiye edilmeye” çalışılırken, Özal’lı yıllarda yaptırımlar (hapis cezaları yerine) para cezaları ve kağıt zamları şeklinde devam etmiştir. Ancak bu dönem, aynı zamanda basın patronlarının iktisadi anlamda sermaye birikimlerini artırmalarına da olanak sağlamış, ekonomik liberalleşmeyle birlikte ithalat kolaylaşmış, bu da reklam gelirlerini artırarak gazeteci olmayan patronların sektöre ilgisini artırmıştır. Alana Aydın Doğan’ın yanısıra “dışarıdan” giren ilk isimler arasında, Sabah Gazetesi’ni kuran Dinç Bilgin ile Güneş’i kuran Ömer Çavuşoğlu, Ahmet Kozanoğlu gibi isimler vardır (Sönmez, 2014, 90). Bu süreçte, devletin basına yaptığı yardımları kesmesi de bu piyasanın şekillenmesinde önemli rol oynamış ve düşük sermayeli şirketler piyasadan çekilmeye başlamışlardır (Söylemez’den akt. Tatal Cheviron, 2014, 201).

Bu dönemde yaşanan gelişmeler, Bourdieu’cü bir deyişle “gazetecilik alanının” kritik bir değişim geçirmesine ve yeniden tanımlanmasına da yol açar niteliktedir. Alandaki mevcut aktörlerin yanına yeni aktörler yerleşmeye başlamış, farklı sermaye biçimlerinin (ekonomik, simgesel, kültürel, siyasi vs.) dağılımı ve kıymetler borsasındaki ağırlıkları yeniden tanımlanmıştır. Ragıp Duran (2015, 20-21), yaşanan değişimi şöyle özetler: “Eskiden (1970’lere kadar) ve teorik olsa da, bir ölçüde, sessizlere, mülksüzlere de yer veren, devlet ile yurttaş arasında bugüne oranla biraz daha ortada durabilen matbuat ve basın, medya dönemi ile neredeyse tamamen egemenlerin, zenginlerin, yönetenlerin denetimine girdi. Gazeteciliğin zanaat dönemi kapanırken, medya büyük bir sanayi haline geldi. Sendika medyadan tamamen uzaklaştırıldı, muhabir habersizleştirildi, okur yurttaş olmaktan çıkıp

sıradan bir tüketici haline geldi". Raşit Kaya (2016, 299), bu dönemde, medya kuruluşlarının direksiyonunda patronun yanı sıra, işadamı kimliği gazeteci kimliğinin önüne çıkan profesyonellere yer açıldığını belirtmektedir. Üstelik basında çalışan ve "işadamı" rolüne soyunanlar salt yöneticiler değil, ayrıca, gazetelerin temel ürünü olan haberin ve onu üreten muhabirin yerine, kendilerine siyasetin yanı sıra modadan, kültür sanata, yaptıkları tatilden, yedikleri yemeğe kadar geniş bir yelpazede yazma olanağı tanınan (hatta sıklıkla buna teşvik edilen) ve Rıfat Bali'nin "yeni aristokratlar" olarak tanımladığı köşe yazarlarıdır. Rıfat Bali, simgesel sermaye avcısı bu grubu şöyle tanımlar: "Köşe yazarlarının önemli bir kesimi, iş ve siyaset dünyasının seçkinleriyle daima yakın mesafede durmaya ve onlarla sıcak ilişkiler geliştirmeye çabaladı. Bu durum aslında seçkinlerin, köşe yazarlarının haber kaynaklarını oluşturmasından ileri geldi. Ancak bir süre sonra, köşe yazarları ile seçkinler arasındaki bu ilişki her iki taraf arasında olması gereken mesafenin yok olduğu bir ahbap-çavuş ilişkisine, köşe yazarının güç odakları ile yakın temasının sergilendiği bir kişisel gösteriye dönüştü" (Bali, 2002, 235).

Sektörün sermaye yapısı ve birikimin miktarı değiştikçe, iktidar-medya ilişkileri de yeniden tanımlanmaya başlamıştır. 80'li yılların Özal'ı, basınla mücadele ve kavga halindeyken, 90'lı yıllarla birlikte, "sopa" yerini "havuç"a bırakmaya başlamış, medya patronları, teşvikler, ithal ve ihraç kolaylıkları, özelleştirmeler gibi kaynak aktarım mekanizmalarından faydalanmaya başlayınca, Özal ve çevresiyle yakın ilişkiler kurarak iktidarı baş tacı etmeye başlamıştır (Adaklı, 2006, 152). İşte bu ortamda özel televizyonların kurulmasının önündeki engeller de Özal iktidarı tarafından birer birer kaldırılmıştır.

Aslında özel televizyonlara dönük girişimler 12 Eylül darbesinin hemen ertesinde başlamıştır. Gülseren Adaklı'nın saptamasına göre, Türkiye'de özel televizyon kurma yönündeki ilk girişim, 1981 yılında her yıl TRT'ye milyarlarca lira reklam bedeli ödeyen "Banker Kastelli" lakaplı Cevher Özden'e aittir (Adaklı, 2006, 229). Ancak Özden, 1982 yılında yurt dışına kaçacak ve bu hayalinin yıllar sonra başkaları tarafından hayata geçirilmesini "uzaktan" izleyecektir. Bülent Çaplı (2008, 17-18), özel televizyonlar kurulmadan önce TRT'nin halk nezdinde nasıl algılandığını şöyle anlatmaktadır: "1980'lere gelindiğinde, çok kanallı ve renkli televizyon, gazetelere oranla daha geniş bir kitleye erişerek popüler olmayı başarmıştı. Siyasiler, devlet tekelindeki televizyonun bu popülaritesinden

yararlanmaya çalışıyorlardı. Önemli ve etkili olması dolayısıyla televizyon ağır bir siyasal baskı altındaydı. Yasaklar, baskılar, sansürler, televizyonun başlangıçtaki büyümlü havasını giderek ortadan kaldırıyor. Artık, TRT'ye yönelik eleştiri ve şikâyetler gündemdeydi: Yayınlar taraflıydı; TRT hükümetin güdümündeydi. Tesis açılışları, temel atma törenleri, bakan demeçleri haber bültenlerinin neredeyse tamamını kaplıyordu... Siyasal partilerin yanı sıra sivil toplum örgütleri de TRT'den memnun değillerdi. O dönemde yapılan bir kamuoyu araştırması, TRT'ye yönelik gitgide artan şikâyetleri somut bir şekilde ortaya koyuyordu. Yani TRT kendi tutumunun yansımalarını kendisinin yaptırdığı bir anketle saptamıştı: TRT taraflıydı". Özal, basın patronlarıyla ilişkilerde inisiyatif elinde tutabilmenin araçlarını benimsemiş, özel kuruluşlar üzerinden de siyasi ve ekonomik rant sağlayabileceğini görmüş ve neoliberalizmin Türkiye'deki temsilcisi olarak, özel kanalları teşvik etmişti. Üstelik ilk kurulacak kanalın yönetimindeki isimlerden biri kendi ailesindendi.

Türkiye'de özel televizyon yayıncılığının temelleri, bizzat Özal'ın oğlu, Ahmet Özal'ın ortağı olduğu Liechtenstein'da kurulan Magic Box Inc. yayıncılık şirketi tarafından, 1989 yılında atıldı. Türkiye'de özel televizyon yayıncılığının yasal altyapısının bulunmaması nedeniyle yayınlar başta yurt dışından uydu aracılığıyla yapıldı¹⁷. Televizyon yayıncılığında yıllar süren TRT tekelini kıran Magic Box Star 1 kanalı, 7 Mayıs 1990'da uydu üzerinden yayına geçti (Cankaya, 1997, 84). Bu süreçte, Türkiye'nin farklı yerlerindeki belediye başkanları, uydudan gelen yayınları karasal yayına çevirmek amacıyla, kendi bölgelerinde televizyon verici istasyonları kurup, izleyicileri ek bir yüke girmeden özel televizyon izleyebilme olanağına kavuşturdular (Çaplı, 2008, 132). Özel televizyon yayıncılığının, siyasal çok seslilik anlamına gelmediği ve Türkiye'de demokrasinin ilerlemesine doğrudan bir katkısı olmayabileceği ise kısa süre içinde anlaşılmıştı. Dönemin İstanbul Belediye Başkanı Nurettin Sözen, kişilik haklarına yönelik yayınlar yapıldığını söyleyerek kanaldan cevap hakkı talep ettiğinde geri çevrilmiş, o dönem yasal meşruiyeti hala tartışmalı olan kanal, sadece hükümetin basın toplantılarına davet edilmekle kalmamış, aynı

¹⁷ 1982 Anayasası'nın 133. maddesi ve 2954 sayılı TRT yasasının 4. Maddesi uyarınca, radyo ve televizyon verici istasyonlarının kurulması, işletilmesi, yayınların düzenlenmesi ile yurt içine ve yurt dışına yayın yapılması devletin tekelindeydi. 10 Temmuz 1993'te Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren düzenleme uyarınca ise "radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek" serbest hale gelmiştir.

zamanda Bülent Çaplı'ya göre (2008, 134), bazı özel haberler hükümet tarafından diğer medya kuruluşlarına değil bu kanala servis edilmişti. 1991 yılı seçimlerinde kanal, siyasal içerikli reklamlarda Cumhurbaşkanı Özal ve ailesine sataşılmasına izin vermeyeceğini duyurarak seçimdeki mevziini de belli etmişti. Star 1'e karşı SHP muhalefetine "yanıtı" Mega 10 kanalı olmuştu. SHP çizgisinde, Türkiye'de hazırlanan programları Almanya üzerinden yayınlayan kanal, kısa bir süre sonra kapanmıştır. Cankaya'ya göre (1997, 88), "bu kanalın yayına geçmesi, siyasal partilerin, kitle iletişim araçları ile propaganda yapmayı bir zorunluluk olarak kabul etmelerinin bir göstergesidir".

Uzan-Özal girişimi ile ve hükümetin desteğiyle yurt dışından "fili durum" yaratılarak başlanan özel televizyon yayıncılığı, kısa süre içinde yasal kılıfa sokuldu. Başlarda vergiden muaf tutulan kazançları, kısa süre içinde vergilendirildi. Bu dönemde birbiri ardına kanallar kurulmaya başlandı. Star'ın yanına, üç yıl içinde Teleon, Show Tv, TGRT, Kanal 6, Kanal D, HBB, ATV, Flash TV, Samanyolu TV, Kanal E, Cine 5, BRT gibi kanallar katılmıştır. Radyo ve televizyon yayıncılığında kamu tekelinin kaldırılmasının üzerinden on yıl bile geçmeden, yaklaşık 1150 yerel ve ulusal radyo ile, 16'sı ulusal, 15'i bölgesel, 230'u yerel olmak üzere 261 televizyon kanalı yayına başlamıştır (Kaya, 2016, 259).

Televizyon yayıncılığında, her gün ilerleyen teknoloji sayesinde düşük yatırımla televizyon sahibi olabilmek mümkün gibi gözükse de, rekabet koşullarında piyasada kalıcı olabilmek ve öne çıkabilmek için gazetelere göre işletme sermayesi oldukça yüksekti ve Kaya'ya göre (2016, 261), sektörde kârlı olarak var olabilmek için ya çok büyük sermaye sahibi ya da birtakım amaçlar uğruna verilen büyük bir maddi desteğe sahip olmak gerekiyordu. Özel televizyon sahipliği alanında Uzan, Özal gibi medya dışı alanlardan gelenleri, yukarıda sıralanan özelliklere sahip, daha önceden gazete sahibi olan iş adamları izledi. Bu aslında küresel bir eğilimin yansımasıydı. ABD'de de başlarda gazetecilik alanında faaliyet gösteren medya şirketleri, televizyonlara yönelik reklam pastasından pay alabilmek ve televizyonun sağlayacağı güce erişebilmek için bu alana yatırım yapmışlardı (Herman ve Chomsky, 1988, 12) ve bu süreç Türkiye'de de benzer şekilde işleyecekti. Bankacı Erol Aksoy'un kurduğu Show TV'nin ortakları arasında Hürriyet ve Sabah gazeteleri de vardı. Milliyet Gazetesi sahibi Aydın Doğan ile Doğu Holding, birlikte Kanal D'yi kurdular. Sabah Gazetesi sahibi Dinç Bilgin, Show TV'deki ortaklığı sona

erince 1993 yılında ATV'yi kurdu. Fethullah Gülen cemaati, Zaman Gazetesi'nin yanına STV'yi ekledi. Böylece girişimciler medyada patron olmanın avantajlarını görerek, şirketlerini medya holdinglerine dönüştürmüşlerdi (Çaplı, 2008, 137-138). Bu süreç tersine de işledi ve Ahmet Özal ile ortak Star 1 kanalını kuran Cem Uzan, Star Gazetesi'ni de yayımlamaya başlarken, Çukurova grubu sahibi Mehmet Emin Karamahmet, Erol Aksoy'dan Show TV'yi satın aldıktan sonra Akşam Gazetesi ile yazılı basın "eksikliğini giderdi" (Sönmez, 2014, 93). Ancak iş modelleri elbette medya kuruluşlarıyla sınırlı değildi. Örneğin Uzan Grubu, Star'ın yaygın propaganda olanaklarıyla Cem Uzan'ın Genel Başkanı olduğu Genç Parti'nin yelkenlerini şişirirken, bir diğer yandan da sahibi oldukları İmar Bankası'nın reklamlarını yapıyordu. Aydın Doğan, İş Bankası, Sabah Grubu ise Etibank'ı alarak bankacılık sistemine de giriş yapmışlardı. Ragıp Duran (2015, 22), böylesi bir yapıda medya gruplarının büyük sanayi-mali-ticari holdinglerin "müştemilat şirketleri" görevini gördüğünü belirtir. Sönmez'e göre (2014, 94), koalisyon yıllarında medya patronları ellerindeki "gücü" iktidarla pazarlık için kullanarak kayırmacılıktan faydalandılar. 2001 ekonomik krizinde medya sektöründe geniş bir ayıklanma yaşanırken, bazı holdingler bu süreci daha da güçlenerek atlatmayı bildiler.

3.2.2. AKP'li yıllarda medyanın dönüşümü

19 Şubat 2001 tarihinde düzenlenen Milli Güvenlik Kurulu toplantısında, Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in Başbakan Bülent Ecevit'le anaysal yetkileri çerçevesinde yaşanan bir tartışma sonrasında Ecevit ve başbakan yardımcısı Hüsamettin Özkan'a elindeki anayasa kitapçığını fırlatması ve Ecevit ile Özkan'ın toplantıyı terk etmeleri sonrası, Türkiye salt tarihindeki en büyük ekonomik krizlerden birine sürüklenmeyecek, aynı zamanda Necmettin Erbakan'ın liderliğindeki Fazilet Partisi'nden kopan "yenilikçiler" grubunun, Adalet ve Kalkınma Partisi adıyla yeni bir siyasi parti kurma çalışmaları da hız kazanacaktı. Ümit Alan'ın (2015, 227-233), dönemin gazete manşetleri ve haberlerinden aktardığı üzere o dönem medyanın %50'sinden fazlasına sahip olan Doğan Grubu (Sönmez, 2014, 98), Bülent Ecevit iktidarına karşı açık bir tutum almış, hatta, Alan'ın deyişiyle, "AKP, 2002 seçimine medyanın gollük pasıyla girmişti" (Alan, 2015, 233). Arsan ve Çoban (2014, 13), 2002-2007 yılları arasında, yani AKP'nin ilk iktidar döneminde, önceki bölümlerde ele alınan siyasi konjonktürün de gereği olarak, 90'lı yılların ikinci yarısına göre basın ve ifade özgürlüğü alanlarında göreceli

bir rahatlama olduğu saptaması yapmaktadır. Bu dönemde ayrıca, dünyada yaşanan likidite bolluğu, özelleştirmeye açılan kamu kurumları ve finansal yatırım olanaklarının geliştirilmesiyle birlikte Türkiye'ye de akmaya başlamış, yılda ortalama 40 milyar doları bulan dış kaynak girişı, inşaat yatırımları ile perakende ve hizmet sektörlerine yönelmiştir. Medya da bu dönemde yıllık yüzde 5 büyüyen reklam sektörü ile daha da semirmiş ve ekonomik anlamda güçlenmiştir (Sönmez, 2014, 98).

Yukarıda sıralanan nedenlerle, Türkiye'deki farklı sermaye türleri yavaş yavaş (tam anlamıyla el değıştirmese bile) farklı odaklarda toplanmaya başlamış, siyasal İslâm'ın siyasi sermayesinin artışına paralel olarak muhafazakâr çevrelerin de ekonomik, simgesel sermayeleri artmaya başlamıştır. Medyada yaşanan dönüşümlerden biri, bir zamanların “marjinal” yayını olan Zaman ve Yeni Şafak gibi gazetelerin, “ana akımlaşması” ve medya sahipliği içindeki güç dengelerinin İslâmi kanat lehine yönelmiş olmasıdır (Arsan ve Çoban, 2014, 13). “Milli görüş” yıllarında (1980-1990'lar) siyasal İslâm, Milli Gazete, Yeni Asya gibi gazeteler ile temsil buluyordu. Fethullah Gülen Cemaati Sızıntı Dergisi, Zaman Gazetesi ile basın yolculuğuna başlayıp özel televizyonların kurulduğu dönemde, ardı ardına televizyonlar kurdu ancak medyadaki esas sıçramayı, AKP iktidarında yaşadı (Sönmez, 2014, 99). Zaman Gazetesi, Samanyolu TV, Aksiyon dergisi, Cihan Haber Ajansı, Burç FM ve Dünya Radyo gibi yayın kuruluşlarına sahip grup, bu dönemde Amerika kıtasına yayın yapan Ebru TV, İngilizce yayın yapan Today's Zaman Gazetesi, S Haber kanalı, Mehtap TV'yi kurdu. Davetiye basımı alanında faaliyet gösteren Koza grubu da AKP iktidarı yıllarında birçok farklı sektörde olduğu gibi medya alanında büyüdü. Gülen cemaatine yayınlığıyla tanınan Akın İpek, 2008 yılında Tuncay Özkan'dan Kanaltürk televizyonunu satın aldı, 1 Mayıs 2009'da Bugün TV adıyla yeni bir televizyon kanalı kurdu (Mavioğlu, 2012, 38-40). Uzun süre AKP iktidarına yakın destek veren cemaat kanalları, Erdoğan-Gülen çekişmesi döneminde açıkça hükümet karşıtı tutuma büründüler, 17-25 Aralık operasyonları sonrası tasfiye sürecine girdiler ve 15 Temmuz darbe girişim sonrasında (zaten çoğu TMSF'ye devredilmiş olan bu kanallar), tamamen ortadan kaldırıldılar.

Bu dönemde yaşanan sadece İslâmcı medyanın gücünü ve etkinlik alanını artırması değildi. Aynı zamanda, iktidar blokunun içinde hegemonik konum yer değıştirmekteydi ve buna paralel olarak medyadaki sahipliğin el değıştirdiği ve

iktidar denetimin artığı bir döneme girilmişti (Kaya, 2016, 26). İktidar-medya ilişkileri bağlamında partinin yeni bir seçim zaferi kazandığı 2007 yılı, birçok araştırmacıya göre yeni bir eşik oldu. Adalet ve Kalkınma Partisi'nin bu dönemde, hem iktidardaki, hem de medyadaki gücünü konsolide ederek medyadaki en etkili aktör haline gelmiştir (Mavioğlu, 2012, 33) ve (Kurban, Sözeri, 2012, 55). Ragıp Duran, bu yeni dönemde medya üzerindeki hegemonyanın, önceki dönemden farkını, özellikle Türk Silahlı Kuvvetleri'nin, 28 Şubat döneminde görünürlükte zirveye çıkan, medya üzerindeki etkisini hatırlatarak, şu sözlerle ortaya koymaktadır: “...Yaklaşık 10 yılı aşkın AKP iktidarı boyunca medya mülkiyetinde önemli bir değişiklik oldu. Yani eskiden Türk ordusu herhangi bir gazete sahibi değildi. Esas olarak ideolojik ve siyasi olarak bir yönlendirme yapabiliyordu. AKP döneminde medya mülkiyeti konusunda altüst eden değişiklikler oldu”¹⁸. Michael Schudson, medyadaki çok sesliliğin, siyasi güç odakları arasındaki uzlaşmazlık derecesi ve anayasal kurumların muhaliflere ne kadar açık olduğuyla belirlendiğini vurgular (Schudson, 2002, 252-253). Schudson, bu noktada Vietnam savaşının seyrini değiştiren medya politikasını inceler. Ona göre Amerikan medyasının Vietnam savaşını sorgulamasının nedeni, siyasal elitler arasında yaşanan derin bölünmedir. Oysa artık Türkiye’de gücün iktidar partisi ve çevresinde her geçen gün daha da yoğunlaştığı bir döneme girilmişti. Ertuğrul Mavioğlu’na göre de (2012, 12-13), AKP’nin iktidarını pekiştirmek için en güçlü hamlelerine başladığı dönem 2007 ve sonrasına denk düşmektedir. Bu tarih, Ergenekon soruşturmasının başladığı tarihtir ve Mavioğlu bu sürece kadar AKP’nin bürokraside gözle görünür direnişle karşılaştığını ancak bu tarihten sonra cemaatle koalisyon ortaklığı yaparak devlette kavgalı olduklarını ekarte ettiğini belirtir. Ergenekon ve Balyoz davası süreçleri ile “söylem üstünlüğü” artık iktidarın tekeline geçecektir ve Uraz Aydın’ın da (2015, 56) dikkat çektiği gibi sadece bu davaları eleştirenler değil, ancak aynı zamanda AKP’nin neoliberal hegemonya projesine karşı çıkan muhalif kesimlerin ötekileştirilmesi, söylemin sertleştiği zamanda “darbeci, terörist” gibi sıfatlarla yaftalanması, diğer zamanlarda ise “milli iradeye karşı” olarak anılması, her geçen gün artan bir eğilim olarak kendisini gösterecektir.

¹⁸ http://apoletlimedya.blogspot.com.tr/2014_10_26_archive.html (Erişim tarihi: 23.12.2014).

Bu süreçte rıza imalatı için kaçınılmaz olan, medyanın yönetilebilir hale gelmesidir. Üç aşamada bu sağlanır: 1) Ele geçirme, 2) kendi medyasını yaratma, 3) kalan büyük grupları kontrol altına alma. Uzan Grubu'nun tasfiye edilip medya grubunun başta hükümete yakın gruplar tarafından alınmasının dışında en önemli “ele geçirme” hamlesi Sabah gazetesi ve Atv'ye el konmasıdır. Dinç Bilgin'in sahibi olduğu Etibank'a el konmasının ardından Turgay Ciner, ağır bir borç yükü altındaki Bilgin'in sahibi olduğu, Türkiye'nin ikinci büyük medya grubunu, Sabah ve Atv'yi gizli bir protokolle kiraladı. Ancak Bilgin bir süre sonra TMSF'ye başvurarak bu protokolü açıkladı ve borçları karşılığı Ciner'in 63 şirketine TMSF tarafından el konuldu. Bunların arasında Sabah ve Atv de vardı. TMSF'nin bu iki yayın kuruluşu için açtığı ihaleyi ise AKP iktidarı döneminde sermayesini dörde katlamış olan ve hükümete yakınlığıyla bilinen ve genel müdürlük görevini o dönem Başbakan olan Recep Tayyip Erdoğan'ın damadı Berat Albayrak'ın üstlendiği Çalık Grubu kazandı (Mavioğlu, 2012, 27). Çalık TMSF'de tek başına katıldığı ihale bedelinin büyük kısmını, kamu bankaları olan Vakıfbank ve Halkbank'tan karşılamıştı. İhale sürecine az sayıda grubun katılması, sadece Çalık grubunun teklif vermesi, ihalenin 5 dakika sürmesi süreçle ilgili kuşkuları artırmıştır (Mavioğlu, 2012, 30-31)¹⁹.

Ana akım medyanın hakim temsilcisi Doğan Holding ile AKP arasında ilk iktidar dönemi sonrası esmeye başlayan soğuk rüzgârlar, manşetler aracılığıyla verilen sert mesajlarla yansıtılmaya başlanmıştı. Üniversitelerde türbana serbestlik getirmeyi öngören düzenlemenin 411 oyla geçmesinin ardından Hürriyet Gazetesi'nde atılan “411 el kaosa kalktı” manşeti, Erdoğan ile Doğan arasındaki gerilimi tırmandırır. Gazetenin ayrıca Almanya'dan Türkiye'ye (hatta o dönem bazı gazetecilerin iddia ettiği gibi bizzat Erdoğan'a) uzanan Deniz Feneri Derneği yolsuzluğunu manşetlerine taşımasıyla, ipler kopma noktasına gelir ve Erdoğan konuşmalarında Aydın Doğan'ı ve Doğan Grubunu açıkça eleştirmekten kaçınmaz. Çok geçmeden Doğan Holding'e 4.8 milyar lirayı bulan vergi cezası kesilir. Ancak Holding bu cezayı ödemez ve 2011 seçimlerine 25 gün kala bu vergi cezası bir uzlaşma sonucu 940 milyon lira ödenerek sıfırlanır (Alan, 2015, 266). İşte tam da bu sırada Doğan Grubu medyadaki yatırımlarını azaltma kararı alır ve Milliyet ve Vatan

¹⁹ Sabah-Atv hisseleri, 2013 yılında iktidara yakınlığıyla tanınan ve büyük inşaat ihaleleriyle adını duyuran Zirve Holding'in sahibi Ömer Faruk Kalyoncu'ya bağlı, Kalyon Grubu'na satılmıştır.

Gazeteleri Demirören-Karacan ortaklığına satılırken, Star televizyonunu ise Doğu Holding alır (Mavioğlu, 2012, 54). Yine bu dönemde Star gazetesi birkaç kez el değiştirdikten sonra Erdoğan'a yakınlığıyla tanınan Ethem Sancak'ın olur²⁰. Alan, (2015, 271) bu dönemde başta Doğan grubu olmak üzere, ana akım medyadan yapılan tasfiyelere de dikkat çekmektedir. Hürriyet'in önde gelen kalemi Emin Çölaşan'ın yanı sıra, Oktay Ekşi, Özdemir İnce, Rahmi Turan, Cüneyt Ülsever, Milliyet'ten, Nuray Mert, Hasan Cemal, Habertürk'ten, Ece Temelkuran, NTV'den Banu Güven, Mirgün Cabas, Star'dan Mehmet Altan, Radikal'den, Haluk Şahin, Tıldırım Türker, Tuğrul Eryılmaz, Vatan'dan Necati Doğru, Mine Kırıkkanat gibi çok sayıda isim 2009-2013 yılları arasında işten çıkarılmıştır. Kamuoyunda yakından tanınan isimlerin yanı sıra, gazete ve televizyonların haber merkezlerindeki çok sayıda çalışan da ya işten çıkarılmış ya da işlerini bırakmak durumunda kalmışlardır. Ragıp Duran, özellikle Gezi süreci ve sonrasında yaşanan tasfiyeye dikkat çekmekte ve Türkiye Gazeteciler Sendikası verilerine dayanarak 31 Mayıs-12 Eylül 2013 tarihleri arasında 86 medya çalışanın işten atıldığını belirtmektedir (Duran, 2015, 24).

Bu süreçte özel medya kuruluşlarının iktidar tarafından kontrolü salt tasfiyelerle değil, aynı zamanda atamalarla da tahkim edilmiştir. Birçok televizyon ve gazetenin yayın yönetmenliğine alanında yıldızlaşan, mesleki olarak isim yapmış iddialı isimler yerine “Ankara” ile ilişkilerde köprü görevi görecek –ya da en azından sorun yaratmayacak – isimler getirilmeye başlanmıştır. Raşit Kaya'nın “işadamlı yöneticiler” olarak tanımlandığı zümre, yerini giderek iktidara angaje yönetici profiline bırakmaya başlamış, iktidarın hegemonyasını tahkim etmesiyle birlikte diğer iş alanlarında olduğu gibi medya sektöründe de makbul kabul edilen özelliklerin başında salt birer “iyi işletmeci” olarak medya yöneticiliği değil, ancak aynı zamanda (hatta çoğunlukla başat özellik olarak) “iktidardaki isimlere yakın” ya da en azından onlardan kabul gören yöneticilik vasfı ön plana çıkmıştır. Yukarıda sıralanan tasfiye edilenlerin yerine kimi zaman benzer muhalif rolleri doldurarak sadık okuyucu ve izleyicilerin kaçmasına yol açmayacak ancak daha “ılımlı” muhalif isimler, kimi zaman da iktidarın patronların ve yöneticilerin kulağına “fısıldadığı”

²⁰ Star gazetesi ve Kanal 24 birkaç kez el değiştirdikten sonra son olarak Ethem Sancak'ın yeğeni Murat Sancak'a devredildi). Ethem Sancak, kısa bir süre önce Akşam gazetesi ile Sky 360 televizyon kanalını da aldı.

isimler yazar ya da programcı olarak yerleştirilmiştir. Son dönem medyadan tasfiye edilen iki yönetici Mustafa Hoş ile Derya Sazak, bu “atama” mekanizmasının nasıl işlediğini kitaplarında ayrıntılı biçimde anlatmışlardır (Hoş, 2014, 39) ve (Sazak, 2014, 54).

Türkiye’de iktidarın medya üzerindeki hakimiyetinin en doğrudan gözlenebileceği mecralar radyo ve televizyonlardır. 2005’te yürürlüğe giren, “5373 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile radyo ve televizyonlardaki yayınlar hakkında elinde yaptırım gücü bulunan, Radyo Televizyon Üst Kurulu, TBMM tarafından seçilen 9 üyeden oluşur ve bu üyeler siyasi partilerin üye sayısı oranında belirlenir. Böylece ülkedeki mevcut siyasi tablonun gölgesi radyo ve televizyon yayıncılığına da düşmektedir. Bianet medya gözlem raporuna göre 2016 yılında RTÜK tarafından televizyon kanallarına 50 uyarı, 112 para cezası, 2 yayın durdurma cezası; radyolara ise 7 uyarı ve 11 para cezası verilmiştir. Yayın ilkelerini ihlalden verilen para cezalarının toplamı, 15 milyon 907 bin 627 liradır. RTÜK’ün (dolayısıyla egemen siyasi gücün) elindeki bir diğer silah da frekans kullanımı konusundaki yetkisidir. Yani kurul sadece yayınların içeriğini gütmekle kalmaz aynı zamanda yayın yapmak isteyenlere mecra tahsisi de yapar (ya da yapmaz).

Kaya (2016, 26), son dönemde uluslararası medya yazınında kullanılan “ana akım medya”, “merkez medya”, “muhalif medya” gibi kavramlara Türkiye’deki özel durumu betimleyen “havuz medyası”, “yandaş medya”, “candaş medya”, “paralelci medya” gibi yeni terimler katıldığına dikkat çekmektedir. Bu nitelemeler, her geçen gün artan siyasi kutuplaşmanın farklı noktalarındaki aktörler tarafından bir diğerini suçlamak için gündelik dile yerleştirilirken, ortaya hangi medya gruplarının “yandaş” olduğunu saptayabilecek örneklerin çıkması, bu sıfatların öznel yaftalamalardan ibaret olmadığını ortaya koymaktadır. Üzerine tezler, makaleler ve kitaplar yazılan Gezi protestoları sürecindeki medya tutumuna ilişkin bir önek, çokça “yandaş medya” tanımını ikâme etmek için kullanılmaktadır. Bu da protestolar sırasında Kuzey Afrika’da bulunan Başbakan Erdoğan’ın açıklamasında yer alan, “demokratik taleplere canımız feda” ifadesinin, ertesi gün Bugün, Sabah, Star, Habertürk, Türkiye, Yeni Şafak, Zaman gazeteleri tarafından manşete çekilmesi, ortak manşet atılmasıdır (Çam ve Yüksel, 2015, 67). Salt gazete okuyucuları değil,

televizyon izleyicileri de manşete çekilen ve/veya ekrana bildirilen “tek tip ifadelerle” o günden sonra da sıklıkla karşılaşacaklardır. “Havuz medyası” kavramı ise özellikle iktidara yönelik 17 Aralık 2013 tarihinde başlatılan yolsuzluk operasyonları sırasında kamuoyuna servis edilen ses kayıtları ve belgelerde ortaya çıktığı üzere, AKP’ye yakın iş adamlarının Sabah-ATV Grubunu satın almak üzere finansal bir havuza belli miktarlarda para koymaları yönünde yönlendirilmeleri üzerine sıklıkla kullanılmaya başlanan bir tanım olmuştur. Bu süreçte bazı iş adamlarından “havuza” katkı yapmaları istenirken, “havuz medyasının” ana gelir kaynağı olan ilân ve reklamlar konusunda iktidar ve iktidarın yönlendirdiği kamu ve özel sektör şirketleri tarafından desteklendiğini de belirtmek gerekmektedir. T24 haber sitesinin 2014 yılında The Nielsen Company’nin verilerine göre derlediği habere göre kamu şirket ve kurumları, en çok reklamı Sabah, Star ve Milliyet gazetelerine verirken, Sözcü, Cumhuriyet, Bugün ve Zaman gibi gazeteler reklam dağılımında son sırayı almıştı²¹. Güventürk Görgülü, reklam verenlerin (ve sosyal sorumluluk projesi ile sponsorluk faaliyetleri yapanların) pazarlama faaliyetlerinden umdukları fayda ile hükümeti kızdırmama arasındaki dengede tercihlerini ikinci şıktan yana kullandıklarını belirtmektedir (Görgülü’den akt. Karakaş, 2016, 13).

Daniel Hallin ve Paolo Mancini, farklı medya sistemlerini karşılaştırdıkları çalışmada, bir medya piyasasında sermayenin belli ellerde toplanmış olmasının, devletin medya patronları üzerindeki kontrolünün de artması anlamına geldiğini; bu durumda devlet desteği, sektörel düzenlemeler, kayırmacılık, çıkar ve güç birlikteliklerinin medya üzerinde etkili olduğu saptamasını yapmaktadırlar (Hallin ve Mancini, 2004, 48). Kayırmacılığın güçlü olduğu yapılarda, şirket sahiplerinin çıkarları doğrultusunda kurduğu siyasi bağlantılar, sahip oldukları medya kuruluşlarının yayınlarına da yansır. Bu “iş adamları” ellerindeki medya gücünü iktidar sahipleri ile bir pazarlık aracı olarak kullanır. Ceren Sözeri, 2014 yılı itibariyle, medya pazarında en büyük paya sahip beş medya grubunun (Doğan Grubu, Çalık Grubu, Doğuş Grubu, Ciner Grubu ve Çukurova Grubu) hemen hepsinin enerji, madencilik, finans ve inşaat alanında büyük yatırımları bulunduğuna dikkat çeker (Sözeri, 2014, 76). Önemli bir kısmı devlet ihalesi olan milyarlarca dolarlık iş ilişkilerinin bekası, hem medya patronlarının önceliğini, hem de o

²¹ <http://t24.com.tr/haber/hukumete-yakin-gazetelere-kamudan-reklam-yagdi,264896> (Erişim tarihi: 09.04.2016).

patronların atadığı medya yöneticilerinin de içine hapsediği “kırmızı çizgileri” belirler. Türkiye’de farklı birçok haber kuruluşunda muhabirlikten haber müdürlüğüne kadar farklı görevler üstlenen Ertuğrul Mavioğlu’nun bu konudaki saptamaları dikkate değer: “Yayın yönetmenlerinin mesleki tecrübelerini aktardıkları konuşmalarında ‘patronumdan hiç baskı görmedim’ cümlesi çok bilinen ve beklenen bir cümle olduğu kadar, bunun doğal bir durum olduğunu da bilmek gerekir. Çünkü asıl söylenmek istenen şudur: Patronumun üzerimde baskı kurmasını gerektirmeyecek kadar onun çıkarlarını gözettim, güç odaklarıyla dengeli ilişki kurmayı becerdim!... Yani masanın refleksini, masanın başında kim ya da kimler oturuyorsa belirleyecektir. Bu refleks de farklı iş alanlarında yatırımı da olan medya patronunun iktidarla ilişkisini bozmayacak biçimde ve bu ilişkinin bozulmasının bedelinin büyük olduğu bilinciyle üretilir” (Mavioğlu, 2012, 136-137).

Daha önce de belirtildiği gibi, birçok farklı sektörde faasliyet gösteren iş adamları, kimi zaman iktidarla pazarlık gücünü artırabilmek kimi zaman da medyaya akan teşvik ve reklamlardan pay alabilmek adına medya sektörüne yatırım yapmış ve 2000’li yıllara gelindiğinde Türkiye’de bir medya oligopolisi oluşturmuşlardır. Güventürk Görgülü’ye göre AKP iktidarı ile birlikte, medya kuruluşlarının iktidara yakın sermaye gruplarına devredilmesi, devredilmeyenlerin de kontrol altında tutulması için rekabeti bozucu adımlar atılmaya başlanmış, merkezi ve yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen kamu ihaleleri, arazi tahsisleri, kentsel dönüşüm projeleri rekabet dışı yöntemlerle fon aktarmanın aracı haline gelmiştir (Görgülü’den akt. Karakaş, 2016, 11). Bu nedenle, bu çalışmanın kapsadığı dönem itibarıyla medya sahipliğinin incelenmesi de medya patronlarının iktidara ne kadar gebe olduğunun anlaşılması için önemli bir veri sunacaktır. IPS İletişim Vakfı ile Bianet’in, Sınır Tanımayan Gazeteciler Almanya kanadı Reporter ohne Grenzen ile birlikte yürüttüğü Medya Sahipliği İzleme Projesi, 2016 yılı sonu itibarıyla, Türkiye’deki medya şirketleri hakkında ayrıntılı veriler içermektedir²². Bu proje kapsamında Türkiye İstatistik Kurumu’nun Nisan 2016’da yaptığı saptama çerçevesinde, Türkiye’de 2.371 gazete, 734 radyo istasyonu, 108 televizyon kanalı yayın yapmaktadır. Bu çok sayıdaki kuruluşa rağmen, medya takipçilerinin yüzde 40’ı sekiz medya grubunun “müşterisi” konumundadır. Doğan Grubu (Hürriyet ve Posta gazeteleri, Kanal D, Cnn Türk, tv2, Dream TV, Kanal D Romanya, Euro D televizyon kanalları, 14 farklı internet sitesi, Radyo D, Cnn Türk Radyo, Doğan Haber Ajansı ve onlarca farklı

²² <http://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/> (Erişim tarihi: 06.04.2017)

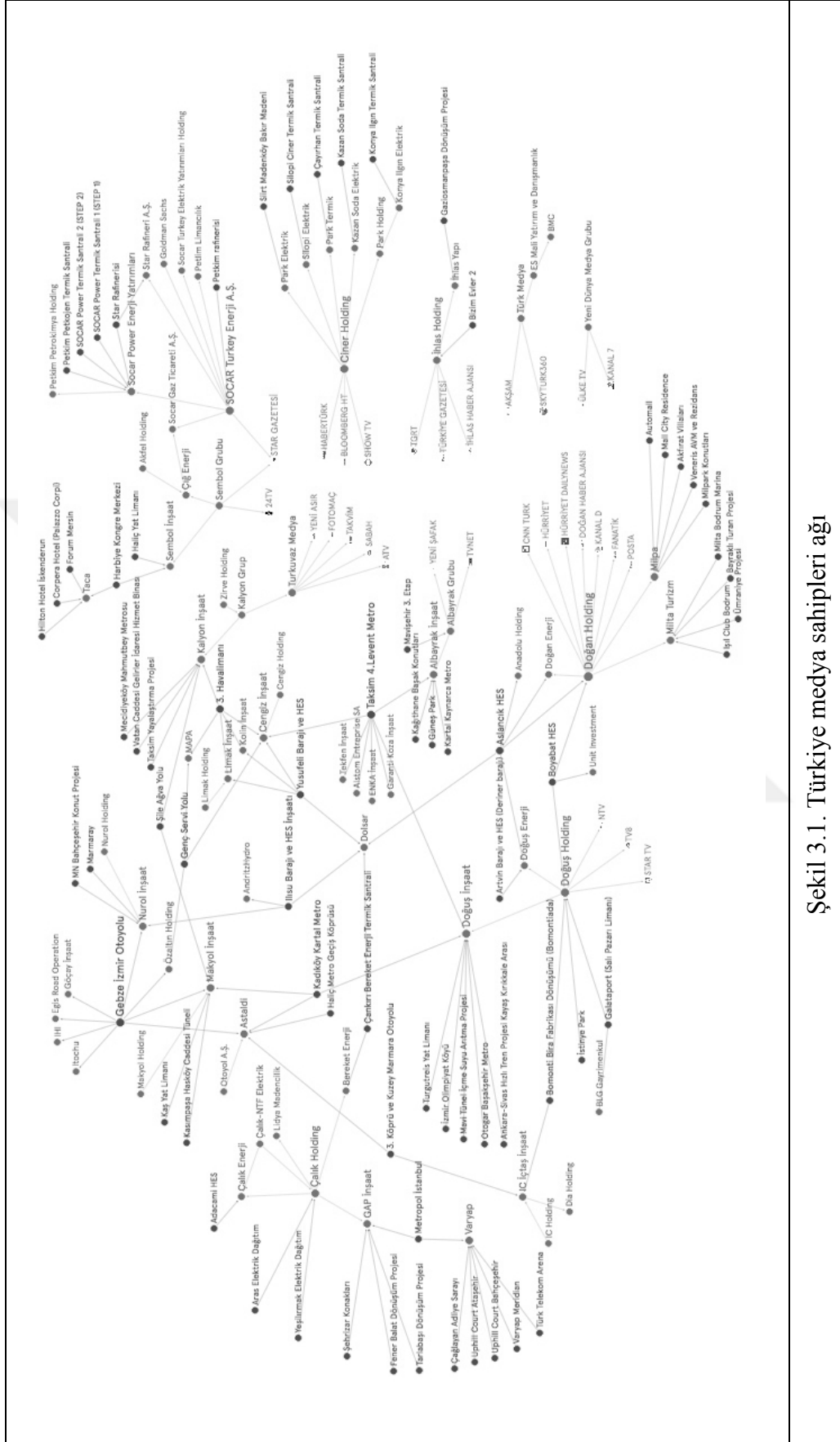
dergi) medya takipçilerinin yüzde 10'unu, Kalyon Holding (Sabah, Takvim, Fotomaç, Yeni Asır, Sabah Avrupa, Sabah USA gazeteleri, ATV, A Haber, ATV Avrupa, Yeni Asır TV, Minika televizyon kanalları, 6 farklı radyo istasyonu ile 6 internet sitesi, 10 dergi, Turkuvaz Haber Ajansı ile yayın ve dağıtım şirketleri), yüzde 7'sini, Demirören Holding (Milliyet ve Vatan gazeteleri 5 farklı web sayfası) yüzde 6'sını, Ciner Holding (Habertürk Gazetesi, Habertürk, Show TV, Bloomberg HT, Show Max, Show Turk televizyon kanalları, iki radyo kanalı ve 4 internet sitesi) yüzde 5'ini, Doğu Holding (NTV, NTV Spor, NTV Avrupa, Eurostar, Star TV, Kral TV televizyonları, 4 radyo istasyonu, on internet sitesi ve çok sayıda dergi) yüzde 4'ünü, 13 kanallı TRT yüzde 3'ünü, Sözcü gazetesi ve web sitesinin sahibi Estetik yayıncılık, yüzde 3'ünü, Kanal 7, Radyo 7 ve haber7 internet sitesinin sahibi Hayat Görsel Yayıncılık ise medya takipçilerinin yüzde 2'sini paylaşmaktadır. Yine bu çalışmadaki verilere göre, Türkiye'de "yatay yoğunlaşma"; yani sermaye sahibinin birden fazla (ve farklı mecra) yayın organlarına sahip olması, tipik bir durum ve televizyon ve radyo sektöründe yüzde 44 oranındadır. Yukarıda anılan holdinglerin önde gelenlerin faaliyet alanları şöyledir: Doğan holding: Medya, enerji, perakende, sanayi, gayrimenkul, otomotiv pazarlama, turizm ve finans. Kalyon Grup: Medya, İnşaat, enerji, alt yapı. Ciner Grup: Medya, enerji ve madencilik inşaat, medikal, turizm, liman işletmeciliği, deniz ve dava taşımacılığı, sigorta ve cam üretimi. Demirören Holding: Medya, enerji, perakende, turizm, limancılık, inşaat, eğitim. Doğu Grubu: Medya, bankacılık ve finans, otomotiv, inşaat, turizm, enerji, perakende, yeme-içme ve eğlence sektörleri. Gülseren Adaklı (2014, 18), yukarıdaki tabloyu "ultra-çapraz bütünleşme" olarak adlandırmaktadır, yani medya şirketlerinin, holdinglerin medya dışı yatırımlarının bir tür garantörü gibi çalıştığını belirtmektedir.

Medya patronlarının diğer sektörlerdeki faaliyet ve yatırımları üzerine son dönemdeki en kapsamlı çalışma ise "Mülksüzleştirme Ağları" projesi kapsamında biraraya gelen gönüllüler tarafından yürütülmektedir. "Graph Commons" ağ haritalama yöntemiyle 2013 yılında başlanan proje kapsamında "Türkiye medya sahipleri ağı" da ortaya çıkarılmıştır²³. Şubat 2017'de güncellenen ve şirketlerin internet siteleri, İstanbul Ticaret Odası ve ticaret sicili gazetesi gibi açık kaynaklardan yararlanılarak oluşturulan görsel veri tabanı, bu çalışma kapsamında ileride sunulmaktadır. Bu çerçevede bir kez

²³ <http://mulsuzlestirme.org/turkiye-medya-sahipleri-agi/> (Erişim tarihi: 09.04.2017)

daha görülmektedir ki, bünyesinde Türkiye’deki en etkili ve en çok takip edilen yayın kuruluşlarını barındıran holdingler, inşaat, enerji, alt yapı ve finans alanlarında sadece kamu ile yoğun iş (ve çıkar) ilişkisi içinde değil, aynı zamanda diğer holdingler ile de işbirliği içindedir.





Şekil 3.1. Türkiye medya sahipleri ağı

3.2.3. Ana akım haber kanalları: NTV, CNN Türk, Habertürk

3.2.3.1. NTV

NTV, 1996 yılında tekstil ve gayrimenkul alanlarında faaliyet gösteren iş adamı Cavit Çağlar tarafından kurulmuş ve 1999 yılında Doğuş Holding'e satılmıştır. 2016 yılı sonu itibariyle Doğuş Holding, medyanın yanı sıra, finans, otomotiv, inşaat, medya, turizm ve hizmetler, gayrimenkul, enerji ve yeme içme sektörlerinde 300'den fazla şirketin sahibidir²⁴. Türkiye'nin ilk haber kanalı olarak yayına başlayan NTV'nin Genel Yayın Yönetmeni Nermin Yurteri'dir. Uzun yıllar Ankara'da ağırlıklı olarak başbakanlık muhabirliği odaklı muhabirlik yapan Yurteri, 2010 yılında kanalın Haber Koordinatörlüğü görevine getirildi ve 2013 yılında da Genel Yayın Yönetmeni oldu. NTV'nin bağlı olduğu Doğuş Yayın Grubu'nun Yönetim Kurulu Başkanı ise aynı zamanda Holding'in Yönetim Kurulu üyeleri arasında yer alan, ayrıca inşaat ve maden makineleri mümessilliği yapan bir şirketin de Yönetim Kurulu Başkanı olan Erman Yerdelen'dir. Doğuş Yayın Grubu'nun NTV dışında sahip olduğu kanallar, Star TV, NTV Spor, Kral TV, Kral Pop TV, NTV Avrupa, Euro Star'dır. Grup aynı zamanda çok sayıda internet sayfası, radyo istasyonu ve dergiye de sahiptir²⁵.

3.2.3.2. CNN Türk

CNN Türk, 1999 yılında Doğan Medya Grubu ile ABD menşeli Time Warner şirketinin ortak girişimi ile kuruldu. Kanal bu haliyle Türkiye'de yabancı bir medya kuruluşuyla ortak olarak kurulan ilk televizyon kanalı oldu²⁶. Kanalın bağlı olduğu Doğan holding'in temelleri, 1959 yılında iş adamı Aydın Doğan'ın kurduğu şirket ile atıldı. Başta otomobil satışı yapan Doğan, ticari faaliyetlerinin sayısını artırdı ve 20 yıl sonra, 1979'da Milliyet, 1994 yılında ise Hürriyet Gazetesi'ni alarak Türkiye'nin en etkili medya patronlarından biri haline geldi. Bugün medyanın yanı sıra enerji, perakende, otomotiv, gayrimenkul, pazarlama, turizm ve finans sektörlerinde faaliyetleri bulunan Doğan Holding aynı zamanda yayıncılık alanında

²⁴ <https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/hakkimizda> (Erişim tarihi: 09.04.2017)

²⁵ <http://www.dogusyayingrubu.com.tr/markalarimiz/televizyon/> (Erişim tarihi: 09.04.2017)

²⁶ <http://www.doganholding.com.tr/is-alanlari/gorsel-ve-isitsel-medya.aspx> (Erişim tarihi: 09.04.2017).

gazete ve televizyonların yanı sıra, radyo yayıncılığı, internet, dijital platform, basım ve dağıtım alanlarında şirketlere sahiptir ve Türkiye’deki medya takipçilerinin en geniş kesimini elinde tutmaktadır²⁷. Aydın Doğan’ın kızı Arzuhan Doğan Yalçındağ’ın tepe yöneticisi olduğu CNN Türk’ün Genel Müdürü ise 2016 yılı Ocak ayından beri uzun bir habercilik kariyerine sahip olan Erdoğan Aktaş’tır. Uzun süre gazetecilik yapan Aktaş, özel televizyonuluğun ilk yıllarından itibaren bu sektörün içinde oldu. Çok sayıda kanalda çalışan Aktaş, hükümete yakınlığıyla bilinen Turkuvaz Holding’in bünyesindeki A Haber kanalını kurdu ve bir süre yöneticiliğini yaptıktan sonra ayrıldı. Aktaş’ın son durağı CNN Türk oldu.

3.2.3.3. Habertürk TV

Habertürk TV, 2001 yılında gazeteci Ufuk Güldemir tarafından kuruldu. Güldemir’in 2007’de hayatını kaybetmesinden sonra Ciner Holding tarafından satın alındı ve böylece Holding’in medya grubunun ilk faaliyete geçen yayın kuruluşu oldu. 1978 yılında kurulan Ciner Grubu, madencilik, enerji, cam, kimyasallar, denizcilik, turizm ve ticaret sektörlerinde faaliyet göstermektedir²⁸. Holding’in sahibi iş adamı Turgay Ciner, Yönetim Kurulu Başkanı hukukçu kökenli Kenan Tekdağ’dır. Kanalin Genel Yayın Yönetmenliği’ne 2016 yılı başında atanan isim Veyis Ateş’tir. Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi mezunu olan Ateş, bir dönem spikerlik ile din öğretmenliğini bir dönem birlikte yürütmüş, Habertürk TV’ye transfer olduktan bir yıl sonra da kanalın Ankara temsilciliği görevine getirilmişti. Ciner Yayın Holding bünyesinde Habertürk TV’nin yanı sıra Show TV, Bloomberg HT kanallarının yanısıra Habertürk Gazetesi, matbaa şirketi ve yapım şirketi de bulunmaktadır²⁹.

3.2.4. Medyanın “olağanüstü” hali

2016 yılında, 15 Temmuz’da meydana gelen darbe girişimi ve ardından kamuda yürütülen kitlesel tasfiye süreçleri, kentlerde düzenlenen terör saldırıları, Suriye ve Irak’ta yürütülen sınır ötesi askeri operasyonlar, Güneydoğu Anadolu’da

²⁷ <http://turkey.mom-rsf.org/tr/medya-sahipleri/sirketler/turkey/company/company/show/dogan-group/> (Erişim tarihi: 09.04.2017).

²⁸ <http://www.cinergroup.com.tr/hakkimizda> <http://turkey.mom-rsf.org/tr/medya-sahipleri/sirketler/turkey/company/company/show/dogan-group/>

²⁹ <http://www.cinergroup.com.tr/medya> (Erişim tarihi: 09.04.2017).

devam eden çatışma ve saldırılar Türkiye’de toplumsal gerilimin daha önce görülmemiş seviyelere yükselmesine yol açtı. Bu süreçte ana akımın dışında kalan ve dil ve haberciliğini iktidar alanındaki söylemden farklılaştıran basın yayın kuruluşları ve bu kuruluşlarda çalışanlar üzerinde hukuk aygıtı, ekonomik araçlar, medya ve sosyal medya aygıtları ile yürütülen toplumsal eleştiri ya da karalama kampanyaları gibi mekanizmalar ile kontrol sağlanmaya çalışıldı veya tasfiye seçeneği devreye sokuldu. 2016 yılının son altı ayında Türkiye artık resmen “olağanüstü hal”deydi. Darbe girişiminden altı gün sonra, 1 Temmuz 2016’da Resmi Gazete’de yayımlanan Bakanlar Kurulu kararına göre ülkede üç aylık süreyle olağanüstü hal ilân edildi³⁰. Daha sonra uzatılan olağanüstü hal süresince bu tarihten yıl sonuna kadar 12 farklı kanun hükmünde kararname (KHK) çıkarıldı. Bu KHK’lar uyarınca 16 televizyon kanalı, 24 radyo, 62 gazete, 19 dergi ve 29 yayınevi kapatıldı. Bunlardan sadece 9’u yeniden açıldı³¹. 27 Temmuz 2016 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanan KHK ile 15 Temmuz’daki darbe girişimini planlayan ve icra eden terör örgütü olarak anılan Fethullah Gülen cemaati ile ilişkili olduğu ifade edilen yayın organları kapatılırken³², 29 Eylül’de yayımlanan KHK’da³³ çoğu Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde yayın yapan ve Kürt siyasi temsilcilerinin yanısıra zaman zaman silahlı kanat temsilcilerinin görüş ve açıklamalarına da yer verilen yayın organları, “Terör örgütlerine veya Milli Güvenlik Kurulu’nca devletin milli güvenliğine karşı faaliyette bulunduğu karar verilen yapı, oluşum veya gruplara aidiyeti, iltisakı veya bunlarla irtibatı olan ... haber ajansları, gazeteler ve dergiler...” olarak nitelendirilerek kapatıldı.

Türkiye 2016 yılında sadece dünyada en çok gazetecinin cezaevinde olduğu ülke olmakla kalmadı, aynı zamanda Gazetecileri Koruma Örgütü raporuna göre³⁴, “herhangi bir zamanda, bir ülkede, cezaevinde olan gazeteciler bakımından en yüksek sayıya ulaştı”. Ulusal ve uluslararası farklı basın meslek kuruluşları ve sivil

³⁰ <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/07/20160721-4.pdf> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

³¹ <http://t24.com.tr/haber/tam-liste-15-temmuzdan-sonra-kac-khk-cikarildi-kac-kurum-kapatildi-hangi-kurumdan-toplam-kac-kisi-ihrac-edildi,374482> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

³² <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/07/20160727M2..htm/20160727M2..htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/07/20160727M2..htm> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

³³ <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/10/20161029.htm/20161029.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/10/20161029.htm>

³⁴ <https://cpj.org/reports/2016/12/journalists-jailed-record-high-turkey-crackdown.php> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

toplum örgütleri cezaevindeki gazetecilerin sayısı bakımından farklı sayılar ortaya koymaktadırlar. Bu çerçevede 2016 yılında Türkiye’de en az 81 (Gazetecileri Koruma Örgütü Raporu), en çok 144 gazetecinin³⁵ tutuklu ya da hükümlü olduğu ortaya çıkmaktadır. Veriler arasındaki bu fark, farklı kuruluşlar tarafından gazeteciliğin sınıflandırmasından kaynaklanmaktadır. Bazı örgütler, basın sektöründe ve yan kollarında çalışan (örneğin matbaa, dağıtım, idari görevler), herkesi listelerine dahil ederken, diğerleri sadece muhabirlik, editörlük, yazarlık, kameramanlık, foto muhabirliği yapanlara listelerinde yer vermektedirler. Gazetecilik mesleği sınıflandırması konusunda en “tutumlu” kurum ise hükümettir. 29 Kasım 2016 tarihinde TBMM’de bir soru önergesine yanıt veren Adalet Bakanı Bekir Bozdağ, 24 Mayıs 2016 itibariyle cezaevlerinde sadece 3 sarı basın kartlı gazetecinin bulunduğunu bildirmiştir³⁶. Hükümet kanadından daha önce de benzer açıklamalar gelmiş ve Başbakanlık Basın Yayın Genel Müdürlüğü tarafından verilen “sarı basın kartı” bulunmayanlar gazeteci olarak sınıflandırılmamıştır. Oysa, Türkiye’deki medya kuruluşlarının ağırlıklı eğilimi, çalışanlarını, kendilerine daha fazla maddi külfet getiren, basın yasası kapsamında sigortalamak yerine, işçi olarak sigortalandırmak yönünde olmakta ve böylece çoğu medya mensubu “sarı basın kartına” hak kazanamamaktadır. Ayrıca olağanüstü hal sürecinde çok sayıda gazetecinin basın kartları, terör örgütleriyle irtibatları olduğu gerekçesiyle, ya iptal edilmiş, ya da yenilenmemiştir³⁷.

İktidar tarafından, özellikle yurt dışından basın özgürlüğü konusunda getirilen eleştirilere karşı geliştirilen yanıtlardan biri de cezaevindeki gazetecilerin, “gazetecilik faaliyetleri nedeniyle tutuklanmadığı” iddiasıdır. Adalet Bakanı Bekir Bozdağ, Kasım 2016’da Avrupa Birliği tarafından hazırlanan ilerleme raporuna dair yaptığı açıklamada, “Türkiye ceza ve tutukevlerinde mesleği gazetecilik olanlardan bulunanların, kendilerine isnat edilen adam öldürme, sahtecilik, terör örgütü üyeliği, anayasal düzeni ortadan kaldırmaya teşebbüs gibi değişik suçlardan tutulduğunu”

³⁵ <http://www.tgc.org.tr/aciklamalar/1187-tgc-2017-yilinda-gazetecilik-yapabilir-olmayi-umut-ediyoruz.html> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

³⁶ <http://www.birgun.net/haber-detay/bozdag-cezaevlerinde-kac-gazeteci-var-sorusuna-boyle-cevap-verdi-137562.html> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

³⁷ <http://bianet.org/bianet/medya/178413-115-gazetecinin-sari-basin-karti-iptal-edildi>, <http://bianet.org/bianet/medya/176922-byegm-34-gazetecinin-basin-kartini-iptal-etti>, <http://bianet.org/bianet/medya/177342-330-basin-karti-iptal-edildi> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

iddia etmiştir³⁸. Savcılıklarca hazırlanan iddianamelerde de gazeteci ve/veya medya sektörü çalışanlarının “terör örgütü üyeliği”, “terör örgütlerine destek vermek” ya da “terör örgütleriyle ilişkili olmak” gibi iddialarla suçlandıkları dikkat çekmektedir. Yıllardır Türkiye’de gazetecilerin hakları konusunda kapsamlı çalışmalar yürüten Erol Önderoğlu’nun, bianet.org internet sitesi için derlediği veriler çerçevesinde³⁹ sadece 2016 yılında cezaevindeki tutuklu gazetecilerin sayısı 31’den, 131’e yükselmiştir. Rapora göre, “gazetecilerin 81’i "Fethullahçı Terör Örgütü" (FETÖ) soruşturması kapsamında tutuklanırken 31’i de PKK örgütüyle ilişkilendirilen Kürt medyası çalışanlarıdır”. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti verilerine göre ise⁴⁰ 2016 yılında, 839 gazeteci yaptıkları haberler nedeniyle açılan davalarda hakim karşısına çıkmıştır. Yine aynı rapora göre kapatılan basın yayın organları ya da medya kuruluşlarındaki tasfiyeler sonrasında işsiz kalan medya çalışanlarının sayısı 10 bini aşmıştır.

Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) verilerine göre, 2016 yılında mahkemeler 40 farklı olayda yayın yasağı kararı verdi⁴¹. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti açıklamasında⁴², bu yayın yasaklarından 14’ünün toplumsal olayları kapsadığı belirtildi. Mahkemelerin yayın yasakları oldukça geniş kapsamlıydı ve karar metinlerinde ağırlıklı olarak aynı ifadeler kullanılmakta ve “soruşturma dosyası kapsamı hakkında yazılı, görsel ve internet medyasında, sosyal medyada her türlü haber, röportaj, eleştiri ve buna benzer yayın yapılmasını” engelleme amacı güdülmekteydi⁴³. Tüm bu veriler çerçevesinde, Türkiye uluslararası basın özgürlüğü raporlarında en çok eleştirilen ülkelerden biri haline geldi. Gazetecileri Koruma Komitesi (CPJ) raporuna göre Türkiye, cezaevindeki gazeteci sayısı bakımından bir yılda Çin ve Mısır’ı geride bırakarak 1. sıraya yükseldi. Komite yıllık raporunun

³⁸ <http://www.abhaber.com/adalet-bakani-bozdogdan-abye-rapor-tepkisi-utanc-verici/> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

³⁹ <http://bianet.org/bianet/medya/183487-2016-gazeteciligin-ohal-kiskacina-alindigi-yil> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴⁰ <http://www.tgc.org.tr/aciklamalar/1187-tgc-2017-yilinda-gazetecilik-yapabilir-olmayi-umut-ediyoruz.html> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴¹ <https://www.rtuk.gov.tr/mahkeme-yayin-yasaklari/5320/3929/2016-yili-mahkemelerin-yayin-yasagi-kararlari.html> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴² <http://www.tgc.org.tr/aciklamalar/1207-gazetecilerin-sorunu-calisamamak-2.html> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴³ <http://t24.com.tr/haber/dolmabahcedeki-bombali-saldiriya-iliskin-sosyal-medyayi-da-kapsayan-yayin-yasagi,376176> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

önemli bir kısmını Türkiye’deki hak ihlallerine ayırdı⁴⁴. Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü verilerine göre ise Türkiye “Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi”nde bir önceki yıla göre 2 sıra gerileyerek 180 ülke arasında 151. sıraya düştü⁴⁵. Freedom House düşünce kuruluşu, Türkiye’yi “kısmen özgür” olarak nitelediği yıllık raporunda basın özgürlüğü durumunu, “özgür değil” olarak tanımladı⁴⁶. 2016’da tutuklanan gazeteciler arasında Uluslararası Basın Basın Enstitüsü (IPI) Türkiye Ulusal Komitesi Başkanı ve Cumhuriyet Gazetesi yayın danışmanı Kadri Gürsel ile Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) Türkiye temsilcisi Erol Önderoğlu da vardı ve bu kuruluşlar kendi çalışanlarının özgürlüklerine kavuşabilmeleri için de kampanyalar yürüttüler. AB Komisyonu’nun Türkiye üzerine kaleme aldığı 2016 yılı raporunda⁴⁷, “ifade özgürlüğü alanında bir önceki yıla göre önemli gerileme olduğu” saptamasına yer verildi ve gazeteci ve yazarlara açılan davalar eleştirildi. Yine 2016 yılında, Birleşmiş Milletler Özel Raportörü ve Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) tarafından da Türkiye’de gazetecilere yönelik uygulamalar protesto edilmiştir⁴⁸.

⁴⁴ <https://cpj.org/reports/2016/12/journalists-jailed-record-high-turkey-crackdown.php> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴⁵ <https://rsf.org/en/turkey> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴⁶ <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/turkey> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴⁷ https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/pdf/key_documents/2016/20161109_report_turkey.pdf (Erişim tarihi: 17.02.2017).

⁴⁸ <http://www.osce.org/fom/256836> (Erişim tarihi: 17.02.2017).

4. TELEVİZYON TARTIŞMA PROGRAMLARI

4.1. Gazetecilik alanı, haber kanalları ve tartışma programları

Bu çalışma kapsamında odaklanılan üç televizyon kanalı; NTV, CNN Türk ve Habertürk, genel anlamda haber medyası (*news media*) kümesi içinde yer almakta ve gazetecilik alanı içinde değerlendirilmektedirler. Liberal görüşte gazetecilik, yasama, yürütme, yargı organlarının yanısıra, toplumsal düzenin dördüncü kuvveti olarak kavramsallaştırılmış; siyasal iktidarı halkın genel refah ve çıkarları doğrultusunda denetleyen “bekçi köpeği” (*watchdog*) olarak “kutsanmıştır”. Medyanın sahip olduğu etkili güç, genellikle araştırmacıların, salt bu alan içinde çalışma yapmasını beraberinde getirmiştir. Ancak Marchetti’nin de belirttiği gibi (2005, 75), gazetecilik üretimi salt bu alana özgü bir süreç değildir. Medya merkezci bir çözümlemenin kısıtlarından kurtulmak için gazeteciliğin diğer alanlarla başta siyasal alan ve ekonomik alanla, ilişkilerinin de çözülmesi gerekmektedir.

Herbert Gans (2003, 21), gazetecilik mesleğinin tanımını güncel pratikler çerçevesinde şöyle yapmaktadır: “Gazeteciler, haber izleyicilerinin kabul edeceği ve reklam verenlerin masrafını karşılayacağı şeyleri arz için çalışan ve çoğunluğu ticari haber medya kuruluşları için çalışan profesyonellerdir”. Gazeteciler, ürünleri “haber” olan beyaz yakalı işçilerdir ve bir seçme, vurgu yapma ve önemsizleştirme sürecinin aktörü durumundadırlar. Meslekte bu, neyin “haber değeri taşıdığı” üzerine yapılan tartışmayla gerçekleştirilir. Haberciliğin bu yönüne vurgu yapan çalışmalarda “eşik bekçiliği” (*gatekeeping*) ve “gündem belirleme” (*agenda setting*) modelleri oluşturulmuştur. Artık haber merkezlerinde gündem belirleme ilkeleri kurumsal hale gelmiştir ve bu işleyişin çözülmesi için farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bir yaklaşıma göre haberciler, dışarıda hali hazırda var olan haber konusunu bulup onu işlerler. Ancak Gaye Tuchman gibi yapısalcılara göre gazeteciler, gerçekliği bulmaktan çok, onu “inşa etmektedirler” (Louw, 2010, 58). Haberlerin toplumdaki bireylerin dünyaya baktıkları bir çerçeveye inşa ettiğini ifade eden Tuchman, neyin haber değeri taşıdığı yargısının bir dönemden diğerine değiştiğini, bir olayı

aktarıırken aslında o olayı tanımlayıp şekillendirdiğini belirtmektedir (Tuchman, 1978, 184).

Bourdieu'ya göre, bir gazetecinin ne söyleyeceğini yazacağını, neyi besbelli ya da düşünölebilemez, doğal ya da kendine yakışmaz türden bulacağını öğrenmek için gazetecilik alanı içinde işgal ettiğı konumun bilinmesi, yani çalıştığı basın kuruluşunun elinde tuttuğı çeşitli göstergeler arasından, ekonomik ağırlığına, pazar paylarına ancak aynı zamanda tanımlanması daha zor olan simgesel ağırlığına göre ölçölen özgül gücünün bilinmesi de gerekir (Bourdieu, 2000, 47). Alan, daimi bir mücadelenin sahnesidir. Alana yeni girenlerin (gazetecilerin ve/veya patronların) “heterodoks” durumları ile alanın mevcut, yerleşik baskın gruplarının “ortodoks” tutumları, alanın dinamik yapısının ve statüsünün yeniden-üretimine neden olur (Kaya, 2016, 401). Dolayısıyla bir yandan gazetecilik alanı korunurken, diğeryanda bu, statik ve değışmez tanımlar (olumlu ve olumsuz anlamlarda) içermemektedir.

Gazetecilik üzerine yapılan çalışmalarda habercilerin kaynaklarıyla ilişkilerine özel vurgu yapan yaklaşımlar da mevcuttur. Bu bakış açısına göre, gazetecilik dünyasında çoğı kez bir “olay”, bir kaynağın aktardığı şekliyle var olur, gerçekten olup bitenler üzerinden değil. Haberciler dünyayı kaynaklarının gözlüğüyle görmeye yatkındır. Bu kaynaklar, gazetecilere olaylara karşı çerçeve ve bakış açısı sunarlar. Bir kaynağın ilgisini çeken olay, gazetecinin de ilgisini çekmektedir; onun kayıtsız kaldığı konular, gazetecinin de ilgi radarının dışına çıkar. Gazeteci aşına olduğı bu kaynaklar dünyasında sorularına verilen yanıtlardaki nüanslara daha duyarlı hale gelir ve süreçteki değışiklikleri bunlar üzerinden gözlerler (Paletz ve Entman, 1981, 20). Medya kuruluşlarının, resmi yetkililerle karşılıklı bağımlılığı sonuncu gazete ve televizyonlar bu kişilerin doğrudan müdahalesine daha açık hale gelmekte, kimi zaman bu müdahaleler anlık çalan telefonlar kadar doğrudan olmaktadır.

Edward Herman ve Noam Chomsky, ABD'deki büyük medya kuruluşlarının işleyişini kapsamlı biçimde ele aldıkları “Rıza üretimi” adlı kitaplarında (1988), medyada tüm içeriğın sınırlandırılmasına kadar varan saklı bir sansür mekanizması olduğunu belirtmekte ve bunun en önemli araçlarından birisinin de haberlerin beslendiğı kaynaklar konusundaki “filtreleme” mekanizması olduğuna vurgu

yapmaktadırlar. Onlara göre ABD'deki medyayı, otokratik rejimlerdekinden ayıran, buradaki denetimin göz önünde değil, saklı olmasıdır. Bir başka yaklaşıma göre ise, siyaset ve ekonomi alanlarının gazetecilik alanına etkisi, “sektörün içine kapanmasına” ve böylece ürünlerinin fetişleştirilmesine karşı bir emniyet sübabı görevi görür. Michael Schudson (2005, 219), ekonomi ve siyaset alanlarının etkilerinin, hatta izlenme oranı baskısının, gazetecilik alanının böylesi bir içe kapanmadan doğabilecek istenmeyen bir ataletin içine düşmesine engel olabileceğini, alana bir canlılık ve değişim getirme gücü olabileceğini ifade etmektedir. Schudson özellikle bir nükleer santral kazası ve 11 Eylül saldırıları gibi durumlarda gazeteciliğin ne ekonomik ne de siyasi baskı ile hareket edemeyeceğini, gerçek gazetecilik pratiğinin açığa çıktığını vurgulayarak bu iddiasını pekiştirmektedir. Ancak Türkiye gibi büyük toplumsal olaylar (örn. Gezi protestoları) ve terör saldırılarının yaşandığı süreçlerde kimi zaman genel yayın yönetmenlerine telefonlarla verilen talimatlar, kimi zaman da mahkemelerin çıkardığı yayın yasakları böylesi bir serbest habercilik alanının tesisini engellemekte, bunların geciktiği anlarda da çoğunlukla medya kuruluşunun sahibinden, haberi hazırlayan muhabir ya da prodüktöre kadar haber hiyerarşisinin her basamağında işleyebilen oto sansür devreye girmektedir.

Umberto Eco, bir iş adamının (Commendator Vimercate), rakipleri üzerinde baskı kurmak amacıyla ortaya attığı bir proje kapsamında, bir yıl boyunca hiç yayımlanmayacak bir gazete için çalışan gazetecilerin öyküsünü anlattığı “Sıfır Sayı” adlı romanında iki gazetecinin arasındaki konuşmaya yer verir. Romanın kahramanı Colonna’yı projeye davet eden bir diğer gazeteci Simei, projeyi şöyle anlatmaktadır: “Commendatore finansman dünyasının, bankaların ve hatta büyük gazetelerin o güzel salonuna adım atmak istiyor. Her konuda gerçeği dile getirecek yeni bir günlük gazetenin vaadi olacağız. On iki adet sıfır sayı çıkaracağız; 0/1, 0/2 gibi düşünün; çok sınırlı sayıda basılacak, Commendatore bunları değerlendirecek ve sonra kendi bildiği bazı kişilerin incelemesine sunacak. Commendatore finansman ve politika dünyasının güzel salonunu rahatsız edebileceğini kanıtladıktan sonra, olasılıkla bu güzel salon ona bu düşünceden vazgeçmesini rica edecek, o da ‘yarın’ tasarısını bir kenara kaldırıp güzel salona giriş yapma iznini koparacak” (Eco, 2015, 28). Umberto Eco’nun bu satırları kaleme alırken, döneminde İtalya’nın en önde gelen medya patronu olan eski başbakan Silvio Berlusconi’den ilham aldığı rahatlıkla

düşünülebilse de bahsettiği “Commendatore” karakterinin evrensel bir kişi olduğu göz ardı edilmemelidir. McNair’in de (2003, 78) belirttiği gibi, medya patronlarının beklentisi çoğu zaman salt kısa vade kârlar elde etmek değildir. İçinde devinim gösterdikleri sistemi şekillendirmek ve uzun dönem finansal ve politik çıkarlara dönük olarak da yapılır bu yatırımlar. Bir önceki bölümde ortaya konduğu gibi çalışma kapsamında ele alınan kanallar, Türkiye’de de birçok farklı sektörde faaliyet gösteren holdinglerin parçasıdırlar ve Adaklı’ya göre (2014, 18), bu şirketler esasen kâr amaçlı, medya üretimine dayanan görece bağımsız yapılar olmaktan çok, “holdinglerin başka sektörlerdeki yatırımlarını güvence altına alma, siyasal nüfuz elde etme, gibi saiklerle araçsallaştırılmaktadırlar”.

Aşağıda daha da ayrıntılı ele alınacağı üzere ana akım medyanın kâr marjı en düşük bileşenlerinden biri haber kanallarıdır. Ancak bir yandan yukarıda değinildiği gibi, iktidarla pazarlık güçlerini artırmak isteyen, diğer yandan da alım gücü yüksek olan kesimi hedefleyen reklam verenlerin bulunduğu reklam pastasına ortak olmak isteyen medya patronları, bu sektöre yatırım yapmaktadırlar. İşte böyle bir ortamda muhabir haberciliğine ayrılan kaynaklar sık sık kesintiye uğramaktadır ve uzayıp giden haber kuşaklarının yerini, içi haber ajanslarının servis ettiği “havuz” haberleriyle dolu bültenler ile haber programları, tartışma programları ve sohbet programları almaktadır. Jacobs ve Townsley (2011, 5), PEW Araştırma Merkezi’nin verilerine dayanarak, kâr baskısı altında birçok kuruluşun, çalıştırdıkları muhabir sayısını ve yayınladıkları araştırmacı/sorgulayıcı haberleri azalttıkları saptamasında bulunur. Buna karşılık gazete ve televizyonlarda yorumların (ve yorum/tartışma programlarının) sayısı artmıştır. Bu Türkiye’deki haber kanalları için de geçerli bir saptamadır.

4.2. Türkiye’de tek kanaldan özel televizyonlara tartışma programları

Türkiye tartışma programı formatı ile özel televizyonlardan önce, TRT ile tanışmıştır. Kuruluşundan beri uzunca bir süre TRT yöneticilerinin yüzleri de Batı’ya dönük olmuş, televizyonculuğa ilişkin teknik eğitimleri almak için çok sayıda kurum personeli yurtdışına gönderilmiş bu süreçte Batı’daki program formatları da Türkiye’ye uyarlanmıştır ki bunlardan biri de stüdyo haber tartışma programlarıdır. 1988-1989 yıllarında Ali Kırca tarafından sunulan “Açık Oturum” programı ayda iki

kez yayınlanmış ve yirmi bölüm sürmüştür⁴⁹. Yine aynı yıllarda Uğur Dündar tarafından sunulan “Forum” da çok sayıda katılımcının görüşlerine ekranda yer verilen bir programdır⁵⁰. Özel televizyonlar ile bu programların hem sayısı, hem de yayınlanma sıklıkları artmıştır. Özel televizyonlar sadece niceliği artırmakla kalmamış, format konusunda dramatik değişimlere izin vermeyen bu tür programların içerikleri de değişmeye başlamıştır. Bülent Çaplı’nın (2008, 145), “özel televizyonculuğun kural tanımaz çocukluk çağı” olarak andığı ve Türkiye’nin “reyting, reality show, paparazzi ve talk show” gibi yabancı kavramlarla tanıştığı ilk dönemlerden itibaren tartışma programları arasında yaşanan reyting rekabeti, o güne kadar ekranlara davet edilmeyen ve/veya temsil olanağı bulamayan (TRT normlarına göre) daha “uç” isimlerin ekrana çıkarılmasına, üslûp ve içerik açısından daha geniş bir yelpazede söylemlerin televizyonlarda dillendirilmesine olanak sağlamıştır. Ancak bu, aşağıda Ulus Baker’in eleştirisinde görüleceği üzere sınırsız bir demokrasi anlayışı değildir.

Reha Muhtar tarafından 1992 yılında TRT’de sunulmaya başlanan ve sonra sırasıyla Star TV ve Show TV’de devam eden “Ateş Hattı”, Mehmet Ali Birand ve Can Dündar tarafından 1993-1994 yıllarında 44 bölüm olarak yayınlanan “Çapraz Ateş”, Hulki Cevizoğlu tarafından 1994 yılında HBB’de sunulmaya başlanan (ve birçok kanal gezdikten sonra kısa süre öncesine kadar Ulusal Kanal’da devam eden) “Ceviz Kabağı” önde gelen tartışma programlarından. Türkiye’de en çok iz bırakan tartışma programı ise yaklaşık 20 yıl boyunca ekranlarda kalan, Ali Kırca’nın sunduğu “Siyaset Meydanı” olmuştur. Program, ilk olarak 6 Şubat 1994’te yayınlanmıştır⁵¹. Ali Kırca ile kanal kanal dolaşan program, zaman zaman süre, ve format değişikliklerine uğrasa da programın genel çizgisi ağırlıklı olarak ikili bir yapı olarak korunmuştur; meslek, sektör, siyasi parti, sivil toplum kuruluşu ve akademik dünyanın temsilcilerinin “uzmanlar” olarak konumlandırıldığı bir ana tartışma aksıyla, “halk meclisi” adı verilen ve “sokaktaki vatandaş” olarak sunulan katılımcılardan yer yer programın temposunu artırma, soruları çeşitlendirme ya da gündem içi başlıkları değiştirme noktasında faydalınılan bir entegre ikili yapı

⁴⁹ [https://tr.wikipedia.org/wiki/A%C3%A7%C4%B1koturum_\(TV_program%C4%B1\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/A%C3%A7%C4%B1koturum_(TV_program%C4%B1)) (Erişim tarihi: 29.03.2017)

⁵⁰ [https://tr.wikipedia.org/wiki/Forum_\(TV_program%C4%B1\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Forum_(TV_program%C4%B1)) (Erişim tarihi: 29.03.2017).

⁵¹ https://tr.wikipedia.org/wiki/Siyaset_Meydan%C4%B1 (Erişim tarihi: 29.03.2017).

şeklinde seyretmiştir. Ulus Baker, Birikim Dergisi için kaleme aldığı “Medyaya nasıl direnilir?” başlıkta yazıda sözü bu programlara da getirmektedir⁵²: “Siyaset Meydanı gibi programlara bakın: Bunlarda bir ‘kamu tartışması’ndan çok, yine medya tarafından gündeme getirilmiş belirli sayıdaki konuda kaba bir aklama-karalama faaliyetinin yürütüldüğünü görüyoruz. Dışarıda kimin ne kadar konuşma özgürlüğü varsa program sırasında da aynı oranda özgürlüğe sahiptir. Başka bir deyişle, siyasetçi demagojisini, akademisyen etkisiz ukalalığını, ‘halk’ı temsilen çağrılan kişiler de ‘sokağın sesleri’ diyebileceğimiz bir bastırılmış (asla kaale alınmayan) istekler, talepler, protestolar bombardımanını rahat rahat yapıp durur. Özel ya da devlete ait medya kuruluşlarının aralarında bu açıdan herhangi bir karşıtlığın bulunmadığı da besbelli. ‘İyi program’ın çok seyredilen, çok satan –günümüz ‘piyasa ideolojisi’ uyarınca– program anlamına gelmesi ve bundan başka hiçbir anlama gelmemesi, başka bir kritere boyun eğmemesi sözkonusudur bugün”. 90’lı yıllarda Mehmet Ali Birand ile birlikte bir tartışma programı sunduktan sonra 10 yıldan uzun bir süre buna ara veren Can Dündar, 2008 yılında, NTV’de sunduğu “Neden?” adlı tartışma programının ikinci yılı dolayısıyla Milliyet’te kaleme aldığı yazıda⁵³ tartışma programlarına ilişkin deneyimlerini de paylaşmıştır. Dündar, belki Baker gibi tartışma programının kurulu medya düzeninde neyi temsil ettiğini irdelememiştir bu yazısında ama bu programın neyi temsil etmediğini anlatmakta ve programın “halkın” gerçek gündeminden kopuk olduğu saptamasında bulunmaktadır: “‘Neden’ bana medyanın gündemiyle halkın gündeminin ne kadar birbirinden farklı olduğunu bir kez daha öğretti. Programın izlenme oranının ölçülmediğini yazmıştım; ama izleyiciden internet aracılığıyla gelen mesajlar en çok hangi yaraların kanadığını anlamamızı sağladı. Anayasa tartışmasından askeri operasyona, siyasal İslâmdan Cumhurbaşkanlığı krizine kadar tartıştığımız türlü çeşit program arasında en çok mesaj alanlar hangileriydi biliyor musunuz? Sosyal güvenlik, sağlık ve eğitim”. Son dönemde sektörde ve reklam verenler arasında “tematik kanallar” olarak anılan haber kanalları da kamuoyuyla paylaşılmasa da izleme oranı ölçümlerine başvurumaktadırlar. Türkiye’de, sonraki bölümde daha geniş ele alınacağı gibi, izlenme oranlarının ne kadar sağlıklı tespit edildiği bir tartışma konusu olsa da,

⁵² http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/4590/medyaya-nasil-direnilir#.WLBIVj_Vs3g (Erişim tarihi: 24.02.2017)

⁵³ <http://www.milliyet.com.tr/-neden- -studyosunda- iki-yil/can-dundar/pazar/yazardetayarsiv/25.10.2010/873994/default.htm> (Erişim tarihi: 27.03.2017) .

eldeki tek nesnel veri seti olma iddiasıyla hazırlanan bu veriler bu çalışma kapsamında değerlendirmeye alınacaktır.

4.3. Reyting savaşları

Haber kanalları büyük toplumsal olayların ve/veya felaketlerin gerçekleştiği dönemlerde en çok izlenen kanallar haline gelmektedir. Gans (2003, 21-22), Nielsen araştırma şirketi raporlarına göre 2001 yılında ABD’deki üç büyük haber programının ortalama 28 milyon seyirciyi ekran başına çektiğini, 11 Eylül saldırıları akşamı bu sayının 79 milyona yükseldiğini, ve sonraki altı ay boyunca yaklaşık 30 milyonluk izleyici ortalamasıyla devam ettiklerine dikkat çekmektedir. Benzer bir şekilde Türkiye’de de reyting sıralamalarının al sıralarında yer alan haber kanalları terör saldırısı, doğal afet, önemli siyasi gelişmelerin olduğu dönemlerde izlenme oranlarında dramatik artışlara sahne olmuşlardır. 15 Temmuz darbe girişimi sırasında halkın çoğunun darbe girişimini televizyon üzerinden öğrendiği yönündeki araştırmanın bulguları daha önce aktarılmıştı. Ancak haber kanalları uzun bir süre ilgi odağı olmaya devam etmiş, özellikle bu çalışmanın gerçekleştirildiği süreçte, bir dönem Fethullah Gülen cemaatinde önemli görevler edinen ve daha sonra cemaate karşı cephe alanların katıldığı programlar reyting rekorları kırmıştır. Örneğin, CNN Türk kanalında 5 Ağustos 2016 tarihinde yayınlanan ve Didem Arslan Yılmaz’ın sunduğu “Türkiye’nin Gündemi” adlı programa Gülen cemaatinin içinde yıllarca bulunmuş Nurettin Veren ve Ahmet Keleş katılmış ve CNN Türk’ün aktardığı kadarıyla, kanal %12,09’luk izlenme oranıyla Türkiye’de en çok izlenen kanal olup bir rekor kırmıştır⁵⁴. Burada dikkat çekici olan bir diğer konu ise bu iki ismin aslında medyaya yabancı olmamasıdır. O dönemde gazetelerde köşe yazan bu isimler programda dile getirdikleri iddiaları daha önce defalarca daha az okunma ve izlenme oranına sahip yayın kuruluşlarında dile getirmiş ancak açıklamaları “ana akım” haber kanalında katıldıkları yayın sırasında ve sonrasında olduğu kadar ses getirmemiş ve dikkat çekmemiştir. Yukarıda değinilen örnek, oldukça istisnai bir duruma işaret etmektedir. Sıra dışı gelişmeler olmadıkça haber kanallarının da bu kanallardaki haber tartışma programlarının da izlenme oranları “prime time” olarak anılan ve program akışında ağırlıklı olarak dizi, yarışma, eğlence ve filmlere yer veren

⁵⁴ <http://www.cnnturk.com/turkiye/turkiye-cnn-turk-izledi> (Erişim tarihi: 25.04.2017)

kanalların oldukça gerisinde seyretmektedir. Bu tabloyu çözümleyebilmek için izlenme oranları (reyting) sistemine de verilere de değinmek gerekmektedir.

Reklamcılar derneği verilerine göre Türkiye’de medya yatırımları; bir başka deyişle, reklam pastasının boyutu 2016 yılı ilk altı ay itibariyle 3 milyar 662 milyon TL’yi buldu. Bu, 2015’in aynı dönemine göre %14 büyüme demektir⁵⁵. Aşağıdaki tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere, Türkiye’de medyaya aktarılan reklamların yarıdan fazlası televizyonlara yöneltilmektedir. Bu sektörde aslan payı yoğun bir reyting mücadelesi içinde olan (ve izlenme oranları ölçülerek açıklanan), “prime time” televizyon kanallarına düşmektedir. Haber kanalları “tematik” başlığı altında sıralanmaktadırlar. Son yıllardaki veriler göz önüne alındığında genel olarak medyaya yönelik reklam bütçeleri düzenli artış göstermektedir. Gazete ve dergilerin reklam pastasından aldığı pay, azalırken televizyonlar pozisyonlarını korumakta, basılı yayınlardan kaçan reklamlar, dijital platforma yönelmektedir.

Tablo 4.1. Türkiye’de medya reklam pazarı

	2013		2014		2015		2016 (İlk 6 ay)	
	M TL	%	M TL	%	M TL	%	M TL	%
TV Ölçülen	2.303,3	% 45	2.436,6	%41	2.635,1	%41	1.627,19	%44
TV Tematik	605,2	%12	615,6	%10	635	%10	320,93	%9
TV Toplam	2.908,5	%57	3.052,3	%51	3.270,05	%51	1.948, 12	%53
Dijital Toplam	494,8	%10	1182,9	%20	1.483,91	%23	808,21	%22
Gazete	1.037,5	%20	1.015,6	%17	996	%15	491,32	%13
Açık hava	347,9	%7	385,5	%6	415,0	%6	234,98	%6
Radyo	132,8	%3	136,4	%2	139,0	%2	83,16	%2
Dergi	101,9	%2	103,0	%2	99,0	%2	48,82	%1
Sinema	57,4	%1	62,0	%1	71,2	%1	47,47	%1
TOPLAM	5.080,7	%100	5.937,7	%100	6.474,1	%100	3.662,08	%100

Televizyonlara ilişkin saptanan izlenme oranları, reklam verenlerin yatırımları için kritik önem taşımaktadır. Ancak bu süreç yakın zamana kadar önemli tartışmalara konu olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri’nde 1950’li yıllardan beri yapılmakta olan televizyon izleyici ölçümleri Türkiye’de 1989 yılında başlamış ve

⁵⁵ <http://rd.org.tr/medya-yatirimlari-2016.html> (Erişim tarihi: 02.05.2017)

2011 yılı Aralık ayına kadar “AGB Nielsen Media” Research tarafından yürütülmüştür. Ancak TRT’nin, şirketin “usulsüz” ölçüm yaptığı gerekçesiyle yaptığı başvuru üzerine bir soruşturma başlatılmış ve reklam verenlerin yanı sıra TRT ve özel kanalların temsilcilerinin kurduğu Televizyon İzleme Araştırmaları Komitesi (TİAK), AGB ile anlaşmasını feshederek, TNS şirketiyle yola devam etme kararı almıştır (Karakaş, 2016, 48-49). Türkiye’de 56 milyon 933 bin kişiyi temsilen dört bir hanede ölçüm cihazı bulunmaktadır ve bu cihazların dağılımı farklı sosyo ekonomik statü gruplarına orantılı olarak Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 1 Aralık 2015 tarihinde belirlenmiştir. Sosyo ekonomik statü grupları, o ailedeki bireylerin, mesleği, eğitim düzeyi, gelir seviyesi ve gelirin kaynağı, yaşanan evin tipi, yaşanan çevrenin yapısı gibi faktörler göz önüne alınarak oluşturulmakta ve hiyerarşik olarak en üstten alta doğru; A, B, C1, C2, D, E olarak sıralanmaktadır. Dolayısıyla TÜİK verilerine göre yapılan hesaplamalarda değişimler söz konusu olmuş ve toplumsal tabakalaşmanın üst kısımlarında yer alan AB grubu yüzde 10,7’den yüzde 13’e yükseltilmiş, D ve E grupları ise yüzde 36,4’ten, yüzde 28,7’ye düşürülmüştür⁵⁶. Ancak bu yeni düzenleme de şüphe ve itirazları gidermemiş, izleyici ölçümlerinin gerçeği ne kadar yansıttığı tartışma konusu olmaya devam etmiştir. Gazeteci Burcu Karakaş, 2016 yılında yürüttüğü bir araştırma çerçevesinde Habertürk televizyonunda çalışan üst düzey bir ismin mevcut sistemle ilgili kuşkularını aktarmıştır: “Değişikliğe kadar, reyting sıralamalarına bile girmeyen televizyonlar ve programlar ilk sıralara çıkmaya başladı. Bu televizyon kanallarının yayın çizgilerinin mevcut iktidarla ölçüştüğünü görebilirsiniz. Bu açıdan bakıldığında şüphe duyulmaması imkânsız” (Karakaş, 2016, 51). Arşarırmada ismi verilmeyen “üst düzey çalışanın” vurguladığı gibi tematik kanallar arasında son dönemde izleyici oranlarında başa g re en kanallardan biri, iktidar çizgisinde yayın yapan A Haber kanalıdır ve izleyici oranlarında bu çalışmanın mercek altına aldığı NTV, CNN Türk ve Habertürk televizyonları ile çoğu zaman bu grupta kıyasıya y r tt ğu bir reyting mücadelesi içinde olduğu görülmektedir. Daha önce de aktarıldığı gibi, bu kanal “ana akım” olarak kavramsallaştırılamayacağı gerekçesiyle çalışma dışında bırakılmıştır. Ancak yukarıda alıntılanan medya çalışanının saptaması üzerine düşünülmeyi gerektirse de Türkiye’de yaşanan derin

⁵⁶ <http://www.milliyet.com.tr/rejting-haneleri-ve-ses-gruplari/magazin/ydetay/2159465/default.htm> (Erişim tarihi 03.11.2016)

kutuplaşmanın medya tercihlerine de yansıdığı dikkate alınmalı ve nasıl ki bir dönem belli aidiyetler Zaman Gazetesi okurluğu ve Samanyolu televizyonu izleyiciliği üzerinden tanımlanıyorsa, onların tasfiyesinden sonra bu boşluğu A Haber gibi televizyon kanallarının ve Sabah gibi gazetelerin doldurduğu da unutulmamalıdır.

Reklam dağılımında önemli bir diğer faktör ise siyasi kararlardır. Kamu kuruluşlarının reklamlarının “yandaş” ya da iktidarı zor durumda bırakmayan yayınlar yapan medya kuruluşlarına aktardığı bilinen bir gerçektir. Ancak son dönemde kamu kuruluşlarının yanı sıra iktidarla bağları olan ya da iyi geçinmek isteyen büyük şirketler de reklam yatırımlarını bir “siyasi kaldıraç” olarak dağıtmaya başlamış ve sadece muhalif çizgisiyle öne çıkan medya kuruluşlarına değil, ana akımda yer alan ve iktidar temsilcilerinin eleştirilerine hedef olan medya kuruluşlarına reklam vermekten kaçınmaya başlamışlardır (Karakaş, 2016, 54-55). İstisnai olarak, bunun tersi de gerçekleşebilmektedir. Örneğin Gezi sürecinde tepki gösterilen kanallarda “gözükmek” istemeyen bir çok şirket reklamlarını geri çekmiş ya da durdurmuştur. Her ne olursa olsun reklam verenler yatırım kararlarını ağırlıklı olarak aşağıda daha ayrıntılı olarak sunulacak izlenme oranlarına göre vermektedirler. Daha önce belirtildiği gibi, haber kanalları kamuoyuyla paylaşılan izleyici ölçümlerinde sıralanmamaktadır. Ancak onların da ölçümleri yapılmakta ve ilgili yöneticilerle paylaşılmaktadır.

Aşağıdaki tablolarda haber kanalları ve o kanallarda yayınlanan haber tartışma programlarının verileri kurumsal bir kaynaktan edinilmiştir⁵⁷. İzleyici oranı ölçümleri 15 dakikalık dilimler hesaba katılarak yapılmaktadır. Dolayısıyla bir programın reytingi, başlangıç ve bitiş süreleri arasındaki zamanı kapsayan bu izlenme oranı dilimlerinin ortalaması hesaplanarak sunulmuştur. Tablo 4.2.’de üç haber kanalının iki hafta boyunca yayına koyduğu tartışma programlarının izlenme oranı ile “prime time” kanalların o saat diliminde yayınlanan programları arasında en yüksek izlenme oranına sahip olanlar karşılaştırılmıştır. “Prime time” kanalların

⁵⁷ Kullanılan veriler, sektörde “total” olarak anılan toplam ölçümleri, yani sosyo-ekonomik statü gruplarının (A, B, C1, C2, D, E) tamamını kapsayan izlenme oranı türüne aittir. Bunun dışında haber kanalları orta-üst ve üst sınıfların dahil edildiği “AB” grubunda ya da orta sınıfların da dahil edildiği “ABC1” grubunda görece de olsa daha yüksek bir izlenme oranına sahiptir ancak yapılan değerlendirme sonrasında dramatik farklılıklar saptanmadığı için halkın genelini örneklem içine aldığı “varsayılan” “total” veriler derlenmiştir.

izlenme oranlarına ilişkin veriler “Medyatava” internet sitesinin günlük raporlarından elde edilmiştir. Bu tablodaki verilerde açıkça görüleceği üzere, Türkiye’deki televizyon izleyicileri ağırlıklı olarak dizi, yarışma-eğlence programları ve futbol maçlarını izlemektedirler. Tartışma programlarının izlenme oranları oldukça düşüktür ve istisnai bölümler dışında özellikle Habertürk ve NTV’deki programlar eğer sıralamaya tabi tutulsalar, mevcut izlenme oranlarıyla bu çalışmada incelenen iki haftalık dönemde “ilk 100 televizyon programı” listesinin de çoğu zaman dışında kalabileceklerdir.



Tablo 4.2. Tartışma programı, “prime time” programlar karşılaştırması

	NTV	CNN Türk	Habertürk	“Prime Time” 1	“Prime Time” 2	“Prime Time” 3
24.10.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,38	“Ne Oluyor?”: 1,55	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,13	“İçeride” (dizi – Show TV): 7,95	“Kırgın Çiçekler” (dizi – Atv): 6,49	“O ses Türkiye” (yarışma Tv 8): 4,56
25.10.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,53	“Ne Oluyor?”: 1,74	“Teke Tek”: 0,74	“Eşkiya Dünyaya Hük. Ol.” (dizi – Atv): 8,90	Anne (dizi – Star Tv): 6,72	“Hayat Şarkısı” (dizi – Kanal D): 4,05
26.10.2016	“Bugün Yarın”: 0,41	“Ne Oluyor?”: 1,58	“Karşıt Görüş”: 0,65	“Diriliş Ertuğrul” (dizi – TRT): 11,19	“No: 309” (dizi – Fox TV): 5,88	“Kara Sevda” (dizi – Star TV): 5,32
27.10.2016	“Basın Odası”: 0,49	“Tarafsız Bölge”: 1,68	“Türkiye’nin Nabızı”: 0,89	“Yüksek Sosyete” (dizi – Star Tv): 6,07	“Vatanım Sensin” (dizi – Kanal D): 5,73	“Cesur Yürek” (dizi – Show Tv): 4,06
28.10.2016	“Bugün Yarın”: 0,36	“Tarafsız Bölge”: 2,33	“Akılda Kalan”: 0,47	“Arka Sokaklar” (dizi – Kanal D): 7,97	“Kıralık Aşk” (dizi – Star Tv): 5,52	“Güldür Güldür Show” (Show Tv): 4,99
31.10.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,45	“Tarafsız Bölge”: 4,11⁵⁸	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,04	“İçeride” (dizi – Show Tv): 8,09	“Kırgın Çiçekler” (dizi Atv): 7,16	“Paramparça” (dizi – StarTv): 4,17
01.11.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,33	“Ne Oluyor?”: 2,17	“Teke Tek”: 0,62	BJK – Napoli fut. maçı (TRT): 10,06	“Anne” (dizi – Star Tv): 9,33	“Eşkiya Dünyaya Hük. Ol.” (dizi – Atv): 8,24
02.11.2016	“Bugün Yarın”: 0,58	“Tarafsız Bölge”: 2,48	“Karşıt Görüş”: 0,68	“Diriliş Ertuğrul” (dizi – TRT): 9,59	“No: 309” (dizi – Fox TV): 6,21	“Kara Sevda” (dizi – Star TV): 5,68
03.11.2016	Belgesel yayını: 0,25	“Ne Oluyor?”: 1,48	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,13	FB-Man. U. fut. maçı (TRT): 12,28	“Vatanım sensin” (dizi – Kanal D): 6,08	“Yüksek Sosyete” (dizi – Star Tv): 4,39
04.11.2016	“Yakın Plan”: 0,57	“Ne Oluyor?”: 2,17	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,13	“Arka Sokaklar” (dizi – Kanal D): 6,48	“Aşk ve Mavi” (dizi – Atv): 5,32	“Kıralık Aşk” (dizi – Star TV): 4,95

⁵⁸ Çalışmanın kapsadığı dönemde 31.10.2016 tarihinde yayınlanan “Tarafsız Bölge” programı, diğer bölümlerinden farklı şekilde; Ahmet Hakan’ın sunumunda gazeteciler Hande Fırat ile Abdülkadir Selvi’nin CHP’li siyasetçi Deniz Baykal ile mülakatına ayrılmıştır. Programın izlenme oranı dikkat çekici biçimde yüksektir.

Tablo 4.3.'de ise ana akım üç haber kanallarını akşamları teslim ettikleri haber tartışma programlarının ekrana çıktığı izleyici oranlarının, o kanalların günlük izlenme oranlarıyla karşılaştırması sunulmaktadır.

Tablo 4.3. Tartışma programları ve kanalların tüm gün izlenme oranı

	NTV	CNN Türk	Habertürk
24.10.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,38	“Ne Oluyor?”: 1,55	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,13
	NTV Tüm gün: 0,94	CNN Türk tüm gün: 1,32	Habertürk tüm gün: 0,92
25.10.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,53	“Ne Oluyor?”: 1,74	“Teke Tek”: 0,74
	NTV Tüm gün: 1,02	CNN Türk tüm gün: 1,43	Habertürk tüm gün: 0,95
26.10.2016	“Bugün Yarın”: 0,41	“Ne Oluyor?”: 1,58	“Karşıt Görüş”: 0,65
	NTV Tüm gün: 0,89	CNN Türk tüm gün: 1,32	Habertürk tüm gün: 0,93
27.10.2016	“Basın Odası”: 0,49	“Tarafsız Bölge”: 1,68	“Türkiye’nin Nabızı”: 0,89
	NTV Tüm gün: 1,07	CNN Türk tüm gün: 1,36	Habertürk tüm gün: 0,83
28.10.2016	“Bugün Yarın”: 0,36	“Tarafsız Bölge”: 2,33	“Akılda Kalan”: 0,47
	NTV Tüm gün: 0,86	CNN Türk tüm gün: 1,46	Habertürk tüm gün: 0,85
31.10.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,45	“Tarafsız Bölge”: 4,11	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,04
	NTV Tüm gün: 1,05	CNN Türk tüm gün: 2,19	Habertürk tüm gün: 0,80
01.11.2016	“Doğrudan Siyaset”: 0,33	“Ne Oluyor?”: 2,17	“Teke Tek”: 0,62
	NTV Tüm gün: 1,00	CNN Türk tüm gün: 1,47	Habertürk tüm gün: 1,13
02.11.2016	“Bugün Yarın”: 0,58	“Tarafsız Bölge”: 2,48	“Karşıt Görüş”: 0,68
	NTV Tüm gün: 0,93	CNN Türk tüm gün: 1,55	Habertürk tüm gün: 0,85
03.11.2016	Belgesel yayını: 0,25	“Ne Oluyor?”: 1,48	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,13
	NTV Tüm gün: 0,87	CNN Türk tüm gün: 1,37	Habertürk tüm gün: 0,92
04.11.2016	“Yakın Plan”: 0,57	“Ne Oluyor?”: 2,17	“Türkiye’nin Nabızı”: 1,13
	NTV Tüm gün: 1,51	CNN Türk tüm gün: 2,14	Habertürk tüm gün: 1,24

Bu veriler ışığında, kanallar arasında dikkat çekici bir ayrışma ortaya çıkmaktadır: CNN Türk’te yayınlanan tartışma programları, salt bu üç kanal arasında en yüksek izlenme oranına sahip programlar değil, aynı zamanda kanalın reyting

ortalamasının üzerinde izlenme oranına sahip ve hatta kanalın izlenme oranını artıran programlardır. Bunu tam tersi bir durum NTV için söz konusudur. NTV'nin tartışma programı izlenme oranları, kanalın genel izlenme oranının altında kalmakta, hatta çoğu zaman bu oranın yarısına dahi yaklaşmayarak genel ortalamayı da aşağı çekmektedir. Habertürk'te ise başa baş bir durum söz konusudur. Çalışmanın incelediği on günlük süreçte haber tartışma programları ve siyaset içerikli stüdyo programları 4 gün, kanalın o günkü izlenme oranının üzerinde takip edilmiş, altı gün ise bu ortalamanın altında kalmıştır. NTV'den farklı olarak, Habertürk'te programların izlenme oranları ile kanalın o günkü izlenme oranı arasında dramatik bir fark da bulunmamaktadır. Elbette bu ve benzer saptamalar kanal yöneticileri tarafından da yapılmaktadır. Ancak hem yöneticiler, hem de onların altında çalışan program sorumluları “reyting savaşını” belirli sınırlar içinde verebilmekte, bir noktadan sonra devreye siyaset alanının tanımladığı ve kanal yönetici ve çalışanlarının içselleştirdiği “kırmızı çizgiler” girmektedir. Bir program editörü bu durumu şöyle anlatmaktadır:

“Reytingleri takip ediyoruz. Ama diğer rakiplerde, takip ettiğimiz kadarıyla nelerin reyting yaptığını bildiğimiz için, bazen orada biraz tıkanıklık yaşıyoruz; çünkü oradaki reytingi almamız için yapmamız gerekeni bildiğimiz için ‘kendi sınırlarımız içerisinde nasıl bunu artırabiliriz?’ bunu tartışıyoruz. Konu ve konukları biraz daha öyle şekillendirmeye çalışıyoruz. Yani ‘şu konukla, şu konuğun birbiriyle daha iyi enerjileri oluyor’, ‘şöyle olunca daha iyi sonuçlar alıyoruz’ gibi... Biraz aslında reytinglere bakarak deneyimlediğimiz bir süreç yaşanıyor ama dediğim gibi reyting tümünü belirliyor mu? Bir süre sonra şunu diyoruz: Onu yapamayacağımız için bu kadarsa, bu kadar...’ diyebiliriz” (E2).

4.4. Tartışmayla doldurulan “altın saatler”

Çalışmada incelenen iki haftalık dilimde NTV, CNN Türk ve Habertürk'te akşam kuşaklarında (NTV'deki bir belgesel yayını, CNN Türk'te CHP Antalya milletvekili Deniz Baykal ile yapılan özel röportaj ve Habertürk'te Cumhurbaşkanı başdanışmanı Burhan Kuzu ve CHP milletvekili İlhan Kesici ile yapılan sohbet programları dışarıda bırakıldığında) yayınlanan tartışma programlarına ayrılan süre üç kanalda yaklaşık toplam 4.700 dakikadır (yaklaşık 78 saat). Yine anılan dönemde, NTV her akşam ortalama 113 dakikasını, Habertürk, 162 dakikasını, CNN Türk ise 235 dakikasını bu programlara ayırmıştır. Bu çerçevede bakıldığında da medyada rekabet birbirinden farklılaşmayı değil, “tektipleşmeyi” getirmektedir. Ben Bagdikian, 2003 yılı itibariyle dünyada medyanın hakimiyetinin, uluslararası beş

şirket grubunun oluşturduğu (Time Warner, Walt Disney, Murdoch’a bağlı News Corporation, Viacom ve Bertelsmann) kartelin denetiminde olduğu saptamasını yaptığı çalışmada, bunlar arasındaki rekabetin aslında ürünlerinin farklılaşmasını değil, tersine benzeşmesine yol açtığını belirtmekte ve ürettikleri içeriklerin aynı olduğu saptamasını yapmaktadır (2004, 6). Türkiye’de de yayın akışlarına bakıldığında haber kanalları birbirlerini, “prime time” kanalları kendi rakiplerini, spor kanalları mümkün olduğunca rakiplerinin yayın akışlarını kopyalamaya çalışmaktadır. Bourdieu’ye göre böylesi bir durum gazetecilik alanının tipik özelliklerindendir. Çalışmasında atlatma (haber, yayın, program, konuk vs.) kovalanmasının dayattığı baskıya dikkat çekmekte ve bunun için sürekli “rakipler ne yapıyor?” sorusu gündeme geldiği için bir noktadan sonra karşılıklı kopya çekmelerin başladığını ve “özelin, başka yerde, daha başka alanlarda, özgünlük ve tekillik üreten ararışının” tekbiçimlilik ve sıradanlığa ulaştığını belirtmektedir: “Rekabet, aynı baskılara, aynı kamuoyu yoklamalarına, aynı ilan (reklam) verenlere maruz bulunan gazeteler ya da gazeteciler arasında işlemeye koyulduğunda, türdeşleştiriyor... Söylenecek olanı bilmek için başkalarının da ne söylediğini bilmek gerekir” (Bourdieu, 2000, 27-28). Bourdieu aslında büyük bir tek biçimliliği saklamak üzerine gösterilen çabanın bir noktadan sonra “alandaki” eyleyenleri birer “anlam diferansiyeline” dönüştürdüğüne vurgu yapmaktadır.

Türk Dil Kurumu’nun Türkçe karşılığını “altın saatler” olarak önerdiği “prime time” televizyonların en yüksek izlenme oranına sahip olduğu 20:00 – 23:00 saatlerini kapsamaktadır ve bu üç haber kanalı da “altın saatlerini” izlenme oranı başarısı yüksek olmayan (CNN Türk dışında) tartışma programlarıyla doldurmaktadırlar. Bu yöndeki tercihin sebeplerinden bir ekonomiktir. Kanalın bünyesindeki stüdyolara davet edilen onlarca konuğa herhangi bir ücret genellikle verilmemektedir. Bunun bir istisnası NTV’de yayınlanan “Basın Odası” programıdır. Bu programdaki üç konuk (Mehmet Tezkan, Nagehan Alçı ve İsmet Berkan) sabit konuklardır ve aynı köşe yazarları kadar belirli bir ücret almaktadırlar. Bunun dışında, görüşülen program yöneticileri, editörler ve konuklar, istisnai durumlar haricinde konuklara herhangi bir ücret ödenmediğini belirtmektedirler. Sık sık çağrılan bir konuğa bir telif ödemesi yapılması, şehir dışından programa katılması arzu edilen bir konüğün ulaşım masraflarının karşılanması oldukça istisnai durumlardır. Bu durumda sadece konüğün stüdyoya ulaşımının sağlanması gibi bu

ölçekte bir televizyon kanalı bütçesinde oldukça cüzî masraf kalemleri geriye kalmaktadır. Haber tartışma programlarının, saatlere yayılan düşük bütçeli “cankurtaran simidi” olarak algılanması ve masraf yapılmaktan kaçınılması, aynı zamanda çağırılan ve yayına çıkarılan konukların çeşitliliğini de önemli ölçüde azaltmaktadır. Darras (1998, 163), coğrafi yakınlığın düşük maliyeti nedeniyle konuk seçiminde önemli rol oynadığını belirtir. Gerçi Darras bu saptamayı haber bağlamında yapmaktadır (haber, onu yapanların olduğu yerdedir!), ancak programlarda da benzer bir süreç söz konusudur. Çalışmada incelenen 3 kanalın da merkezleri İstanbul’dadır. Ankara’da da stüdyo olanağına sahiplerdir. Türkiye’deki diğer illere birlikte çalıştıkları haber ajansları; Doğan Haber Ajansı ve İhlas Haber Ajansı’nın canlı yayın araçlarıyla ulaşmaları söz konusu olsa da bu bir ek maliyet getirmektedir. Dolayısıyla, istisnai durumlar dışında, konuklar İstanbul ve/veya Ankara’dan seçilmekte, hatta aynı stüdyo ortamını paylaşamayacak olması, soru-cevaplarda gecikme yaşanacağı gerekçesiyle Ankara’dan da çok sayıda konuk alınmamasına dikkat edilmektedir. Konuklara “İstanbul’a ya da Ankara’ya geldiklerinde kendilerinin programda yer almasını istedikleri” iletilse de, önceden kararlaştırılan programlar açısından böylesi bir planlama ağırlıklı olarak rastlantısal kalmaktadır. Konuğun yol masraflarını (uçak parası) karşılayarak programa davet etmek ise oldukça istisnai bir durumdur. Bu çerçeveden bakınca Ankara ve İstanbul dışındaki bir konuğun –skype bağlantılarının her geçen gün daha fazla kullanıldığı haber bültenleri dışında – stüdyo tartışma programlarına katılabilmesi oldukça güçtür. Bu programların hazırlanmasında söz sahibi üst düzey bir çalışan bu tercihin kanallar açısından ekonomik maliyet boyutunu ortaya koymaktadır:

“... O kadar maliyeti düşük bir iş. Zaten stüdyo, her şey sabit gider; personel vs. ayrıca bir prodüktör maliyeti. Sadece şehir dışından getirdiğin bir konuk olursa onun uçağı, konaklaması vs. olur. Onun dışında hangi işi yapsan daha yüksek maliyet; dosya, belgesel. Dört saat belgesel yok ama dört saat bu programı yapabilirsin. İyi mi gidiyor? Yürü be açılır arkan; beş saat! Bu kadar reel bir şey” (M2).

Ancak bu programlar salt, “ucuz” oldukları için tercih edilmemektedir. Gazeteci Mirgün Cabas, 2001 yılı Türkiye’sini anlattığı kitabın sonunda gazeteci, yazar ve akademisyen Can Kozanoğlu ile hem güncel siyasi ve toplumsal durumun, hem de gazeteciliğin geldiği yerin muhasebesini, yaptığı bir söyleşiye de yer verir. Söyleşinin bir bölümünde Cabas, medya patronlarının kanalları için eskisine göre az para harcamasını “para harcamaya değer bir ortam görmemelerine” bağlamaktadır.

Masrafların azaltılması doğrultusunda öncelikle yurt dışı büroların sayısı azaltılmış, yurt dışı muhabirlerin önemli bölümü işten çıkarılmıştır. Bu noktada söyleşiye dahil olan Kozanoğlu, yurt dışında farklı muhabirlere bağlanılarak söylenebilecek şeylerin toplamını stüdyoya çağırılan bir konuğun devraldığı saptamasını yapmaktadır: “... stüdyoda oturup da her şeyi bildiğini iddia eden bir kişi tek başına, üstelik de yorumlayarak söylüyor. Çünkü İspanya’dan, Fransa’dan gelen bir bilgi, birilerinin hoşuna gitmeyebilir ama o stüdyoya oturan adam zaten hoş gidecek şeyler söylesin diye oturtulmuş oluyor” (Kozanoğlu’ndan akt. Cabas, 2017, 513). Kısaca, kanallar arası rekabetin yerini iktidarla iyi geçinme rekabetinin aldığı bir ortamda yayını mümkün olduğunca alandan stüdyoya taşımak, hem ekonomik hem de siyasi maliyetleri daha düşük bir yayıncılık tercihinin sonucudur. Önceki bölümlerde ayrıntılı biçimde anlatıldığı üzere, bu kanalların sahipleri kuruluşlarının faaliyetleri üzerinden kâr elde edemeseler de haber kanallarını iktidarla farklı veçhelerde bir pazarlık aracı olarak ayakta tutmaya çalışmaktadırlar ve bu programlarda “neyin konuşulacağı”, o programlara “kimin katılacağı” ve programların “kimler tarafından sunulacağı” da bu sürecin bir parçasıdır. Çalışma çerçevesinde görüşülen üst düzey isimlerden ikisi bu yaklaşımı şöyle açıklamaktadır:

“Evet, aslında ‘Yumurcak TV’ ile aynı seyirci kadar bir seyirciden bahsediyoruz. Ama etki değerini de göz önünde bulundurmamız gerekiyor. Bir haber kanalında olmuş ya da söylenmiş şeyin, siyaset çevreleri üzerindeki etkisi de anlamlı. Yani x bir konuğun söylediği bir şey belki sokakta çok yankı yaratmıyor ama siyasi çevrelerde yankı yaratıyor”. (M1)

Bir başka kanalda, yine “müdür” pozisyonunda görev yapan bir diğer isim ise programlardaki seslerin sadece siyaset koridorlarında değil, sokakta da yankı bulduğunu söylemektedir. Ona göre tartışma programlarındaki kanaat teknisyenlerinin söylemi, programları izleyen seyircilerin söylemi üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir:

“Bir kere bir algı oluşturduğumuz kesin. Formatını hangi biçimde yapıyorsak yapalım. Çünkü bizde farklı farklı formatlar var. Programların hepsi tartışma üzerine kurulu değil. Ama bir algı oluşuyor; hatta insanların cümlesini oluşturuyoruz. Çünkü ertesi gün hayatın içerisinde - hani klasiktir ya takside filan o nabızı tuttuğunuz yer vardır ya - orada ben her konuğumun küçük versiyonunu görüyorum. Tanıyorum yani... ‘Geçen gün işte bilmem kim şöyle şöyle diyor, adam haklı, kadın haklı’ demiyor hiç öyle bir alıntı filan da yok. İçselleştirmiş kendisi ve o anlamıyla da hani çocukken top oynarken ‘Rıdvan vurdu gol’ diye hepimiz birer Rıdvan, Aykut olurduk ya, onlar da öyle birer konuklar; onlardan biri oluyorlar ve artık alıntılanıyor ‘işte bilmem kim vardı, çok güzel konuştu’ demiyor, artık bizzat onu görüyorum adamı kaldırsam, x kişiyi kaldırsam, onun yerine onu oturtsam o fonksiyonu görür yani.” (M2).

Çalışma kapsamında konuşulan medya çalışanlarının büyük bir bölümü, çoğu programın izleyiciler için bilgilendirici olmaktan uzak olduğunu belirtmiş, aslında kendilerinin de toplumu bilgilendirmek gibi bir kaygıyı her zaman taşımadıklarını vurgulamışlardır. Buralarda – bilgi üretilmesi bir yana – çoğu zaman yeni söylemlerin de gündeme gelmediğini, “barizin alimliğinin” dolaşıma sokulduğunu saptamak mümkündür:

“Zaten elli tane adamın, döne döne aynı şeyleri konuştuğu bir yerde, ne kadar yeni bir bilgi olabilir, bu ayrı bir tartışma konusu. Şu olabilir; bir şey olup bitiyor bizim de bununla ilgili herkesin kişisel bir görüşü var. Herkes kendi gibi düşünen insanlarla az çok aynı ortamlarda gün içinde beraber ama akşam bir tartışma programını açtığınızda sizinle aynı düşünmeyen bir insanla sizinle aynı düşünen bir insanın tartışmasını izlediğinizde belki yeni bir şey öğrenmiyorsunuz ama kendi savunduğunuz şey ile ilgili belki emin olmadığımız boşlukları dolduruyorsunuz ‘Aa evet ya adam tam benim dediğim şeyi söylüyor’... Bundan emin oluyorsunuz ya da karşıt görüş, sizinle aynı düşünen insanı çürüttüğünde ‘böyle düşünmemiştim, bu boyutu da olabilir’ hissi gelebilir. Belki bilgilendirici değil, ama inandığımız ve düşündüğümüz şeylerin sağlaması ve zıttını duymak anlamında faydalı olabilir. Bazen de çok spesifik konularda, yani başkanlık sistemi ya da hukuki tartışma, anayasa gibi şeylerde bilgilendirici oluyor. Neticede hukukçu çıkıyor anlatıyor ya da bir uluslararası ilişkiler uzmanı çıkıyor anlatıyor; ‘Amerika’daki başkanlık böyle, Fransa’daki böyle’... Bu anlamda bilgilendirici olabilir ama geneli için söylüyorum, bilgilenmekten ziyade inandığınızı bir de karşıtıyla görmek” (M1).

“Bunun bir şov sahnesi olduğunu izleyici kaçırıyor. ‘Açacağım ve tüm gerçekleri öğreneceğim’ beklentisinde. Bunu yapamazsın. Nihayetinde bir işyeri burası. Sonuçta biz, her gün bu yayımları yapmak zorundayız. Her gün bu yayımları, bu sıkıcı konuları, çözemeyeceğimiz bildiğimiz Kürt sorununu yıllardır konuşuyoruz. Demek ki bizimle çözülecek bir şey değil yani. Orada sadece farklı bir perspektif görebilirsin. Olayın çözümünü orada bulamazsın ki arkadaş” (P3).

Bir diğer iddia, bu programların gündemi ele alış biçimleriyle aslında bir “göstererek gizlemek” sürecinin parçası olduğu yönündedir. Pierre Bourdieu (2000, 23), televizyonun gösterilmesi gerekenden daha başka şeyler göstererek, ya da gösterilmesi gerekeni gösterirken, bunu göstermeyecek ya da anlamsızlaştıracak bir tarzda yaparak, ya da onu gerçeğe hiçbir şekilde uyuşmayan bir anlam kazanacak tarzda kurarak gizleyebildiğini belirtmektedir. Her üç kanalda da yayına çağırılan deneyimli gazeteci bir tele-uzman da ana akım medyada artık “neyin üzerine gidileceği” tartışmasından çok “nelerin gündeme alınamayacağı” tartışmasının olduğunu ifade etmekte, haber tartışma programlarını da bu yaklaşımla tasarlanan programlar olduğunu ifade etmektedir:

“... Tartışmama üzerine kurulu. ‘Tartışalım, bir şeyler konuşalım ama eleştiri olmasın, fazla derine girmeyelim, ama işte oldu mu, oldu’ programlarına döndü. Bir tanesi değil hepsi aşağı yukarı bakıyorsun öyle”. (K.T.10)

Bir süre öncesine kadar programlara yoğun biçimde davet alan, hatta zaman zaman kendi programlarını da yapan ancak kendisiyle görüşmenin gerçekleştirildiği 19 Ekim 2016 tarihinde yapılan görüşmede, “2,5 yıldır medya kuruluşlarından davet almadığını” belirten ve kariyerine ulusal ölçekte yayımlanan bir gazetede köşe yazarı olarak devam eden bir başka isim ise gelineen noktada haber tartışma programlarının bir “propaganda aracı” olduğunu ifade etmektedir:

“Bugün bu televizyonlardaki tartışmalar, bu kadar az sayıdaki tartışmacıyla katılımcıyla yapılıyorsa, bunun tek açıklaması vardır, bir kanaat mühendisliği yürütülüyor burada. Bunun adına ister dezenformasyon deyin, ister propaganda deyin, ister ‘spin çalışması’ deyin, ne dersiniz deyin, burada bu izleyicinin zekası küçümsenerek yapılan bir çalışma. Bakıyorsunuz tartışma varmış gibi gözüksün diye seçilen üç ya da dört tane sözde muhalif isim çağrılıyor. Onlar da konuşuyorlar ve bir tartışma varmış gibi bir şey çıkıyor ortaya. Hâlbuki aslında tam anlamıyla buradaki bir şartlandırma, koşullandırma...” (E.K.1)

4.5. Her geçen gün sığlaşan bir havuz: Kanaat teknisyeni arzı

Çalışma kapsamında her üç kanalda da 24 Ekim – 4 Kasım 2016 tarihleri arasında hafta içi kuşaklarda birden fazla stüdyo konuğunun ekrana taşındığı 27 program kuşağı tespit edilmiştir. Her kanalın bu programlar için ayırdığı sürelerle bir üstteki bölümde değinilmişti. Ekranlarda toplam 4.700 dakikada Türkiye 77 farklı kanaat teknisyeni izlemiştir⁵⁹. Burada dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta, bu 77 kişinin ekranda ne kadar görüldüğüdür. 27 programda toplam katılımcı sayısı 109 kişidir ve bazı kişiler bu iki haftalık zaman diliminde birden çok kez ve kimi zaman da farklı kanallarda yayınlara davet edilmektedirler. Örneğin hukukçu Ersan Şen, üçü Habertürk, biri NTV ve biri de Cnn Türk olmak üzere beş farklı programa katılmış, Habertürk köşe yazarı Nihal Bengisu Karaca da ikisi Habertürk, biri NTV, biri de CNN Türk olmak üzere dört farklı programa davet almıştır. Bir de belli kanala “abone” olan ve o kanalın birden çok programına katılan isimler vardır. İbrahim Uslu CNN Türk’teki dokuz programın üçünde ekrana çıkmış, benzer şekilde gazeteci Gürkan Hacır da Habertürk’teki dokuz programın üçünde katılımcı olmuştur. Bu iki haftalık zaman diliminde en kalabalık stüdyolar CNN Türk’tekiler olmuş, dokuz farklı programda 43 kanaat teknisyeni ekrana çıkarılmış, Habertürk’te ise bu sayı 40 olmuştur. NTV salt bu tür programlara (görelilik olarak) daha az süre ayırmakla

⁵⁹ Bu kişilerin isim, meslek ve hangi kanallara davet edildikleriyle ilgili ayrıntılı bilgiler, çalışmanın sonunda Ek 1’de sunulmaktadır.

kalmamış, aynı zamanda en az sayıda konuğu ekrana taşımıştır. Bu kanalda dokuz farklı programda 26 kişi ekrana çıkarılmıştır. Bu verilerin ayrıntılı incelemesi sonraki bölümlerde uyer alacaktır, ancak bu noktada mevcut sayıların bir çeşitliliği yansıtıp yansıtmadığı sorusuna yanıt aranacaktır.

Öncelikle dikkat çekici bir veriyi bu noktada aktarmak gerekmektedir: Çalışma kapsamında görüşülen 24 kişinin tamamı – ki aralarında mevcut iktidar partisine üye olanlar ve üye olmasalar da iktidarla yakın ilişkilerinin altını çizen isimler de vardır – “sizce Türkiye’deki tüm farklı sesler kendilerine ekranda yer bulabiliyor mu?” şeklindeki soruya olumsuz yanıt vermişlerdir. Bu çalışma kapsamında görüşmeyi önce kabul eden, yapılan mülakattan sonra görüşlerinin çalışmaya yansıtılmamasını isteyen bir sunucu ise daha sonra çalışma için farklı bir içerik sağlamış, düzenli olarak tuttuğu notlardan “artık ekrana çıkarılması mümkün olmayan konuklar” listesi derlemiştir. Bu listeye göre geçen altı yıl içinde farklı zamanlarda kendi programlarında ekranda ağırladığı ve aralarında gazeteciler, hukukçular, siyasetçiler, siyaset bilimcilerin de olduğu 49 ismi “bugünkü şartlarda ekrana çıkarmasının artık mümkün olmadığını” belirtmektedir. Bu listedeki isimler arasında gözaltında bulunan ya da farklı davalar kapsamında tutuklu yargılanan gazeteci ve akademisyenler oldukça az sayıdadır. Listenin büyük bölümü, ana akım medya kuruluşlarından tasfiye edilen isimler ve her geçen gün aşağı çekilen “keskin konuşma çitısı”nın üzerinde kalan çok sayıda isimden oluşmaktadır. Yani çoğu isim, haklarında herhangi bir adli süreç işletiliyor olmasa da, ana akım yayın stüdyolarına artık davet edilmemektedir. Bir program yapımcısı ile uzun yıllardır ekranda haber tartışma programları moderatörlüğü yapan bir sunucu bu durumu sırasıyla şöyle aktarmaktadırlar:

“Havuz her bir olayla ‘bir tık’ daraldı, öyle söyleyeyim. Şöyle işte; 17-25’te ‘bir tık’ daraldı. Ondan sonra, 15 Temmuz’da daraldı. Aralarda Kürt meselesiyle ilgili, 1 Kasım seçimleriyle... Böyle her bir merhalede, yıl içinde, ‘tık, tık daraldı’ açıkçası. Dediğim gibi, kendi kendine de bu havuzdan çıkanlar oldu: ‘Ben artık böyle saçma tartışmalara gelmek istemiyorum’ diyenler de oldu. Tartışmaların anlamsız olduğuna inananlar da oldu. Çeşitli sebeplerle bu havuz gitgide küçüldü”. (M1)

“7 Haziran seçimlerinden önce (2015) ‘ya 2 sene önce kimleri çıkarabiliyorduk’ diyordum. 7 Haziran’dan sonra, şu anda şimdi böyle Hdp’nin h’sini, Kürt konusunun k’sini hükümetin eleştirilebildiği, askerin tartışılabilirdiği bir programı düşünemiyorum bile. Yüzde seksen değişti. 7 Haziran’dan öncesine göre, yüzde yüz değişmiş. Bence AB reformları sırasında çok tartışabildik. Ermeni meselesi, tekke-zaviyeler, Alevi meselesi... Bence AKP’nin en büyük şeyi bütün bunları bize tartışılabilir kıldı. Ama döndü dolaştı şimdi yine askeri dönemlerdeki gibi ya da darbe sonrası dönemlerdeki gibi kendi açtığı özgür ortamı, kendisi kısıtı. Tekke

zaviyeleri konuşabiliyoruz ama onu bir yere kadar, belirlenen çerçevede konuşabiliyoruz. Oysa 2010-2011'lerde hayatta yapmadığım Ermeni tartışmalarını, derin devlet tartışmalarını yaptık. Bunları yapamıyoruz. Gezi'den sonra yavaş yavaş daralmaya başladık ve 1 Kasım seçimlerinden (2015) sonra da iyice daraldık. Şimdi mecburen yine müthiş asker ağzıyla, aynı 90'lı yıllardaki gibi konuşmaya başladık. Askeri operasyonları, baştacı etmeye, en ufak laf etmemeye, operasyonları sorgulayamamaya başladık. İkincisi; cemaatin yürüttüğü Ergenekon, Balyoz (operasyonları) döneminde bile en azından avukatları ve o cemaatten gazetecileri çıkarabiliyorduk ve cemaatin gazetecileri ile Ergenekon ve Balyoz'a karşı olanları karşı karşıya yayın yapıyorlardı. Bugün bıraktım işkence iddialarını, Eğitim-Sen'lilerin, Aslı Erdoğan'ın avukatını çıkaramıyorum". (S1)

Sektöre göreli olarak daha geç girmiş ve yukarıda alıntılanan mevkidaşından çok daha kısa süredir tartışma programı sunuculuğu yapmakta olan bir başka isim de benzeri sorunlara işaret etmektedir:

"Çıkarabileceğim o kadar az kişi var ki; 20-30 kişi etrafında 4 gün öğütüyoruz. Önceki hafta Kezban Hatemi'yi aldım, dün ... (bir diğer sunucu) aramış. Yani 14 günde biz hukukçu listemizi tükettik. Hem seyircinin tanıdığı isimleri almak ve risk almamak için daraldı havuz". (S2)

Görüşmeler sırasında, bazı medya çalışanları da uzman havuzunun aslında kişi sayısı değil, söylem ve katılımcı çeşitliliği açısından sığılaştığını belirtmişlerdir. Yani, televizyon kanalları içeriği kısmak durumunda kaldıkları dönemde de havuzu belli bir miktar dolu tutmak için uğraşmaktadırlar. Bir program editörü ve üst düzey bir kanal çalışanı, mevcut durumun konjonktürle ilgisine sırasıyla şöyle değinmektedirler :

"Havuz daralmıyor da genişlemiyor da. Sürekli gidenler olduğu gibi, yerlerine gelenler de oluyor. Ergenekon, Balyoz sürecinde bağlanılanlara ve bir de şimdikilere bakın. Birileri gitmiş, yerlerine birileri gelmiş. Yarın bunlar da giderse yerlerine başkaları gelecek. Siyasi konjonktür bazı insanları dışarı itiyor. Bazı insanları sistemin içine çekiyor. Barış süreci döneminde yine bir kanalda editörlük yapıyordum. Orada kanala çağırdığım konukların hiçbirini şimdi çağırzamam". (E1)

"Ana akım perspektifinden bağımsız bir şey değil aslında. O da şu; ana akım siyaset, ana akımın çerçevesinin dışında kalanlar... Bu göreceli ve değişen bir şey, dinamik. Çünkü o çerçeve sabit değil, o çerçeve ilerlediği için ortasında olan köşesine de geçebilir ama nihayetinde hangi konjonktür, o çerçeve, nereyi kapsıyorsa... Parlamentoda temsil edilen üç siyasi partinin, ya Meclis'te olan temsilcileri, ya da mecliste olmayan kanaat önderi olan temsilcileri, onlarla özdeşleşmiş, oraya yakın duran kişiler; ya gazeteciler, ya da bu konuda uzmanlaşmış kişiler şeklinde bu yelpaze gidiyor. Bunun akademideki uzantıları var; her yeri bu şekilde sınıflandırmak mümkün. Nihayetinde ana akım dediğimiz medya kuruluşları şöyle medya kuruluşları değil; yani ülkenin toplumsal olarak iletişime dair, haber almaya dair bir ihtiyacı var ve bu ihtiyacını gidermekle kendini sorumlu hisseden, öyle bir kamu yayıncılığı, kamusal sorumlulukla davranmayı birincil öncelik kabul eden yapılar değiller. Bu bir realite. Nihayetinde onun sermaye yapısı, onun kaderini ve her türlü çizgisini belirleyen bir şey. Bu anlamıyla da işletmecilik mantığı var burada... Bu kadrajı kim belirliyor? Tamamen yine konjonktür belirliyor. Çünkü konjonktürdeki her türlü oylama, bir seçim sonucu ve bu seçim sonucunun yansımaları, bu çerçevenin genişlemesine ve daralmasına sebep oluyor". (M2)

Verilen kararlarda, ana akım kadrajının genişlemesi ve daralması kadar, mevcut kanaat teknisyenlerinin ya da potansiyel adayların gündelik hayatta ya da kariyerlerinde attıkları adımlar da etkili olmaktadır, bir konuk stüdyoya davet edilirken bu kararda salt kendisine tahsis edilen koltukta ne söylediği/söyleyeceği değil, ancak kendisinin toplumdaki imajı da önemli pay sahibidir. Üstelik aşağıdaki anlatıda da görülebileceği gibi önemli olan, mesleki ve kişisel imajın daveti yapan kanal için makbul alan ne ise onun sınırları içinde olmasıdır:

“Şu sabitlik yok; mesela pazar günü bir masa onaylandı pazartesi günü için; X bir kişi, o hafta o programa başka bir konuktan kaynaklı çıkmak istemedi, onunla olmak istemedi. Biz de orada çıkmak istemediği için, o kişiyi çarşamba günü değerlendirdik bu sefer veto yedi. Arada, o kişi çalıştığı gazetede ki manşet habere imzasını attı ve o haber kritik bir haberdirdi. O habere imzasını attığı için çarşamba günkü programa gelemedi. Ama o haberden iki gün önce gelebiliyor durumdaydı. O söndüğünde, o hafızadan biraz uçtuğunda yeniden gelebilir olacak”. (M2)

Darras’ın da saptadığı gibi (1998, 165), medya çalışanları, programlarını birikmiş bir simgesel sermayeye sahip görmekte ve risk almaktan kaçınmaktadırlar. İki kanalda yıllardır konuk koordinatörlüğü/prodüksiyonluk yapan çalışanlara göre sürekli güncellenen tele-uzman listeleri, risk faktörünü minimize etmek üzerine kurgulanmakta; kanallar tercihini yumuşak ton seçenlerden yana kullanmaktadır.

“Havuzun sınırı her gün değişiyor. O gün yazdığı yazı, bir gün önce çıktığı bir programda dile getirdiği fikir gibi şeyler; hepsi belirleyici. Hükümetle arasının nasıl olduğu, yazdığı yazı nedeniyle birilerine dokunup dokunmadığı, akademisyense bulunması istenilmeyen bir toplantıda bulunması... Bunlar hepsi dengeleri değiştiriyor... Bir de taraf olduğu yönde çok altını çizenlerden ziyade ‘-mış gibi’ yapanlar tarafındayız. ‘-Mış gibi’ yapmayı seviyoruz”. (P1)

“Yeni insanlara biraz güvenimiz yok. Şahsi kanaatimi söylüyorum; yeni bir insanın canlı yayında ne söyleyeceği kestiremiyorsunuz. Hele ki şöyle bir siyasi konjonktürde işin ucunun dokunup dokunmayacağını bilemiyorsunuz. Öyle bir mesuliyeti kabul edemiyorsunuz bir yerde... Bazen denk geliyor, bazen oluyor güveniyorsunuz, bazen olmuyor ve hem ben kendi adıma ne söyleyeceğime emin olamıyorum, hem de kanal bazen ben emin olsam emin olamıyor. O neden aynı isimlerle gitmek bir süre bizi kurtarıyor gibi diyebilirim”. (P2)

Çalışma kapsamında görüşülen on medya çalışanı da üstleri tarafından artık kendilerine talimat ya da tepki gelmeden mevcut konuk profilini öngörerek seçimler yapmaya yatkın olduklarını belirtmişlerdir. Yine de konuk çeşitliliğini artırmak için bir çaba gösterilmekte ve her üç kanalda da eğer bir isim ekrana ilk kez çıkacaksa bu konuda son onay genel yayın yönetmeni ya da genel müdürden alınmaktadır. Birçok çalışan, böylesi bir danışma sürecinin olası bir aksaklık durumunda sorumluluğun üzerlerinden alınmasına olanak sağladığını belirtmekte ve böylesi bir işleyişi tercih

ettiklerini vurgulamaktadırlar. Kanal çalışanları konukların seçiminde çoğu zaman bir “oto-sansür” uyguladıklarını belirtmektedirler.

“... Neticede hepimiz bu ülkede yaşıyoruz, bu atmosferi soluyoruz. Sansür, oto-sansür mü dersiniz işte eskisi kadar demokratik olmayan bir atmosfer mi dersiniz, neyse ne, kimsenin kimseyi kandırmasına gerek yok bu ülkede yaşıyoruz bunu. Dolayısıyla da bazen çoğu zaman sansür değil oto-sansür şeklinde ‘yaa şimdi aman çıkaracağız, bir sürü şey olacak, ondan sonra canımız sıkılacak’ diyoruz... X ismi alamıyorsak, o x ismin temsil ettiği düşünceyi bir başka isimle mutlaka bir gazeteciyle vs. ikâme etmeye çalışıyoruz. Yapabiliyoruz, yapamıyoruz, bir gün yapıyoruz bir gün yapamıyoruz ama biz en azından editörler olarak bunun mücadelesini vermeye çalışıyoruz o programın bünyesinde”.(M1)

“Bizde genelde çok sivri, kanalı zor durumda bırakabilecek isimler tercih edilmiyor. Aslında ben biraz kendini de zor durumda bırakmayacak kişileri tercih ediyorum. Çünkü canlı yayında söylenen her şey, aleyhine delil olarak kullanılabilir. Tahir Elçi gibi ölüme sebep olabilir... Kendime ön sansür koyuyorum. Zaten hassasiyetleri gözetiyorum ve ‘bu isme onay gelmez, zorlamaya gerek yok, zaten onay gelmez...’ Ama onay gelebilecek ışığı görebiliyorsam da tabii hemen soruyorum. (P2)

Eğer bu sorumluluk benim pozisyonumda olanlara verilmiş olursa, sorumluluk duygusundan kaynaklı çerçeveyi daraltmak zorunda kalır. Hâlbuki işi olmamasına rağmen. Şöyle bir durum çıkıyor ortaya; bir kere tatmin olmuyorsunuz, haz almıyorsunuz. Hadım edilmiş gibi, iktidarsız gibi. Beyniniz de var ruhunuz da var koşacaksınız ama yapabilecekleriniz belli, eldeki malzemeyle yapılabilecekler belli ama yapmanız mümkün değil. Bunun için birilerinin ‘yapamazsın’ demesine gerek yok. Öğrenilmiş çaresizlik. Yani mesela ben kendi adıma, herkes kariyerinde bir basamak yukarı çıkmak ister ya, bir basamak yukarı çıkmak istemeyeceğim bir dönem, kesinlikle istemem”. (M2)

“Sonuçta bu bir işletme. Kararı haber merkezi de veriyor, patron da veriyor. Biz konuk listesi hazırlıyoruz ama son kararı genel yayın yönetmeni veriyor. Bir havuz oluşturup beraber karar veriyoruz. O da bazen ‘şu isim olsun’ diyor”. (S3)

Görüşülen medya çalışanları (havuzun içinden) kanaat teknisyeni seçimi yapmak (ve gerekiyorsa yeni uzman adaylarını belirlemek) için program müdürü /program editörü, konuk koordinatörü/prodüksiyon ve sunucu arasında bir diyalogun olduğunu ve yukarıda da vurgulandığı gibi yeni isimlerin “üst mercilere” danışıldığını belirtmektedirler. Bourdieu’nün “Televizyon Üzerine” kitabında yaptığı bir saptamaya benzer bulgular bu çalışma kapsamında yapılan görüşmelerde de sağlanmıştır. Gazeteciler, daha yüksek bir makamda oldukları ölçüde (kanal genel yayın yönetmeni, haber/program müdürü vs.) izlenme oranı kıstasını daha çok benimsemeye yatkın olmakta (Bourdieu, haber kuruluşlarında her gün duyulan “basitçe vermek”, “kısaca vermek”, televizyonda iyi gidiyor”, “kendini iyi satıyor” gibi klişeler üzerinden bu tavrı açıklar); genç ve yeni gazetecilerse, kendilerinden daha kıdemli olanların aksine meslek ilke ve değerlerini savunmaya daha yatkın olmaktadır (Bourdieu, 2000, 80). Ayrıca yaygın bir gözlem uyarınca, gazeteciliğin

eleme sınavından defalarca geçerek meslekte konumunu yükselten kişiler, siyasal ve ekonomik baskıları içselleştirme konusunda, genellikle mesleğin ilk basamaklarındaki meslektaşlarına göre daha kayıtsız bir görüntü sergilemektedirler. Böylesi bir genel saptamanın dışında, incelenen kanallarda bazı mekanizmaların farklı şekilde işlediği de tespit edilmiştir. Bazı programlarda, sunucuların – ki görüşülenler arasında alanda uzun yıllar muhabirlik deneyimine sahip isimler de vardır – “gazetecilik” refleksi hala canlıdır ve verili sınırlar içinde de olsa konukların belirlenmesinden, içeriğin oluşturulmasına kadar yönetici ve ekipleriyle ortak bir çalışmanın içinde yer almaktadırlar. Ancak bazı sunucular, böylesi bir ön çalışmanın içinde yer almamaktadırlar. Örneğin bir kanalda prodüktör/konuk koordinatörü olarak görev yapan bir isim, sunucuların ve zaman zaman editörlerin bile konuk seçiminde kendisi ile etkileşime geçmediğini ifade etmektedir. Ona göre bunun nedeni bazı sunucular için görevlerine karşı sergiledikleri ilgisizlik ve “işinin insanı olmamak”, ancak başka bazı sunucular için “öğrenilmiş çaresizliktir; insiyatifsiz bırakılan bu medya çalışanları zamanla iş tanımlarına da yabancılaşmışlardır:

“Ekrana çıkacak konukları tamamen ben belirliyorum. Moderatörler, programa 2 saat önce gelirler. Konukları benden öğrenirler. Bazen gelmezler bile, mail aracılığıyla öğrenirler. Çünkü ekstra önerileri yoktur. Bazen içeriği bile bilmezler. Konukla konuşmazlar. Konuğa konuları, çerçeveyi vs. ben söylerim. Hatta konuklar bazen son dakika bilgilerini benimle paylaşırlar. Oysa ki editörlerle ikili ilişkileri yoktur. Ben gerektiğinde belirlediğimiz isimlerle yemeğe gidiyorum. Bana oradan konu çıkıyor. Ben ondan soru önerebiliyorum. Keşke bunu onlar da yapsa”. (P1)

Medya çalışanları, kısıtlı kanaat teknisyeni havuzunu genişletememe nedenlerinden bir diğeri olarak da program temposunun yoğunluğunu göstermektedirler. Her ne kadar bahsi geçen televizyon kanalları Türkiye’de en çok sayıda çalışanı istihdam eden kanallar arasında olsa da, çoğu zaman bir çalışan mesai saatleri içinde birden çok iş tanımını eş zamanlı olarak yerine getirmeye çalışmaktadır. Üstelik kısıtlı uzman havuzu üzerinde kıyasıya bir rekabet de mevcuttur:

“Çeşitlendirmeye çalışıyoruz ama şöyle düşün; haftanın her günü, bizde tartışma programı var ve her gün sıfırdan sabahtan başlıyoruz ve bir sürü kanalın içinden konuk aldığı bir havuzdan insan bulmaya çalışıyoruz. Dolayısıyla açıkçası bizim her gün biraz da böyle çabuklukla ne söyleyeceğini bildiğimiz ve bu formülde onu oraya koyarsak karşısına da bunu koyarsak yanına da bunu koyarsak diyeceğimiz insanlar bunlar. Ne söyleyeceklerini biliyoruz, pozisyonlarını, taraflarını biliyoruz dolayısıyla buna göre bir karşıtlık kurmak bizim için kolay oluyor. Çünkü biz bunu haftanın yedi günü yapıyoruz. Benim her gün oturup buna alternatif bulmam lâzım. ‘Kim olabilir?’ deme lüksüm yok. O deniz akıyor, saat ilerliyor, konuklar kapılıyor ve benim akşama bir şey bulmam lazım”. (M1)

“Yeni konuklar bulmak ciddi mesai gerektiriyor. Öyle bir tempoda çalışıyorsun ki, ekrana çıkabilecek konuğu bulmakta zorlanıyorsun. Bir ara ‘gidelim üniversitelere bakalım, kim var kim yok’ dedik ama bunun için zaman lazım. O kadar hızlı çalışıyoruz ve o kadar hızlı haber tüketiyoruz ki. Ben de isterim çok farklı konuklar çıkarmayı... O yoğun tempo içinde rahat gelebilecek konuğu tercih ediyorsun bazen. Kolay ulaşabileceğin, nazının geçebileceği insanları tercih ediyorsun. Biraz da tembellikten kaynaklanıyor”. (S3)

Jacobs ve Townsley (2011, 102-104), ABD’de, 1990’lar ve 2000’li yıllarda basın kuruluşları ve televizyonlardaki yorumcular hakkında yürüttükleri araştırmada siyaset ve gazetecilik alanı arasındaki geçişkenliğin üç ana biçimde gerçekleştiğini saptamışlardır. Birincisi, siyasetçilerin bizzat (ağırlıklı mecra televizyon olmak üzere) medya üzerinden mesajlarını dağıtmaları; ikincisi, bir dönem siyasette görev almış kişilerin, “danışman”, “uzman” sıfatıyla medyada kendilerine yer edinmeleri – ki kıymetlerini herhangi bir saygın gazetecilik faaliyetine değil, siyasi deneyim ve ilişki ağlarına borçludurlar; üçüncü olarak da, (aslında bir sivil toplum yapılanması olarak lanse edilse de gerçekte genellikle siyasetin bir yan kolu olarak işleyen) düşünce kuruluşları üzerinden medyada geniş temsiliyet bulmaları. Dolayısıyla bu çerçevede fikir alanı, sadece siyaset ve gazetecilik alanlarının kesişiminden ibaret değildir; demokratik kurumlar ve makam sahipleri kadar, düşünce kuruluşları, lobiler ve çıkar/baskı gruplarının birarada bulunduğu bir alandır (Jacobs ve Townsley, 2011, 13).

Batı’da yürütülen araştırmalarda lobi grupları, halkla ilişkiler şirketleri, gibi farklı etki odaklarının da medyada üretilen içeriğe “müdahalesi” sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu, bir noktaya kadar Türkiye için de geçerlidir. Kuruluşların basın sorumluları ve halkla ilişkiler birimleri (ve halkla ilişkiler ajansları), habercilere istedikleri konuda, zahmetsizce ve hızla “alıntı yapabilecekleri” uzman sağlama konusundaki kabiliyetlerini her geçen gün artırmaktadırlar. Özellikle sağlık, ve ekonomi alanında (özel hastanelerin servis ettirdiği uzman doktorlar, aracı kuruluşların finans uzmanları, turizm şirketleri vs.) bir tüketime hazır kaynak enflasyonu yaşanmaktadır. Zamanla halkla ilişkilere bağımlılığın dozajı arttıkça, kişi ve kurumlar reklam kapasitelerini geliştirmekte, gündemi belirlemekte ve/veya şekillendirmekte daha etkin rol oynamaya başlamakta; haberciler sürüler halinde benzer isimlere danışmakta, benzer etkinliklere gitmekte ve medyada dikkat çekici ölçüde bir benzeşme de ortaya çıkmaktadır. Ancak son dönemde Türkiye’de medyada yaşanan tek tipleşmeyi salt maliyetten kaçınma ve/veya kolaycılığın ortaya

çıkardığı bir benzeşme olarak yorumlamamak gerekmektedir. Özellikle siyasi içeriği olan konularda, ana akım medya kuruluşları “güvenli sulara gezinmek” için ve aynılığı korumak için aynı uzmana yönelmektedir. Bunun ilk sebebi o kişinin daha önce test edilmiş ve kırmızı çizgileri aşmayan bir isim haline gelmiş olması ve olumsuz bir durumda (örneğin tepki çeken bir açıklama yapması durumunda vs.) “bakın bu kişiyi sadece biz çıkarmıyoruz ki; şu, şu, şu programlara da çıkmış ve demeç vermiş” diyebilmenin rahatlığını da yaşayabilmektir. Haber merkezi hiyerarşisinde, bir editör ve prodüktörün yeni işe başladığı haber merkezinde “uygun konukların” kim olduğunu öğrenmesi zaman alır, ancak işin önemli bir boyutudur (Louw, 2010, 64). Bu süreç salt kıdemli çalışanların telefon rehberini zamanla kopyalamakla olmaz; aynı zamanda benzer yayın politikasına sahip medya kuruluşlarının muhabir ve editörleri arasında da sürekli karşılıklı konuk numaraları değiş tokuş edilmektedir. Haber tartışma programları söz konusu olduğunda bir kanaat teknisyeninin sadece bir kanalla özdeşleşmiş olması, kimi zaman diğer kanalların o kişiyi tercih etmemesine yol açsa da kanallar ve programlar arası konuk takası oldukça sık karşılaşılan bir durumdur. Farklı iki kanaldan üst düzey program yöneticileri ve iki farklı programın prodüktörü/konuk koordinatörü ve editörü bu konudaki yaklaşımlarını sırayla şöyle açıklamaktadırlar:

“Kanallar arasında adı konmamış bir şey var. Gerek konunun, gerekse konuğun meşruiyetinin öbür kanalda olup olmaması üzerinden kuruluyor... işte o (kanal) bile aldıysa. Böylesi bir şey... Tabii bunun esas piri var: ‘A Haber aldıysa gözün kapalı al sorma bile!’.. ‘A Haber aldıysa, TV Net aldıysa gözün kapalı al’, psikolojik ortamı bu; realite, pratik bölümü değil. O da kendi içinde ayrışıyor. Onların alıp senin alamayacağın isimler var. Çünkü bu işin artık kıvrımları ve nüansları var. O kadar da değil, eşiği var”. (M2)

“Oradaki isimlere bakıyoruz tabii ki. Neden bakıyoruz? Yeni isim aramak için bakıyoruz ama A Haber ve Halk TV çok aslında bire bir kriter değil. Çünkü şunu da biliyoruz, işte 15 Temmuz sonrası, A Haber’e bakarak alsaydık birçok insan bu sefer de ‘Fetö’cülerini ekrana çıkardınız’ derdi, başımız belaya girerdi. Rakip kanallara da bakıyoruz sonra hemen taramaya başlıyoruz. Tweet’lerine bakıyoruz varsa yazılarına bakıyoruz, başka ekranlarda söylediği şeylere bakıyoruz ama şunu samimiyetle söylemek gerekir; ben bir isim hakkında bir muallaklık var kafamda ‘ya bu muhalif mi? Yandaş mı?’... Eğer bu adam sabahtan akşama kadar TV Net’e, A Haber’e oraya buraya çıkmışsa bununda CHP’li olmadığını muhalif olmadığını anlıyorsunuz”. (M1)

“Diğer kanallara katılmış olanlara bakıyorum. Bizim akşamları çalışan bir arkadaşımız var. O bize her gün, her akşam bizim yayın saatlerimizde karşı ekranlarımızda kimlerin olduğunu not ediyor isim isim. Sonra biz onlara bakıyoruz, dinliyoruz ve beğenirsek kendimiz de deniyoruz. Belki önce bültenlerde öneriyoruz... Ben de tartışma programlarında gördüğüm isimleri öyle yapıyorum. Mesela ...'yı ben tanımıyordum. ... kanalında görmüştüm, iki gün sonra kendi programıma aldım”. (P2)

“Konukları genelde kanallar birbirinden alıyor. ‘... aldıysa, biz de alırız’ diye alıyor. Konjonktür bazı adamları eskitiyor. Onların yerine yenileri geliyor. Gelenlere bakın, ya Ak Parti Gençlik Kolları’nın bir kongresinde konuşma yapmıştır ya da başka bir şey. Bunu da Ak Parti’den siyasi referansla yapabilir ancak. Çoğu da aslında ‘googlelanıyor’. Bakıyoruz ne demiş diye, ‘oo bak bu söylediği çok tehlikeli’ diye” (E1).

Türkiye’de siyaset alanı aktörlerinin, gazetecilik alanı üzerine doğrudan etkisi üzerine son dönemde çok sayıda iddia ortaya saçıldı, haber yapıldı. Özellikle 17-25 Aralık 2013 tarihlerinde, iktidar sahiplerinin darbe teşebbüsü olarak adlandırdığı, operasyonları yürütenler ve muhalefet tarafından rüşvet ve yolsuzluk operasyonu olarak nitelendirilen süreç sonrasında, iktidarın medyaya doğrudan, telefon aramaları üzerinden müdahale ettiğine ilişkin çok sayıda ses kaydı yayınlandı. Bu kayıtların da aralarında bulunduğu, dinlenen telefon kayıtları iktidar sahipleri tarafından “montaj, dublaj” gibi ifadelerle yalanlansa da toplumda geniş kesimlerin ve muhalefetin yoğun tepkisini çekti; TBMM’de soru önergelerine konu oldu. Çalışma kapsamında yapılan görüşmelerde de siyasilerin medya üzerindeki doğrudan etkisi üzerine saptamalarda bulunulmuştur. Örneğin iki farklı kanal çalışanı, 15 Temmuz darbe girişimi sonrasında, daha önce ekranlarda sıkça boy gösteren bir emekli asker güvenlik uzmanının programlara çağrılmaması konusunda “Ankara’daki yetkililer” tarafından uyarıldıklarını ve bu kişiyi o günden beri programa çıkarmadıklarını belirtmişlerdir. Üstelik talepler salt iktidardan değil, tespit edildiği kadarıyla siyasetin diğer aktörlerinden de gelmekte, hatta bu süreci içselleştiren bazı orta seviye medya çalışanları da, siyasetçilerle aralarında doğrudan bir iletişim kanalını açık tutmaktadırlar. :

“Bir isimle ilgili, kafamızda soru işareti varsa (hükümet ya da ‘saraydaki’) danışmanlara soruyoruz. Bazen de direk danışman olarak kafamızın rahat etmesini sağlıyoruz. Mesela benim TRT’de görüp sonra takip edip, sonra ulaştığım bir akademisyen var. 2 kez çıkardıktan sonra 3. kez çıkacağını Twitter’den duyurdu; ‘akşam şu kanaldayım’ diye. Bunun üzerine Cumhurbaşkanlığı kaynakları, bizi arayarak o ismi almamamız gerektiğini, onun çok ‘kripto’ olduğunu söyledi. O zaman siliyorsun ve sorunun çözülmüş oluyor”. (P1)

“Ben örneğin MHP’den birisini yayına almak istediğimde Semih Yalçın var basınla ilgilenen, onu arıyorum ‘şu kişiyi yayına davet etmek istiyorum’ diyorum, parti içi disiplin var bir de, o kişiyle konuşuyor. Ben tüm partilerden bana ‘sizi temsil edebilecek akademisyen, köşe yazarı ismi verin’ dedim. Listeler de aldık zaman zaman. Mesela bir siyasi parti temsilcisi ‘o isim iyi anlatamadı’ demişti, biz de elemeye gidebiliyoruz, onlar da yapabiliyor. Bir de şöyle bir risk var; adam kripto ‘Fetöcü’ çıkabilir, bilemiyorsun ki...” (S3).

Kendisi de birçok tartışma programında ekrana çıkan kıdemli bir gazeteci ekran konluğu da siyaset odaklarından medya kuruluşlarına zaman zaman öneriler iletilildiğini ifade etmektedir:

“Medya onları keşfetmiyor, medyaya listeler veriliyor. Yani diyorlar ki; ‘şu konular var, tama şunlar şunlar ile konuşun’. Sonra bir bakıyorsunuz, o kişi orada, ertesi gün başka kanalda veya aynı kanaldaki çeşitli programlarda hep işte bir takım insanlar var, hep aynı suratlar aynı şeyi savunuyorlar”. (K.T.10)

Görüşülen medya çalışanları, tele-uzman havuzlarının daralmasının bir nedeni olarak da son dönemde artan siyasi gerilim ve kutuplaşmadan dolayı çok sayıda ismin ekrana çıkmaktan vazgeçmesi ya da ilk kez davet götürülen bazı isimlerin, yukarıda anılan nedenlerle tekliflerini reddetmeleri olduğunu aktarmaktadırlar. Bu “endişeli” grupta başı çeken meslek grubu ise akademisyenlerdir:

“Telefon defterim daraldı. Yeni isim yaratmak artık güç. Hedef olmaktan çekindiği için çıkmak istemeyenler de oluyor: ‘Şimdi içimdekini söyleyeceğim, o da bana döner’ diyenler var”. (P1)

“Siyasi görüşüne göre kaygısı farklı. Muhalefse ‘aman üniversiteden atılırim’ diyor, ‘başıma iş gelir’ diyor, ‘soruşturma açılır, tutuklanırım’.. Yani korkular... O öyle gidiyor. Diğer tarafta da hükümet tarafında da çok savunamayacağı şeyler var diyelim ki hükümetin yaptığı, ama yayına çıkarsa bunu savunmak zorunda, ama bunun altını doldurmayacağını düşünüyor, o kaygısı olan var, ya da ‘ortalık karışık bir şey söylerim Başbakan’ın hoşuna gider, Cumhurbaşkanı’nın hoşuna gitmez’ gibi kaygıları olanlar var”. (M1)

“Üniversite hocaları eskisi kadar yayına çıkma konusunda istekli değiller. Bizim ekranlarımızda söyledikleri bir laf ertesi gün, soruşturma, tutuklama ve gözaltı olarak kendilerine dönebiliyor. Ya da akademiden dışlanabiliyorlar. Dolayısıyla bizim ekranlarda konuşmak hele hele ezber bozmak, sorgulamak ve yeni fikirler ortaya koymak o kadar kolay değil artık... Akli başında, gerçekten akademisyen olanlar, kendi tercihleri nedeniyle de az varlar ekranda. Gerçekten söyleyecek sözü olanlar 'bir dakika, ben akademide kalayım, işimi yapayım' demeye başladılar”. (S1)

4.6. Bir TV yıldızı olarak kanaat teknisyeni

Neil Postman, 1983 yılında Amerikan ABC kanalında nükleer savaş senaryoları üzerine oldukça yüksek profilli konukların (eski savunma bakanı Robert McNamara, eski dışişleri bakanı Henry Kissinger, nobel ödüllü edebiyatçı Elie Wiesel, gökbilimci Carl Sagan ve general Brent Scowcroft) katıldığı bir tartışma programını ele alır. Postman’a göre, programda bir tartışma söz konusu değildir, ve hiçbir açıklama, ayrıntılara girme ya da tanımlama süreci yoktu. Postman bu program üzerinden yaptığı çözümlemede şu sonuca varmaktadır: “... Parça parça, ve

süreksiz bir dili yaratan, tek başına zamanın kısıtlı olması değildir. Bir televizyon programı yayınlanırken, ‘bunu düşünüyüm’, ‘bilmiyorum’, ‘neyi kastediyorsunuz?’ ya da ‘enformasyon kaynağınız nedir?’ gibi sorulara hemen hiç izin verilmez... Düşünmek televizyonda etkili olmaz (televizyon yönetmenlerinin çok zaman önce keşfettikleri bir olgudur bu). Düşünmenin görülecek yanı pek yoktur. Düşünmek, bir bakıma bir temsil sanatı değildir. Oysa televizyon bir temsil sanatı ister. Bu anlamıyla ABC kanalının programında sunulan tablo, kendilerini fikirlerini ortaya koymaktan ziyade rollerini yerine getirmeye zorlayan bir aracın (medium) egemenliğine boyun eğmiş, üstün konuşma becerileri ve politik kavrayışları olan bir grup insandır” (Postman, 2016, 116). Elbette bu programa katılan bu yüksek profil isimlerin tamamı aslında nasıl bir “gösterinin” içinde olduklarını bilmekte ve bu koşullarla uzlaşmaktadırlar. Öyle ki, Postman’ın bahsettiği bu programın katılımcılarından ABD eski dışişleri bakanı Henry Kissinger, “Amerikan Dış Politikası” adlı kitabında medyada boy gösteren uzmanları da değerlendirmiştir. Kissinger’a göre “uzmanlar”, “genel kabul gören görüşleri taşıyan; bu uzlaşmayı üst düzeyde tanımlayan ve değerlendiren kişilerdir” (Kissinger’den akt. Herman ve Chomsky, 1988, 23). Kissinger’ın diplomatik bir dille nitelendirdiği bu gruba dair Pierre Bourdieu daha yalın bir saptama yapmaktadır: Ona göre bu kişiler, “çağırılabilir insanlardır, iyi bir bileşim oluşturacakları, size güçlük yaratmayacakları, olay çıkarmayacakları bilinir; üstelik bolca hiç güçlük çekmeden konuşurlar” (Bourdieu, 2000, 40). Daha önce değinildiği gibi, ekranlara çıkmaya başlayan ve düzenli konuklar haline gelenler, mesleklerinden bağımsız halde televizyonun gösteri dünyasının aktörleri haline gelmekte ve gazetecilik alanının içinde yer alan “oyun stratejilerini” benimsemeye başlamaktadırlar. Haber tartışma programlarından sorumlu üst düzey bir isim bu dönüşümü şöyle anlatmaktadır:

“Konuk denilen kişinin de mesleği ne olursa olsun, aynı isimleri sık sık çıkardığımız için, onun bir ‘profesyonelleşmesi’ meselesi var. Niye çağırıldığını biliyor. Burada maddi bir şeyden bahsetmiyorum, para almasına gerek yok. Ama niye davet edildiğini, kendisinden ne beklendiğini biliyor ve bunun ona deklare edilmesine gerek yok. Çünkü reklam arasında veya program sonrasında performansını soruyor zaten size. ‘Benden bekleneni yapılabildim mi?’yi uygun bir dille soruyor”. (M2)

Medya çalışanları ile yapılan mülakatlarda “sizce iyi ve kötü/zayıf konuk kimdir?” şeklindeki soruya verilen yanıtların neredeyse tamamında “ekran performansı” tanımı devreye sokulmaktadır. Öyle ki performans birçok durumda bilgi birikiminden daha çok tercih edilen bir özellik olarak anılmakta, bazı kanaat teknisyenlerinden “o bizim yıldız ismimiz” şeklinde bahsedilmektedir. Editöründen,

sunucusuna, sektör çalışanları akademik ünvanlı ama söylemi gündelik dil seviyesinde tutan, mümkünse uzmanlık alanları olan, ancak uzun ve ağırlı çözümlemelerden kaçınan konuk peşindedirler ve bu konudaki görüşlerini şu şekilde aktarmaktadırlar:

“İyi stüdyo konuğu kimdir? Kısa konuşan, net konuşan, anlaşılır konuşan biraz hınzır biridir; şöyle yani biraz ironi yapabilecek, müstehzi konuşabilecek programın enerjisini yükseltebilecek... Arkaik bir tavır var: 'Bu konu 5 dakikada konuşulamaz', evet ama konuşacaksın, yani hiç konuşmamayı mı tercih edersin? O zaman gelme. Sen bu programı kabul ederken zaten bilgisini veriyoruz. Ne yapalım, koşulları kabul ediyorsun”. (S2)

“Ekrandaki performansı, diğer konukla nasıl polemige girdiği, sesini nasıl yükselttiği, cevvalliği... Kötü olan da performansı zayıf ve ‘mıy mıylığı’ olan. Çünkü insanlar biraz da nasıl söylediğine bakıyor. Televizyon biraz şov yeriye, burası da çok bilimsel gerçeklerin şey yapmadığı yer. Çok önemli şeyler söyleyebilir ama ‘mıy mıy’ işe yaramıyor çok. (P3)

“Derdini anlatabilecek mi? Karşı argüman geldiğinde, sinirlerine hakim olup kendini savunmaya devam edebilecek mi? Şimdi bir de akademik olarak bir şey anlatmakla, televizyonda anlatmak çok başka. Musul sorunu ile ilgili konuşurken, o Musul'un tarihçesini televizyon diliyle bana üç cümlede toparlayıp bugünkü meseleye çat diye gelebilecek mi yoksa sınıfta ders anlatır gibi; ‘ama hocam günümüze gelelim’ gibi forse etmek zorunda kalacak mıyız? Ekran performansı bu”. (M1)

“Kafamızın bir tarafında iyi üniversite, iyi kurum, iyi titr... Yazdıkları enfes vs. ama televizyonculukta şöyle bir şey de var ne yazık ki, iyi konuşması da lazım. Kendisini iyi ifade edemiyorsa bizim için iyi bir şey değil. O yüzden kaynaklara bakıp nasıl bir konuşması olduğuna da bakıyoruz”. (E2)

“Akademik çalışma çok detaylı bir çalışma. Dolayısıyla onu yapan çok heyecanlanıyor, onu en ince ayrıntısına kadar aktarmaya çalışıyor. Oysa seyirci dediğin, 6 dakika bile değil, maksimum 3-4 dakikada dikkati dağılan bir seyirciden bahsediyoruz. Dolayısıyla o bilgi birikimini çok net, yalın hap haline getiren insandan bahsediyoruz. Bunu yapabilen insan sayısı çok az. Hem ilgi çekici olacak, hem belagati kuvvetli olacak, hem enteresan olacak, hem çalışması kuvvetli olacak hem de bunu dinlenebilir hale getirecek”. (S1)

Livingstone ve Lunt’a göre (2001, 98), televizyon programı formatında, “uzman konuk” bilimsel veriler sıralayarak, çok katmanlı açıklama yapma yeteneğini yitirir ve bir imaj krizi yaşamaya başlar. Kıyaslama, benzetmeler yaparak konuları tarihsel ve kültürel bağlamına oturtmakta güçlük çekmeye ve gündelik dil ve davranış kalıplarının içine hapsedilmeye başlarlar. ‘Güvenlik politikaları uzmanı’ olarak bu çalışmanın yapıldığı dönemde sıklıkla ekrana çıkan ve haber tartışma programlarına da davet edilen bir isim, kendisinden istenen şeyleri içselleştirmesine rağmen bu konuda karşılaştığı zorlukları şöyle anlatmaktadır:

“Aslında haklı gördüğüm eleştirileri dikkate alıp kullanmış olduğum kelimeleri değiştirmeye çalıştım. Çok başarabildiğimi açıkçası söyleyemem. Çünkü bir jargon var, bir de terminoloji var. Onları değiştirmeye kalktığınız zaman tam karşılığını

veremiyorsunuz. Çünkü o terminolojik dili kullanmak zorunda kalıyorsunuz. Kullanmak zorundasınız zaten, bu sefer anlamsızlaşıyor”. (K.T.4)

4.6.1. Hızlı düşünen, her konuyu konuşan “yeni entelektüeller”

Televizyon programı yapımcılarının “ideal” olarak nitelendirdiği kanaat teknisyeninin mesleki yeti ve birikimini kurban etme koşullarıyla uzlaşması, salt kısa ve “herkesin anlayabileceği dilde” konuşmayı kabul etmesi koşulu üzerinden sağlanmamaktadır. Aynı zamanda televizyon, düşünce ile hız arasındaki problemi de ortaya çıkarmıştır. Saatler süren haber tartışma programlarında konu bütünlüğü sıklıkla dağılmakta, zaman zaman da yaşanan son dakika gelişmeleri, belki de bambaşka bir konuyu konuşmak üzere stüdyolara doluşturulmuş mevcut konuklara yorumlatılmaya çalışılmaktadır. Bourdieu’ya göre bu haliyle televizyon “kendini gölgelerinden hızlı düşünen fast-thinker’lara mahkum etmiştir”. Peki bu nasıl mümkün olmaktadır? Bourdieu’ya göre (2000, 34), bu kişiler “buyur edilmiş fikirlerle” düşünmektedirler; yani, herkesçe kabul edilmiş olan, sıradan, kararlaştırılmış, ortak fikirlerle... Bu hem medyanın acil taleplerine yanıt vermede, hem de değişen gündem başlıklarına dair kendi uzmanlık alanıymış gibi konuşabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bir sunucu mülakat yapılan dönemdeki güncel bir örneği aktarmaktadır:

“Pazartesi iç siyaset konuşacağız diye bir masa kurduk sonra Musul operasyonu oldu. Konukları iptal etmek istemedik, “bunu da konuşur musunuz?” dedik. Dış politikayı içten dışa bakarak da konuşabilirsin. Ama orda konuk da bazen “onu da konuşurum” diyor. Orada hukukçu olmasından çok, aldığı siyasi pozisyon nedeniyle orada zaten. Hukukçu diye çağırılmıyor oraya zaten, siyasi pozisyonu nedeniyle orada”. (S3)

Bir prodüktör / konuk koordinatörü de “her şeyi konuşabilecek” tele-uzmanlara dair taleplerini şöyle aktarmaktadır:

“Aslında şöyle ki, biz başlıkları genel tutmaya çalışıyoruz, çünkü her an, her şey olabiliyor. Onun için uygun konuklar çağırıyoruz. Genelde gündemin ana başlıklarını konuşuyoruz ama her şeyi konuşabilecek isimleri davet etmeye çalışıyorum. Özellikle önceden konuk ağırlaması yapıyorsam...” (P2)

Görüşülen konuklar da kanalların üzerlerinde kurduğu “hız” baskısına görüşmelerde değinmişlerdir. Sırasıyla dış politika konusunda çalışan bir akademisyen ile bir hukukçu aktarmaktadır:

Ben genelde (daveti) bir gün önceden alırsam memnun oluyorum ama gün içinde de oluyor. Mesela ‘bir saat sonra sizi alalım’ ya da ‘oraya size canlı yayın

gönderelim’... Bazen ben olayın ne olduğunu bilmeden, arayıp yayına koymak isteyenler oldu”. (K.T.2)

“Benden çok hızlı cevap istiyorlar. Ben de fedakârlık yapıyorum, o anda elde bilgiler ve kanunlara dayanmak suretiyle inceliyorum konuyu ve sınırlı bilgi veriyorum ve bunu söylüyorum. Ama doğru değil. Örneğin bir kararı söylüyorlar, ama o kararı görmeden konuştuğumda hata yaptığım oldu ama hemen düzelttim. Yani bu bizden kaynaklanmıyor, yani şöyle kaynaklanıyor; basın seni sürüklüyor buna. Ama senin ona alet olmaman lazım esasında. Olmasan iyi olur. Ama sen de kendini anlatma derdine düşüyorsun çünkü bu tanınmışlık veya uzman olduğun konuda fikir bildirme heyecanına kapılıyorsun ve gündemden düşmemeye, o konuda söz söyleyeyim derdine düşüyorsun ve sana soruyorlar seni ‘onore’ ediyorlar... Çok hızlı cevap vermem, düşünmem, onların istedikleri reytingi canlı tutmak ve net açıklamalar yapan tarafsız birisi olmak...”(K.T.7)

Görüşülen isimlerin çoğu, televizyon stüdyolarında yayına katıldıklarında “uzmanı olmadıkları konularda” konuşmak durumunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Bazıları gündelik rutinlerini buna göre ayarladıklarını, “her an bir konuda yayına çağrılacakmış gibi ders çalıştıklarını” belirtmektedirler:

“Ben bulunduğum pozisyon sebebiyle zaten aktüaliteyi çok yakından takip eden bir insan olduğum için, aktüaliteyi takibi mecburen bu tartışmalar için de kurumsal hale getirdim, kendim açısından sürekli... Meseleyi takip ediyorum, nerede, ne var çünkü her an bir şey söylemek zorunda kalabilirim” (K.T. 5).

“Ben hiçbir zaman konuyu takip etmeyi bırakmıyorum. Yani, her gün üç veya dört saat, tembellik yapmadığım zamanlarda, mutlaka yirmiye yakın kaynaktan, yirmiye yakın kaynak derken Türk medyasını çok kastetmiyorum. Özellikle Arap medyasını, Kürt medyasını ve yurtdışı medyayı birtakım şeyler var özellikle takip etmiş olduğum şeyler var. İnternet siteleri var konu ile ilgili, uzmanlık üreten, bu konuyu bir şekilde takip etmeye çalışan oraları her zaman her gün okumaya çalışıyorum”. (K.T. 4)

Bu çalışma hazırlandığı sırada (ilerideki bölümlerde de görüleceği gibi) Türkiye’nin gündemindeki maddelerden birçoğu, hukuk alanı çerçevesi içindeydi. Bir yandan, 15 Temmuz darbe girişimi sonrası yürütülen soruşturmalar, diğer yandan, anayasa değişikliği tasarısı, tartışma programlarında sıkça gündeme gelmekteydi. Ancak medyada boy gösterenler, çoğunlukla anayasa konusunda uzmanlaşanlar değil, ceza hukuku konusunda uzmanlaşmış ve uzun yıllardır birbirinden farklı çok sayıda davayı değerlendirmek için ekrana taşınmış isimlerdi:

“Beni cezadan çıkarmıyorlar ki. Genelde anayasa... O benim biraz tarzım ve kendimi geliştirmemle ilgili. Yani siz ceza hukukçusunu alıp da ‘otur şurada anayasa değişikliklerini ve yeni anayasayı konuşalım’ dediğinizde ne konuşacak ki? Bilirsen konuşursun. Başkanlık sistemini bilmen lazım, geçmiş anayasaları bilmen lazım. Benim biraz belki farkım şu; bilgi seviyemi çok geliştirdim. Bana özel hukuk da sorsan konuşurum, idare hukuku da sorsan konuşurum”. (K.T. 7)

Aslında kariyerinin başından beri sosyoloji alanında çalışmalar yürüten bir akademisyen de her üç kanal tarafından da farklı zamanlarda, farklı gündem maddelerini “tartışmak” üzere ekrana çıkarılmaktadır:

“... Çünkü zaman zaman şöyle bir eleştiri alıyorum: ‘Hocam siz neymişsiniz! Her şeyi biliyorsunuz...’... Musul’u konuşuyoruz, başkanlık sistemini konuşuyoruz, terörü konuşuyoruz. Hangisinin uzmanı olacak bu adam? Hepsini takip etmesi gerekiyor. Sizi bu gündeme mahkûm eden programın yapımcısı, moderatörü, her kimse, adam böyle bir şeyi uygun buluyor kendi programı için. ‘Ben uygun bulmuyorum’ dediğiniz zaman, çoğu program böyle aslında: Karma yapılıyor artık oradan oraya. Çünkü onlar da kendilerine göre haklı; çünkü gündemi konuşuyorlar. Gündemde üç konu var, üç konuyu birden konuşacak ki ayakta kalacak program. Dolayısıyla siz diğer konulara mahkûm oluyorsunuz. Şu şöyle bir sonuç yarattı yıllar içerisinde; beni zaman zaman uluslararası ilişkiler uzmanı gibi görüp, ya da sanıp toplantılara, konferanslara falan davet edenler oluyor artık. Bu iyi bir şey mi kötü bir şey mi bilmiyorum. Kötü bir şey, ben uluslararası ilişkiler uzmanı değilim; iyi bir şey, beni bir uluslararası ilişkiler uzmanı kadar yeterli görüyor olacaklar ki bir programa davet ediyorlar veya bir toplantıya davet ediyorlar”. (K.T. 5)

Bir süre öncesine kadar oldukça popüler olan, ancak bu çalışma yürütüldüğü sırada ana akım kanalların “ekran ambargosuna” uğrayan bir gazeteci/yazar, ekrana çıktığı dönemde uzmanlık alanı olmayan konularda da yorum yapmak zorunda kaldığını söylemiş ancak kendince bu eksikliği ekranda giderebildiğini öne sürmüştür:

“... Dört tane uzman arasında Rusya’yı tartışırken afallayıp kaldığımı biliyorum, ‘benim ne işim var burada? Ben bunlara ne diyebilirim ki? Çünkü ben Rusya’yı bilmiyorum, dengeleri bilmiyorum’ dediğimi biliyorum mesela... Bütün tartışma programlarında, bütün yazılarımda kendime odak aldığım bir şey var: Türkiye. Türkiye’nin kazancı ve kaybı benim için tek odaktır. Bir olaya yaklaşım geliştirirken bunu baz aldığım da, Rusya ile ilgili de bir şey söyleyebiliyorum, uçak kazası ile ilgili çok dış politika uzmanı olmama gerek kalmıyor. ‘Böyle yapmak Türkiye’nin lehine, şöyle yapmak Türkiye’nin aleyhine’ diye bir mihenk taşı olarak Türkiye’nin artışı eksisini aldığım da oradan bir yorum çıkarabiliyorum. Ama derinlemesine bir Rusya dengeleri idi, Rusya’nın Amerika ile ilişkileri, NATO ile bağları oradan alalım getirelim bu çok dış politika uzmanlığı”. (E.K. 2)

Yargı muhabirliği yapan bir gazeteci ise son dönemde sıklıkla davet edildiği haber tartışma programlarının sıklıkla bağlamından sapmasından (çoğu zaman da moderatörün yönlendirmesi doğrultusunda) duyduğu rahatsızlıkları şöyle aktarmaktadır:

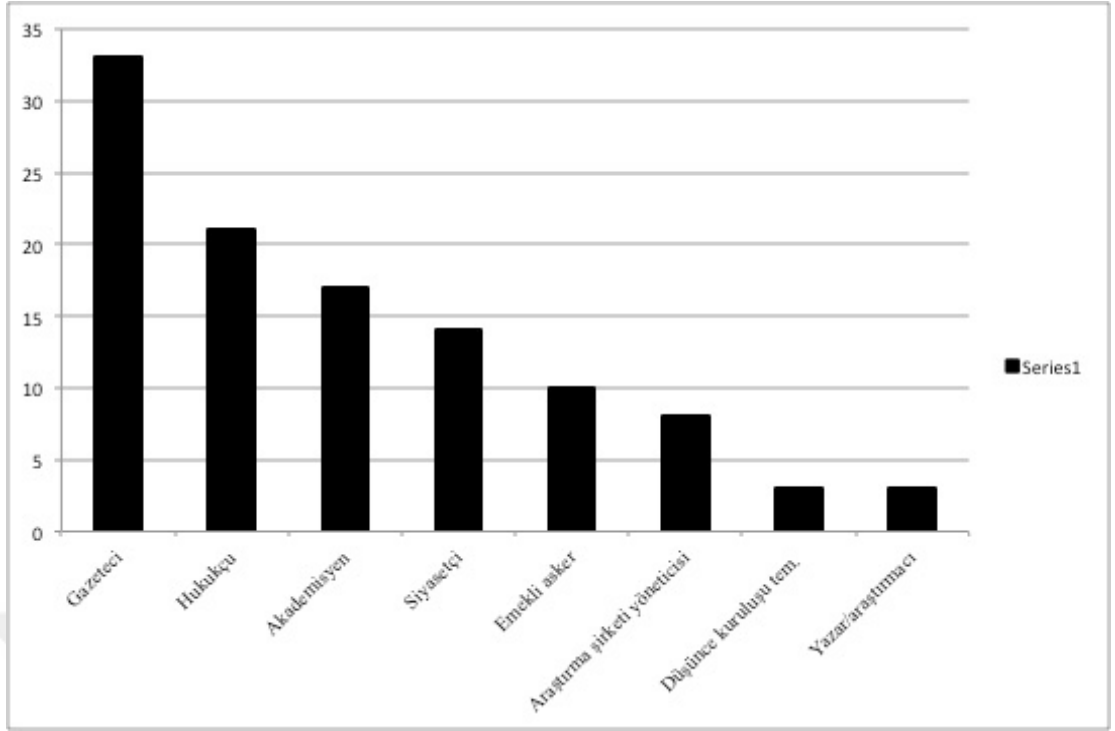
“Başlarda gündeme dair yine uzmanlık alanımdaki konuları anlatmakla ilgili olarak çağırıldım. Örneğin, 10 Ekim (Ankara) patlamasından hemen sonraki programa öyle çağırılıyorum, ya da hukuksal bir tartışma var... Ama sonra biraz performans mı bakıyorlar herhalde, siyasi tartışmaya falan da bakıyorlar herhalde. Ben hep gittiğimde uzmanlık alanımda kalmaya gayret ettim ama dediğim gibi hukuk meselesi Türkiye’de bir de siyasal özgürlükleri siyaset hayatını çok doğrudan ilgilendirdiği için bu dediğim şey biraz farkında olmayarak hukuksal alandan sürekli konuşuyordum ama bir müddet sonra o siyaset tartışmaya dönüyordu ve herhalde

son birkaç programdır uzmanlık alanıyla mesela geçen Başkanlık sistemini tartışmaya gittik. Bu yine benim çalıştığım bir konu ama tartışma tabii karşıdaki muhataptan da kaynaklı. Başkanlık sistemi içeriğini tartışmadık. Ne var başkanlık sisteminde, dünya örnekleri nedir, AKP'nin önerisi nedir, muhalefet neden karşı çıkıyor üzerinden bir tartışmayı ben zorlasam da moderatörün de maalesef yönlendirmesiyle konu tartışılmadı. Onun yerine CHP'lilerin terörist cenazelerine gitmeleri, hayır AKP'liler de gidiyor itirazları vs. boğuldu program; biraz öyle geliyor son birkaç programdır. (K.T. 8)

Görüşülen kanaat teknisyenleri arasında, haber tartışma programlarına, “üzerinde çalıştığı kapsamlı haber dosyalarını daha geniş kesimlere ulaştırabilmek”, “sesi kısılan kesimlerin sesi olmak” ve “söylem yerine bilgi paylaşmak” gibi amaçlarla katıldığını belirtilenlerin yanı sıra, yukarıdaki bazı mülakat parçalarında da alıntılandığı gibi uzmanlık alanı olmasa da popülaritesini idâme ettirmek ya da ilerideki bölümlerde ele alınacağı gibi ekonomik ve/veya simgesel sermaye birikimine katkıda bulunmak için de katılanlar vardır. Bourdieu (2000, 18), televizyona çıkanların –bir şey söylemek ya da söyleyememek kaygısıyla- bu mecrada yer almayı kabul etmelerinin kendilerini gösterme ve/veya görünmüş olma amacı taşıdığını söylemekte ve felsefeci Berkeley’den bir alıntıyla algılanmış olma itkisinin bir var oluş tanımına (olma) dönüştüğünü, bu süreçte üretimlerinin (kısa ve düzenli aralıklarla ortaya konan yapıtların) bu hedefe yönelik olarak gerçekleştirildiğine dikkat çekmektedir.

4.6.2. Enforme edilenler enforme ediyor: Ekranda gazetecilerin hakimiyeti

Çalışma kapsamında NTV, CNN Türk ve Habertürk kanallarındaki iki haftalık tartışma programı katılımcılarının dağılımına bakıldığında toplam 109 kanaat teknisyeni görünümünde, gazeteciler 33 görünümle ilk sıradadır. Onları 21 katılımla hukukçular (%19,3), 17 katılımla akademisyenler (%15,6), 14 katılımla siyasetçiler (%13), 10 katılımla emekli askerler izlemekte (%9,2), altıncı sırada ise sekiz katılımla (%7,3) kamuoyu araştırma şirketi yöneticileri gelmektedir. Kalan yaklaşık yüzde beş oranındaki koltuk ise, düşünce kuruluşu temsilcileri, yazar ve araştırmacılar (toplam 6 katılım) arasında paylaştırılmıştır.



Şekil: 4.1. 24 Ekim – 4 Kasım 2016 arasında NTV, Cnn Türk ve Habertürk’e çıkan kanaat teknisyenlerinin mesleki dağılımı.

Enforme edenler, nasıl enforme oluyor? sorusu bu noktada kitik önemdedir. Enforme edicilerin, enforme edilmesi; yani neyin önemli olduğu, neyin aktarılması gerektiği hakkında karar alma mekanizmasını işleten döngü, bir tektipleşmeyle sonuçlanmaktadır (Bourdieu, 2000, 30-31). Eric Louw’a göre, gazetecilerin kendileri hakkında, nesnel, gündem belirleyen kişiler oldukları yönündeki fantezi, zamanla gazetecilerin katıldıkları televizyon tartışma programlarının doğmasına da yol açmıştır. Bu durumda bir gazeteci diğerini “kâhin uzman” konumuna yerleştirmektedir ve böylece “kâhin gazetecilerden” bazıları yıldızlaşmaya başlarlar (Louw, 2010, 65). Ancak unutulmamalıdır ki bu “kâhinin” geleceği görmek ya da aslında neler olduğunu anlamak için kullandığı sihirli küre, siyasetçi ya da farklı kurumların basın halkla ilişkiler görevlileri tarafından eline tutuşturulmuştur. Michael Schudson, ABD’de gazetecilerin Washington çizgisinden uzakta ve örneğin bir çatışmanın tarihi ya da bir siyasetin ahlakiliği üzerine yorum yapabilecek uzmanlara rağbet edilmediğini belirtir (Schudson, 2005, 220). Türkiye’de de televizyondaki tartışma programlarına davet edilen gazeteciler arasında ana akımda çalışmayanların sayısı azdır. Bu küçük grubun içinde de egemen paradigmanın dışında yorumlar yapan gazetecilerin sayısı yok denecek kadar azdır. En çok rağbet görenler ise “lobi gazeteciliği” yapan basın mensupları/yazarlar, televizyonların

Ankara temsilcileri ya da İstanbul’da olsa dahi Ankara ile arasında istikrarlı bir görüş alışverişi kanalı açık olan gazetecilerdir. Bir “Ankara gazetecisi”, “kaynaklarıyla sağladığı günlük haber akışını şöyle özetlemektedir:

“Ben her gün en az bir bakanla, birden fazla partiden milletvekiliyle konuşma şansı buluyorum. Bürokratlarla çok sık görüşüyorum. Bunlardan beslenebiliyorum”. (K.T.3)

Yine görüşülen bir haber tartışma programı sunucusu Ankara’da değişen “gazetecilik” pratiğini şöyle anlatmaktadır:

“Biliyorlar ki hepsi, istisnalar dışında, her salı Ak Parti grup toplantısında Başbakan görsün diye hazır ve nazır bulunuyorlar. Bu başlı başına bir garabet. 90’lı yıllarda, 2000’lerin başında böyle bir şey yoktu. O yüzden Ankara gazetecileri, neyin yazılacağını bilen, uçağa alınmanın şartlarını bilen, o soruyu sorarsa uçağa alınmayacağını bilen, ilişkiler bunun üzerinden dönüyor”. (S1)

Siyaset takip eden gazeteciler arasında en “makbul” olanlar (ve en çok ödüllendirilenler), özelde iktidarın, genelde ise toplumsal sistemin kurallarını en iyi içselleştirmiş olanlardır. Bu bir profesyonel “habitus”tur ve okul ve staj yıllarından itibaren kazanılmaya başlanır. Siyasetçiler ve gazeteciler “rakip ortaklardır; aynı değerleri paylaşırlar ancak aynı seviyede durmazlar”. Zirvedeki siyasetçiler ve “yıldız” gazeteciler birbirlerine mülakat olanağı sunarak bir diğeri için otorite ve meşruiyetin de kaynağı olurlar (Darras, 1998, 167). Benzer bir şekilde, Amerikalı gazeteci, yazar ve siyasetçi Benjamin Franklin de lobi gazeteciliğini değerlendirirken, buna gazeteci kadar siyasetçinin de ihtiyacı olduğunu aktarmış ve hem kamuoyunun tepkisini ölçmek, hem de gündemi işlerine geldiği yönlerde çekmek için siyasetçilerin de gazetecileri kullandıklarını belirtmiştir (Franklin’den akt. Louw, 2010, 69). Dolayısıyla ortaya bir demeç ya da siyasetçinin gerek gördüğü ölçüde dezenformasyona da dönüşebilen bir bilgilendirme gazeteciliği çıkmakta ve siyasetçiler bunun için salt gazetecilerin köşelerini değil, onlara ekranda ayrılan süreyi de kullanmaktadırlar. Böylece Williams’ın da aktardığı gibi (2003, 50), iktidar merkezlerine yakın olan gazeteciler aslında genellikle siyaset yapım sürecini aktarmaktan çok bir siyasi dedikodunun taşıyıcısı olmaktadır. Herbert Gans’a göre de gazeteciler genellikle içinde bulundukları ve haber yaptıkları özel alanların ve tabakaların meşrulaştırıcısı olarak görev yaparlar (Gans, 2003, 47). Ön kabuller çerçevesinde yapılan habercilik, siyaseti takip eden çoğu gazeteciyi söyleneni aktaran yayıncıya dönüştürmektedir. Dolayısıyla çoğu zaman gazeteci olan sunucu,

siyasetin kulislerinden beslenen bir diğer gazeteciyi yayına çağırarak aslında gün boyu haber bültenlerinde işlenen gündemin yeniden üretilmesini sağlamaktadır ancak bir farkla; kulis haberciliğinde gazeteciliğin temeli olarak aktarılan 5N1K kurallarına uymaya gerek yoktur, aslolan siyaset “dedikodusudur”. Bu şekilde siyaset alanı, gazetecilik alanı içindeki nüfuzunu ve etkinliğini geliştirirken, ana akım medya da Bahadır Türk’ün aktardığı gibi (2012, 36), “mevcut düşünsel farkları muktedirin gözünden tasnif etmeye” devam eder; bu konuda kilit rol, işlerinin gereklerini benimsemiş “gazeteciler” tarafından oynanmaktadır. Makbul gazeteci kanaat teknisyeni kulislerin tozunu attırmanın yanı sıra, aynı zamanda her konuda konuşmaya da muktedir olmalıdır; bu çalışma için yapılan mülakatlarda böylesi bir yaklaşımın açık ifadeleri ortaya konmuştur:

“Her konuda kanaat sahibi olma yarışı aslında yaptığımız. Biraz el yordamı katıldığımız programlar; stüdyoya gelmeden yarım saat önce moderatör söylüyor. Dış politika bence özel bir birikim gerektirir. İnsanların da detaylarıyla merak ettiği bir alan değil. Konuşmazsak ölür müyüz? Ama illa konuşuyoruz”. (K.T.9)

“Ekstra bir sürprizle karşılaşmıyoruz zaten. ... editör olarak ‘şunlar, şunlar’ diye geçiyor. Baktığın zaman bugün ne konuşulabilir gittiğimiz zaman? Bu başkanlık kavgası konuşulur, Musul konuşulur tabi. Ee Türkiye katıldı mı katılmadı mı? O uçaklar var mı yok mu?”. (K.T. 10)

Bir tartışma programı editörünün anlatımıyla gazeteciler her konuda genel geçer kanaatler çerçevesinde konuşmaya “muktedirlerdir” ve bu yüzden de ideal stüdyo konuklarıdır:

“Gazeteciliği ilgilendiren, gazeteleri ilgilendiren her türlü konu olabilir. Kültürel bir konu da olabilir. Tarık Akan'ın ölmesiyle oluşan tartışmayı da Güneydoğu'daki terör olayını da konuşabilirler. Onun öyle bir yararı var bizim için çünkü her konu için o güne ait konuğu bulmakta zorlanabilirsiniz ve böyle sabit ve spekturumu geniş konuklar olduğu zaman öyle konular da tartışılabilir”. (E2)

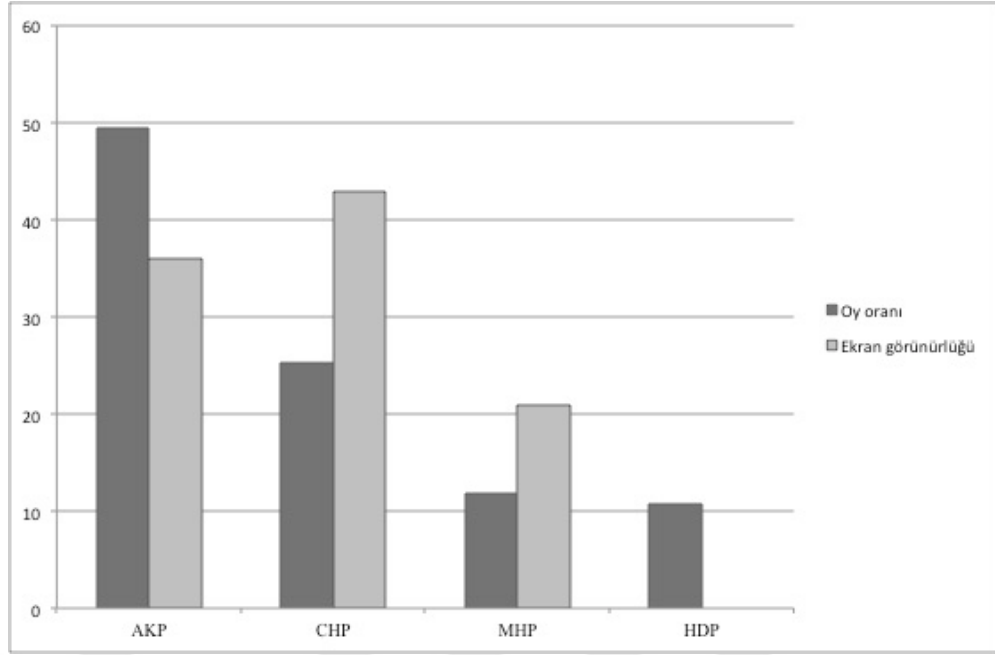
4.6.3. Tartışma programlarında siyasetin temsili

Çalışma kapsamında değerlendirilen her üç kanalın iki hafta boyunca yayınladıkları haber tartışma programlarında gündem maddeleri hep siyaset alanına dair olsa da siyasetçiler gazeteci, hukukçu ve akademisyenlerden sonra dördüncü sırada görünürlüğe sahiptirler. Toplam 109 konuk görünürlüğünün içinde, 14 siyasetçi görünürlüğü tespit edilmiştir. Bunun bir nedeni gün içinde gerek haber kuşaklarında, gerek canlı bağlantılarda, gerekse de canlı olarak ekrana getirilen Meclis grup toplantıları, açılış törenleri vs. gibi olaylarda zaten siyasetçilerin ekranda

egemen hale gelmiş olmasıdır. Kanallar siyaseti, siyaset dışı (gözüken) aktörlerle konuşmayı tercih ederken bir yandan ekrandaki siyasetçi görünümü yoğunluğunu dengelemeye çalışmakta, diğer yandan da doğrudan bir siyasi parti içinde aktif olarak görev almış olan isimlerin ekranda niceliksel kıyaslamaya tabi tutulup kanalın objektiflik ilüzyonunun dağılmaması hedeflenmektedir. Ancak aşağıdaki grafikte de görüleceği üzere, incelenen dönemde zaten önemli bir nesnellik krizi söz konusudur. İki haftalık (24 Ekim - 4 Kasım 2016) süreçte üç kanalda 14 siyasetçi görünümü söz konusu olmasına rağmen TBMM’de üçüncü parti konumunda olan HDP’den hiçbir siyasetçi ekranda temsil olanağı bulamamıştır. Üstelik 26 Ekim tarihinde Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi eş başkanları, Gültan Kışanak ile Fırat Anlı gözaltına alınmış, bu iki isim 30 Ekim’de tutuklanmışlardır. Yine bu dönemde, 3 Kasım’ı, 4 Kasım’a bağlayan gece HDP’li milletvekillerine operasyon yapılmış ve aralarında eş genel başkanlar Selahattin Demirtaş ile Figen Yüksekdağ’ın da bulunduğu çok sayıda milletvekili gözaltına alınmıştır. 4 Kasım akşamı ise aralarında Demirtaş ve Yüksekdağ’ın bulunduğu 8 milletvekili tutuklanmıştır. Bahsi geçen ana akım haber kanallarında (birçok diğer kanalda olduğu gibi), 7 Haziran seçimleri sonrası düzenlenen Suruç saldırısı ve ardından Ceylanpınar’da iki polisin öldürülmesiyle birlikte çatışmasızlık döneminin son bulması ve iktidarın HDP’yi “terör örgütünün siyasi uzantısı” olarak tanımlamasının ardından HDP’liler ekrana davet edilmemeye başlanmış 1 Kasım seçimleri sonrası bu tutum artık sorgulanamaz bir kural haline getirilmiştir. İki sunucu bu konuda üzerlerinde hissettikleri baskıyı ve HDP’lilere uygulanan “ekran ambargosunu” şöyle değerlendirmektedirler:

“Bana şöyle tweetler atılıyor: 'takip ettiklerinize baktım, siz de teröristleri takip ediyorsunuz' diyorlar, HDP'lileri takip ediyorum diye. O adam haliyle 'televizyonda bunu mu izleyeceğim?' diyor. Onları çıkardığımı düşün, kimbilir nasıl olur?”. (S2)

“Kürtler konusunda veto yiyoruz. HDP'den kimseyi alamadığımız utanç verici bir dönem yaşıyoruz. Ben de ona karşı şöyle bir şey geliştirdim. Tartışma programlarında ben Türkiye'de 'ikili bir parti sistemi' üzerinden götürüyorum. AKP ve CHP var. Bütün programları bu ikisi üzerinden yürütüyorum. Çünkü şöyle bir ahlaki tutum belirledim. Madem HDP'li çıkarınca 'Kürtçüsün, PKK'lısın' deniyor, grubun üzerine geliniyor. Grup da madem bu konuda bir pozisyon belirledi; ben de diyorum ki 'HDP'yi çıkaramadığım yerde MHP'yi de çıkarmıyorum'...”. (S1)



Şekil 4.2. Siyasi partilerin oy oranları ve 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında NTV, CNN Türk, Habertürk’teki tartışma programlarına katılan milletvekillerinin oransal dağılımı.

Yukarıdaki grafikte dikkat çeken bir diğer nokta, iktidar partisi AKP’nin 1 Kasım seçimlerinde aldığı oy oranı %49,5 olmasına rağmen incelenen iki haftalık süreçteki tartışma programlarına katılım sağlayan AKP’li siyasetçi oranının CHP’den düşük olmasıdır. Bu iki nedenden kaynaklanmaktadır: Birincisi, o tarihte gündemde olan anayasa değişikliği tasarısı ve HDP’li siyasetçilere yapılan operasyon gibi konularda AKP ve MHP bir söylem birliği içindeyken, HDP’ye ekranda yer verilmeyerek “muhalif tavır” CHP’li vekillerden beklenmiştir. Bir diğeri ise, AKP’li vekillerin siyasi amirlerinin onayı olmadan programlara çıkma olanağı bulamamaları ve bu onay mekanizmasının diğer partilere, örneğin CHP’ye göre daha katı kurallara bağlanmış olmasıdır. Ancak AKP’li siyasetçilerin bu programlara katılımının düşük olması, siyasi çizgilerine dair söylemlerin ekrana az yansıdığı şeklinde yorumlanmamalıdır. Herman ve Chomsky (1988, 23), siyasi yapıların, kendileri adına konuşacak “uzman arzı” çabasına özellikle değinirler. Onların da belirttikleri gibi, resmi kaynakların egemen pozisyonları, “güçlü” (burada kastedilen, konusuna hakim, kuvvetli bir söyleme sahip) muhalif kaynaklarla sarsılır. İşte bu noktada devreye “uzmanlar” sokulur. AKP’nin Türk medyasında ortadan kaldırdığı geleneklerden biri de mensuplarının aynı anda diğer siyasi parti mensuplarıyla bir tartışma etrafında ekrana çıkmamasıdır. İstisnaları olsa da genellikle sadık kalınan bu yaklaşıma benzeyen tutumlar, diğer bazı partiler için de geçerlidir; örneğin

MHP'liler, aynı ekranı HDP'lilerle paylaşmayı tercih etmemektedirler. Bu çalışmada ele alınan kanallardan biri olan CNN Türk'e AKP'lilerin katılımı konusunda, özellikle 15 Temmuz'daki darbe girişimine kadar, iktidar ile Doğan Holding arasında zaman zaman yaşanan gerilimden kaynaklanan bir "isteksizlik" söz konusuydu. Bir çalışan bu durumu ve geliştirilen mekanizmayı şöyle açıklamaktadır:

"Mümkün merteye AKP'nin olmadığı herhangi bir tartışma programı, AKP'ye yakın bir ismin olmadığı bir tartışma programı hemen hemen yapamıyoruz. Buradaki sıkıntımız, böyle bir zorunluluk geldiği için AKP'yi doğrudan temsil etmeyen, hatta bazen hiç temsil etmeyen, sırf işte ben AKP'liyim dediği için bazı kişileri ekrana çıkarmak zorundayız. Çünkü AKP cenahından tartışma programlarına bilerek, isteyerek, hatta bir strateji olarak gelmeyen, ya da 'reisten' korktuğu, çekindiği için gelmeyen isimler var. Erdoğan teşkilata talimat veriyor, hiçbir milletvekili ve bakan Doğan Medya'ya çıkmıyor. Ama diğer taraftan, buna rağmen bizim iktidarı da içine katan yayınlar yapmamız lazım. Çünkü yapmazsak 'vay Doğan Medya şöyle böyle' olacak. Bunun üzerine mecburen onlara yakın durduğunu söyleyen birtakım insanlarla ilerlemek zorunda kalıyoruz... Günün sonunda Ak Parti kendi insanları ve ideologlarıyla değil, bu kendinden menkul bir takım köşe yazarlarıyla temsil ediliyorlar. Sonra dönüp bize kızıyorlar. Biz de 'ne yapalım buraya 3-5 tane adam bulun' demek zorunda kalıyoruz. Ama geçenlerde biri söylüyordu. 'Sen de özellikle mi seçiyorsun? Sol liberal veya kürt tarafı öyle güçlü ki Ak Parti adına gelen 5 kişiyi 2 kişi dövüyorlar' E ne yapalım? Adam rektör olmuş dünyayı anlamıyor. İletişim fakültesi dekanı olmuş siyasetin s'sini bilmiyor. Bu bizim suçumuz değil ki". (S2)

Tartışma programlarında boy gösteren AKP'li milletvekillerinin sayısı CHP'lilere göre düşük olsa da söylem açığı iktidar çizgisinde görüş bildiren, gazeteci, akademisyen, hukukçu kanaat teknisyenlerinin yoğun katılımıyla kapatılmakta hatta çoğu zaman iktidar söylemi baskın hale gelmektedir. Aşağıdaki tabloda iki haftalık süre boyunca, tartışma programı ekranlarında boy gösteren gazeteciler ve parantez içinde kaç farklı programa katıldıkları ile ilgili grafik yer almaktadır. Buna göre; 33 gazeteci görünümünün 18'i iktidar çizgisinde yorum yapan isimlere, 10'u iktidara muhalif görüşleriyle tanınan isimlere, beşi de hem iktidar, hem de muhalefete eleştirle yaklaşabilen isimler tarafından sağlanmıştır.

Tablo 4.4. 24 Ekim – 4 Kasım 2016 arasında NTV, CNN Türk ve Habertürk’te programlara katılan gazetecilerin siyasi eğilimleri

İktidara yakın söylem	Muhalif söylem	“Ortada” söylem
• Mustafa Kartoğlu – Star Gazetesi (1) • Nuh Albayrak – Star Gazetesi (1) • Kenan Alpay – Yeni Akit (1) • Nagehan Alçı – Milliyet Gazetesi (1) • Hakan Arslan – Karar Gazetesi (1) • Müfit Yüksel – Yeni Şafak Gazetesi (1) • Kemal Öztürk – Yeni Şafak Gazetesi (1) • Rahim Er – Türkiye Gazetesi (1) • Nevzat Çiçek – timeturk.com internet sitesi (2) • Süleyman Özışık – internethaber.com internet sitesi (2) • Fatih Çekirge – Hürriyet Gazetesi (1) • Abdülkadir Selvi – Hürriyet Gazetesi (1) • Nihal Bengisu Karaca – Habertürk Gazetesi (4)	• Mehmet Tezkan – Milliyet Gazetesi (1) • Murat Yetkin – Hürriyet Gazetesi (1) • Güven Gürkan Öztan – BirGün Gazetesi (1) • Gürkan Hacır – Halk TV (3) • Orhan Bursalı – Cumhuriyet Gazetesi (2) • Can Ataklı – Korkusuz Gazetesi (2)	• Metehan Demir – superhaber.tv internet sitesi (2) • İsmet Berkan – Hürriyet Gazetesi (2) • Oral Çalışlar – Posta Gazetesi (1)

Bir kanaat teknisyeni gazeteci, televizyon stüdyosunda oynadığı rol ve doldurduğu iktidar kontenjanının ayırında olarak bir yayın performansı sergilediğini aktarmakta ve haber kanalları tarafından neden tartışma programlarında iktidar cenahına ayrılan koltuklara oturtulduğunu şöyle anlatmaktadır:

“Ben kendimi hep liberal demokrat olarak tanımlıyorum. Bunun Türkiye’de, siyasette karşılığı yok ama yine de iktidarın liberal demokrların isteklerini beklentilerini karşılayan icraatleri oluyordu... Dolayısıyla ben hep açıkça iktidar partisine daha yakın söylem içinde oldum. Arkamda kalabalık bir kitle buldum... Hükümet beni tercih etmiyor, onu kanallara sormak lazım. Çok az isim var aslında, biraz portföy genişletmek için yeni isimler çıkıyor ama o televizyonun dinamliğini yakalamak, refleksi geliştirmek, bunlar çok kolay değil. Öfkeyi kontrol etmek, tepkileri kontrol etmek, tansiyonu belli bir yerde tutmak, lafı dolandırmamak... Hükümete yakın görünen isimlerin içinde çok fazla dil bilen, dünyayı takip eden, derinlikli analiz yapan çok isim yok aslında. Bu alanda bir boşluk var. İngilizce de okuyan... Onun bir avantajı olabilir. Biraz da benim görüntüm. İslâmcı da denilebilen, muhafazakar da denilebilen, merkez de denilebilen bir parti var bu ülkenin başında 2002’den bu yana. Kendini hala anlatma çabasında, yurtdışına da Türkiye’deki laik kesime de... O çabada, ben bu resmin içinde avantajlıyım. Benim laik olmam, başı açık olmam, iyi bir eğitim almış olmam... O da ‘AK Parti’li ama dünyadan kopuk değil’, işte o liberallerin vazgeçmediği AK Parti tanımına uyuyor”. (K.T. 9)

Bir diğer kanaat teknisyeni AKP üyesidir, ancak tartışma programlarında hep “akademisyen” olarak takdim edilmekte, siyasi angajmanına açıkça vurgu yapılmamaktadır. Ancak o da iktidar için ayrılan kontenjanı dolduran konuklardan biridir:

“Ak Parti, içinden geçtiği tartışma döneminde kendi içindeki siyasi disiplini oluşturabilmek bakımından milletvekillerini, genel başkan yardımcılarını, parti sözcülerini sınırlı düzeyde medyaya sürüyor, kullanıyor vs. Dolayısıyla hukuk tartışmalarında parti yetkililerinin bulunması arzu edilmiyor. Belli bir parti disiplini var, o zaman havuz küçülüyor. Ak Parti adına eski milletvekilleri ya da akredite olmuş, direkt her ne kadar üye olsa bile Ak Parti’de görevi olmayan bir isim tercih edilebilir durumda. İkinci tercih edilme sebebim o olabilir. Üçüncüsü ise 17-25 Aralık olayından sonra ‘Fetö’ ile kavganın oluşturduğu zeminde, bir miktar bu süreçten uzak durmaya çalışan bazı Ak Parti’liler sebebiyle de alan mecburen bize açıldı. Çıkıp ‘Fetö’ yapılanmasıyla bu şekilde irtibatı olan ya da bunların mağduru olmuş, önemli bir kısmının bilmediğimiz, kaset dinleme vs. sebebiyle vitrinde olmak istemeyen, onlara karşı söz söylemek istemeyen hatırı sayılır düzeyde bir siyasetçi olabilir. Bu sebeple havuz küçülüyor; Ak Parti adına vitrinde konuşulacak havuz... Dolayısıyla muhtelemen bu üç sebeple, benim bu zaman içerisinde çok yoğun sık bir şekilde, beş yıl içinde medyada medyanın bütün üyeleri içinde bir siyasi analist, yorumcu olarak bulunmamın önü açılıyor aslında... Burada çok özel bir dil kullanmak gerekiyor. Bir yandan, partinin sıradan düz bir mensubusunuz dolayısıyla partinizin üyesisiniz ve ona bir bağlılığınız ve onu gerektiği zaman savunmalısınız. Diğer taraftan da siz orada parti yetkilisi olarak değil, akademisyen olarak bulunuyorsunuz. Yani akademik ahlâkın gerektiği ağırlığı üzerinizde hissediyorsunuz, ona dönük bir dil oluşturuyorsunuz. Dolayısıyla belki de bu 5 yıl boyunca ekranda kalmamın özel nedeni, bu ikisi arasında bir sentez yapabilmem. Zır zır Ak Parti’li değil, steril bir akademisyen değil, bir tür Ak Parti’ye bağlı akredite olmuş ama entelektüel duyarlılıkları, akademik hassasiyetleri ayakta olan ve bu sebeple böyle bir fotoğrafla kamuoyunun önüne çıkan bir yüz... Ekrana bakanlar, Ak Parti tabanında bile, Ak Parti’yi yönetenlerden birinin ben olduğumu sanıyorlar. Dolayısıyla bu kadar sık Ak Parti adına çıktığına göre bizim partide kritik bir pozisyonda vs. diye düşünüyorlar ister istemez”. (K.T. 5)

4.6.4. Tartışma programlarında muhalefetin dozu ve söylem

“Muhalliflerin de kendi içinde ulusalcısı var, Kürtçüsü var, sosyalisti var vs. ya da yandaşın içinde daha ılımlı olanı var, daha siyasi konuşanı var vs. o dengeleri de kendi içersinde gözetip izlenebilir ama izlenecek diye de verelim odunu yansın ortalık gibi bir düşünce ile değil... Kendi içinde de dengesi olan insanları seçiyoruz”. (M1)

“Hangi muhalif? O muhalifliği dile getiriş şekli önemli. Üslup... Bilgiyi ortaya sunarken çok tepki alabiliyorsun. Dış politikada yanlış yapıldığını... Mesela orada kriter ne? Konuğun bilgi verirken gerginlik yaratıcı üslup kullanmaması ve rahatsız etmemesi önemli”. (S3)

Yukarıda alıntılanan haber kanalı çalışanları, kendilerine göre “ana akımın” dışındaki konuk profillerinden makbul muhalifleri tanımlamaktadırlar. Bourdieu, (2000, 50), bir basın organı ya da herhangi bir ifade aracının, ulaşmak istediği kitlenin çapı büyüdükçe, çıkıntılarını, bölebilecek, dışlayabilecek bütün şeylerini yok etmeye ve asla birtakım problemler yaratmamaya dikkat etmek zorunda olduğunu belirtmektedir. Hem geniş kitlelerin tepkisini çekmeyecek, hem de iktidarın şimşeklerini üzerine çekmeyecek “muhalif sesler” arayışı, ana akım haber kanallarının ana uğraşlarından birisidir. Aşağıda genel geçerli hale gelen “makbul muhalif” tanımının ayrıntısına girilecektir; ancak bu noktada son dönemde muhalif kodlarının o dönemin konjonktürüne göre sürekli olarak nasıl yeniden tanımlandığına da odaklanmak gerekmektedir. Bahadır Türk (2012, 30), bir dönem, her AKP eleştirisinin ucunun kanaat teknisyenleri tarafından “Ergenekonculuğa” eklemlenmeye çabalandığını ifade etmektedir. 17/25 Aralık operasyonları ve Nisan 2016’da Yargıtay’ın Ergenekon davasının kararını bozmasıyla birlikte “Fethullahçı terör örgütü”; “FETÖ” üyeliği ya da bu yapıyla bağlantılı olmak; çözüm sürecinin sona erdirilmesiyle birlikte de “bölücülük” gibi nitelemeler, muhalif söylemin sınırlarını belirleyen kırmızı çizgiler olarak yeniden iktidar ve medya tarafından çizilmişlerdir. Çalışma kapsamında ele alınan 24 Ekim - 4 Kasım 2016 tarihleri arasında tartışma programı ekranlarında çok sayıda emekli asker, ya da asker kökenli kanaat teknisyeni de yer almış ve toplam 109 ekran görünümünden 10’u bu kişiler tarafından sağlanmıştır. Bu durumun dikkat çekici bir boyutu, ekranda en sık boy gösteren asker kökenli tele-uzmanların, bundan bir süre öncesinde “Balyoz davası” sanığı olarak cezaevine konmuş olmalarıdır. Bu iki haftalık dönemde Fethullah Gülen cemaatiyle mücadele, terörle mücadele, sınır ötesi operasyon gibi konularında yorum yapmaları istenen bu isimler arasında yer alan Ahmet Zeki Üçok, Ahmet Yavuz, Eray Güçlüer, Recep Gencoğlu, toplamda on görünümün yedisini gerçekleştirmişlerdir ve bu isimlerin tümü de bir süre öncesine kadar Balyoz

davasında tutuklu olan isimlerdir. 15 Temmuz darbe girişiminden sonra ana akımın ekranlarında saatlerce konuşma olanağına kavuşan bu isimler, bu tarihe kadar, özellikle de Balyoz ve Ergenekon davaları sürecinde “zanlı”, “şüpheli”, “tutuklu”, “hükümlü” gibi sıfatlarla anılanlar arasındadır ve seslerini duyuramamışlardır. Yine son dönemde sıklıkla ekran daveti alan asker kökenli bir stüdyo konuğu, bu süreçte herhangi bir gözaltı ya da tutuklama yaşamamasına rağmen bir süre ekranlardan uzaklaş(tırıl)ma sürecini şöyle anlatmaktadır:

“Ben özellikle etnik terörle ilgili programlara katılıyordum. Ciddi anlamda yoğunluk vardı aslında terörle mücadele olduğu dönemlerde. Sonraki süreçte benim üzerimde şöyle bir etki oldu; ben tabi vatanperver bir görüş ürettim her zaman. Ve bu görüşü sürekli dillendirdim. Ama konferanslar oldu, seminerler oldu, kitaplar yazmaya devam ettim. Ergenekon süreciydi, Balyoz daha başlamamıştı. Bir anda birileri ihbar mektupları falan yazmaya başladı. Benim ismim o Ergenekon şeylerinin içerisinde geçmeye başladı. Hatta benim için önemli olan benim birileri kitap yazdı, medyada şöyle yansıdı; Ergenekon'un 250 kişilik lider kadrosu içerisinde benim ismim filan da geçti”. (K.T. 4)

Bu isim, salt isminin Ergenekon soruşturmaları kapsamında anılması yüzünden değil, aynı zamanda Kürt sorununda esen ılımlı rüzgarlar ve çözüm süreci konjonktürü nedeniyle de bir dönem öncesine kadar ekranlarda “pek tercih edilmediğini” belirtmektedir:

“...Gündem olmadığı çok etkin oldu. Örneğin; terörle mücadelenin farklı konjonktürlerde değerlendirildiği dönemlerde açıkçası rağbet görmediğimi söylemeliyim. Ama, terörle mücadelenin sıcak olduğu dönemlerde yani silahlı çatışmaların olduğu dönemlerde medya bunu anlamlandırmak için ya da bununla ilgili yorum almak için çok şey yaptı yani ciddi anlamda bağlantı kurdu...” (K.T. 4)

Bir dönem ekranlara “çıkarılmayan” isimlerin tartışma programlarına davet edildiği dönemde, bir süre öncesine kadar o koltukları dolduran birçok isim de “kırmızı çizgi” eşiğinin köşesinde kalmıştır. Bir tartışma programı prodüktörü ve bir sunucu bu durumu şöyle nitelendirmektedirler:

“Örneğin Ahmet Hakan'ın Demirtaş'ı çıkarıp saz çaldırması, onun gazetecilik başarısı, cesareti değil, kurumun ona verdiği olur ile gerçekleşti. Şimdi yine kurumdan alamayacağı olur nedeniyle Demirtaş artık kanalın önünden bile geçemez. Eskiden cemaatçilerin sandalyesi hep hazır olurdu, şimdi artık onlar yok. Ama mesela kendini mağdur olarak tanımlayan kesimin, askerlerin mesela, onların sandalyesi var. Ancak genel olarak, özellikle Gezi süreci sonrası, Ankara'nın da baskısından dolayı çekindiğimiz isimler, ana akımı korkutan isimler silindiler”. (P3)

“15 Temmuz'dan sonra vazgeçilen çok konuk var. Çözüm sürecinde daha sık çıkan ama şimdi cemaat yayın organlarında görev yaptıkları için almadığımız insanlar var. Onların da zaten çıkmaya istekleri yoktur... Biz üç sene önce, nevrızda 1 milyon kişi toplanıyordu. Çok radikal kesimler hariç hepimiz bunun çok güzel olduğu konusunda hemfikiridik, şimdi ne oldu?.. Hepimiz o kadar diken üstündeyiz, o kadar bıçak sırtı ki yayınlar, algılarımız o kadar açık ki ikaz edilmemize gerek kalmıyor. Gelenler ise zaten kendilerini formatlamış oluyor”. (S2)

Medya çalışanları, kendi deyişleriyle yayına davet edilen kanaat teknisyenlerinin kanalı zor durumda bırakmaması için diken üstündedir; ancak siyasal aidiyetler ve/veya değerlendirilen referanslar üzerinden yapılan “ön eleme” ne kadar sıkı tutulursa tutulsun, özellikle bir kanaat teknisyeninin kendini formatlamayıp, toplumun genelinin benimsediği varsayılan kavram ve olgulara karşı eleştirel bir tutum içine girmesi, onun bir daha çağrılmamasına, hattâ ender de olsa program sırasında stüdyodan çıkarılmasına kadar çeşitli engellemelerin devreye girmesine yol açmaktadır. Bourdieu, hakim dilin normlarının, “dilsel piyasanın” resmi ya da gergin olmasını beraberinde getirdiğinin ve bu resmiyet ve gerilim ne kadar yüksekse, sansürün de o denli büyük olduğunu ve meşru dilsel becerileri ellerinde bulunduranların piyasayı tahakküm altında tuttuklarını belirtmektedir (Bourdieu, 2007, 141). Bu duruma bir örnek, 25 Temmuz 2016’da Habertürk kanalında yayınlanan “Enine Boyuna” programında yaşanmıştır. Program konuklarından profesör doktor Nurşen Mazıcı, konuşmasında 15 Temmuz darbe girişiminde hayatını kaybedenlerin “şehit” olarak nitelendirilmesini gündeme getirmiş ve “ben bilimsel bir tespit yaparken ‘şehit’ demek zorunda değilim. Şehitlik ‘dini’ bir kavramdır” deyince stüdyodaki diğer konuklardan sert eleştiriler almış, sunucu Ece Üner, “(Nurşen Mazıcı) kendi de böyle demek istememiştir, çok hassasiyet var alanlarda da var... reklama gitmeden Nurşen Mazıcı o konuda bir düzeltme getirirseniz çok sevineceğim” diyerek sözü yeniden Mazıcı’ya vermiş, Mazıcı arzu edilen şekilde bir düzeltme yapmayınca reklam arası vererek, reklam sonrasında da programdan çıkarıldığını duyurmuştur⁶⁰. Mazıcı, belki farklı bir dönemde, bu kadar tepki çekmeyecek bir konuşmayı, darbe girişiminin üzerinden on gün geçtikten sonra yapmış ve sunucu Üner, “hassasiyetler var” diyerek iktidar ve toplumun bir kesimi tarafından dayatılan yeni “kırmızı çizgiyi” ve uygulanan yaptırımı, Mazıcı’nın katılımını sonlandırarak ortaya koymuştur. Böylece bir akademisyen üzerinden Bourdieu’nün dediği gibi tek bir ortak “dil grubuna” entegre olma çağrısı yapılmış ve dilsel tahakküm ilişkilerinin sürekliliği mümkün kılınmaya çalışılmıştır (Bourdieu, 2013, 46).

⁶⁰http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/574172/Prof.Dr_Nursen_Mazici_Haberturk_studiyosundan_kovuldu.html# Erişim tarihi: 21.04.2017.

Türkiye’de toplum, son dönemde yaşananlara paralel olarak belleğinin sürekli formata alınması talebiyle güçlü travmalara maruz kalmaktadır. İktidar konjonktüre uygun bir biçimde geçmişi sürekli yeniden belirlemeye çalışarak geleceği şekillendirme uğraşı içindedir ve bu noktada en önemli görevlerden biri de medyaya atfedilmiştir. Ortaya iktidar tarafından belirlenen anımsama ve unutma biçimleri ile yaralı ve parçalanmış bir bellek çıkmıştır (Çoban, 2010, 10). Bir gün “terörist” diye anılanlar ertesi gün “mağdur” olmakta; bugünün “mağdurları”, yarının “terörist” listesine girip girmeyeceklerini bilememektedirler. Yaşanan konjonktürde iktidar tarafından neyin makbul, neyin zararlı olduğu tanımlanırken dil önemli bir araçtır. Bu dilin ortak hale getirilmesi ise medyadan beklenmektedir. Bourdieu’ya göre (2013, 45), belli bir siyasi otoritenin sahip olduğu (ortak) bir dil, aslında otoritenin sağlanmasını mümkün kılar. Bunun aynı dil gurubunun tüm üyeleri arasında sağlanması, simgesel otoritenin tesisi için de bir ön koşuldur. Son dönemde medyada, kelimelerin telaffuzu seviyesinde bile yoğun bir hassasiyet gösterilmektedir. Mülakat yapılan prodüktör/konuk koordinatörlerinden biri; akademisyen bir kanaat teknisyeninin, resmi söylemde “pe-ka-ka” olarak telaffuz edilen örgüte, Kürt hareketi tarafından sahiplenilen şekliyle “pe-ke-ke” dediği için iki kez yayına davet edildikten sonra o ismin de ambargoya takıldığını belirtmektedir.

Bourdieu, “Dil ve simgesel iktidar” adlı kitabında, simgesel üretim sürecinde pazar dinamiklerinin sansür ve oto-sansür sürecini yönettiğini belirtmekte ve bu dinamiklerin “sadece bir şeyin nasıl söyleneceğini değil, neyin söylenip, neyin söylenemeyeceğini de yönettiğini” vurgulamaktadır (Bourdieu, 2013, 77). Ancak bu noktada bir şeyin altını çizmek gerekmektedir; simgesel şiddet, Bourdieu’ya göre toplumsal eyleyici üzerinde, onun suç ortaklığı olmadan uygulanamaz; “tahakküm etkisi neredeyse her zaman, belirleyenler ile onları o şekilde oluşturan algı kategorileri arasındaki ‘uyumla’ ortaya çıkar” (Bourdieu, 2007, 166-167). Bu çalışma kapsamında görüşülen ve muhalefet kontenjanı üzerinden tartışma programına davet edilen isimler de kullandıkları dile dikkat ettiklerini, yazılarında ya da akademik çalışmalarında kullandıkları ifadeleri ekranda, canlı yayınlarda kullanmaktan zaman zaman, kaçındıklarını ve tüm izleyicilerin anlayamaması pahasına yer yer daha ağdalı dil ve dolambaçlı anlatımlar tercih ettiklerini vurgulamışlardır:

“... Bu programları yapan arkadaşlar da birşeylerin söylenmesini istiyorlar ve o söylenecek şeyin yüz ayrı türünden, kimseyi rahatsız etmeyecek, rencide etmeyecek olanını tercih ediyorlar. Ben mutlaka düşündüğüm şeyi söylüyorum. Bazen öyle söylüyorum ki 100 kişiden 60’ı anlıyor. Mesela Cumhurbaşkanı’nın Irak Başbakanı İbadi’ye yükselen tonu içerideki tribünlere yönelik; bunu anlatmaya çalışırken ‘Putin iktidara geldiğinden beri Rusya’ya düşman yaratarak ülke içindeki desteğini hep artırdı’ dedim. Baktım sosyal medyaya ‘biz böyle bir lider tanıyoruz’ diye mesajlar geldi. Bunları anlatmanın bir yolunu bulmaya çalışıyorum”. (K.T. 3)

“... Ben eleştiri yaparken isimler üzerinden eleştiri yapmıyorum. Ben hiçbir zaman çıkıp ‘bu Başbakan şöyledir, bu Başbakan kötüdür’ veya ‘bu Cumhurbaşkanı şöyle yapıyor’ diye bir yazılarımda ve televizyon konuşmamda demiyorum. Ama bu iktidarın getirdiği, meselâ, ‘bu proje okullar rezalettir, şöyle rezalettir’ diye anlatıyorum. Diyorum ki ‘bu böyle’, ama hiçbir zaman için ‘bu Milli Eğitim Bakanı aptalın tekidir, bilmiyor’ gibi bir üslup kullanmıyorum. Biraz galiba bir dönem o tür üslup, yani kişisel kavgalara girenler ekrandan uzaklaştı veya gazetelerden uzaklaştı. Ama ben kişinin değil meselenin üzerine girip şey yapıyorum...” (K.T. 10)

“Hukuksal bir çerçeve içerisinde kalmaya elbette gayret ediyorum. Yani kanalı ve kendimi zora sokacak ifadelerden zaten haber yaparken de kaçınıyoruz; yani bizi sınırlayan en geniş bir hukuk çerçevesi var ki Türkiye’deki hukuk dar bir çerçeve. O dar çerçeve içerisinde görüşlerimi ifade etmeye çalışıyorum. Ama sansür, oto sansür uygulamadan... Bize bir şey telkin edilmiyor; ‘orada şunu söyleme, bunu söyle’ diye; kesinlikle bir telkin yok, dikkatli bir dille bunu anlatmaya çalışıyorum. Sanırım, buna emin oldukları için 2009’dan itibaren dosyaları anlatırken kullandığım dil nedeniyle, kanala bir hâle gelmeyeceği, bir şey olamayacağını düşündükleri için güvende hissediyor kanal kendini. Yani muhalif görüşleri dile getirebilir...” (K.T. 8)

Bir süre öncesine kadar, tartışma programlarına yoğun olarak davet edilen, hattâ belirli bir ücret karşılığı bazı programların “sabit” konuğu olan kanaat teknisyenlerinden bu çalışma süresince ekran ambargosuna maruz kalmakta olan isimler ise dışlanmalarının en önemli nedeni olarak söylemleri ve konuları ele alış biçimlerini göstermektedirler:

“... Şöyle şeyler, ‘biraz daha dikkat edersen seni daha sık çağırabiliriz’... Arkadaşça şeyler: ‘Şuna dikkat et. Erdoğan’ı daha az zikret’ gibi... Şöyle bir tarzım yok; ‘başkasının zararı üzerinden burada yığıtlık yapalım’... Bu da benim tarzım değil. Bir moderatörü bitirmek, bir kanalı sıkıntıya koymak, ‘sözümü söyleyeyim elimden geldiği kadar daha şey olsun’... Birtakım hassasiyetleri de gözettim, ama bu bile yetmedi... Çünkü söylenmesi gerekeni söyledim. Kurgu yapmadım, isteseydim de yapamazdım. Çünkü hissettiğim, doğru olduğuna inandığım ne varsa söyledim. Üslup sert kaçmış mıdır? Olabilir. Bu da kelimeleri birinci anlamları ile kullandığımdan dolayı. Mecaz anlamlar değil, ikinci anlamlar değil, daha diplomatik değil (E.K.2)

“... Önce 2002 seçimlerinin yarattığı böyle bir hava vardı. Paradigmanın yumuşaması, veya bir kafa karışıklığı, veya ‘yeni bir bakışla nasıl bakabiliriz?’ çabası falan vardı. Sonra belki onun devamı olan şeyler ve ondan sonra da henüz daha iktidar muhalefet eleştiri konusunda çok sertleşip ağır yaptırımlar uygulamadığı dönemde de muhalif söylem kamuoyunun ilgisini çektiği bir şeydi ve daha henüz iktidar çok konsolide olmamıştı o açıdan... Muhalif koltuğunda oturanlar giderek şekil değiştiriyor. Daha önce kabul edilebilir olanlar yavaş yavaş bir noktadan sonra bu ortam keskinleştikçe kabul edilemez hâle geliyor. Bu süreç nereye kadar devam eder bilmiyorum ama ben ortada zaten çok ciddi muhalif ses

folan görmüyorum.  ıkan herkes iktidarı onaylıyor folan değil. İ te arada bir iki ele tirenler folan var ama bunlar hani serpme kahvaltı gibi, pek çok şeyin içinde hani sözde adeta, sizin alı tığınız şey belki, bu adeta o mevcut iktidar söylemini tek sestten de olmasın diye biraz daha ikna edici kılabilmek için sanki bir tartışma ortamı varmış gibi bulundurulma gereğinden dolayı bazı arkada larımızı hal  ekranlarda yer veriyorlar. Bunların sayıları da gün geçtikçe azalıyor". (E.K. 3)

"Eleştirel d  nceyi, itirazı ve muhalif karşı  ıkı ı, olgulardan hareketle, olguların ortak paydasını, belirli bir siyasi eleştirel analizin üzerine oturarak yaparsanız buradan bir senteze varırsınız ve olguların ortaya çıkmasına neden olan ana faktörü teşhir edersiniz. Bu aslında bir tez  ne sürmektir. Teziniz yoksa sadece olguları anımsatarak ve olguları  arpı tırarak bir sözde eleştiren bir muhalif ve tutum alıyorsanız, televizyon programlarında bu seyircinin soyutlama, kavramla tırma ve tümevarımcı bir d  nme yeteneğine genel olarak sahip olmadığını d  n rs k, zararsız bir muhalefettir bu. Bu sözde muhalefettir... Burada bazı sözde muhalif tartı macılar hem bir sentez yapamıyorlar, ya istemiyorlar ya kapasiteleri yok, buradan bir takım siyasi önermelerde bulunamıyorlar. Olayların i  yüzünü açıklayan, olayların i  yüzünü oluşturan politik stratejiler, politik gündemler hakkında derli toplu ve hedefi bulan görüşler ifade edemiyorlar". (E.K.1)

Ekranada bir denge ve nesnellik görüntüsü vermek için kanalların muhalif kontenjanını doldurma çabaları, artan toplumsal kutupla ma ve iktidar baskısı nedeniyle oldukça zorlu bir sürece d n  m  ; kendini "muhalif" olarak tanımlamayan kanaat teknisyenleri muhalif söz kontenjanına ayrılan koltuklara oturtulmaya ba lanmı tır. Görüşme yürütülen bu isimlerden bazıları, nesnel yaklaşımın, "kral çıplak!" demenin muhalefet etmekle e  tutulduğunu belirtmekte ve medya tarafından muhalif olarak damgalanmanın kariyerleri ve yaşamları açısından aslında çok da tercih etmedikleri yansımaları olduğunu vurgulamaktadırlar:

"Ben de rahatsızım, beni muhalif diye etiketlemiş durumdalar. Ben kendimi objektif bir gazeteci olarak konumlandırmaya çalışıyorum. Doğruya doğru, yanlış yanlış demeye çalışıyorum. H k meti attığı bir adımdan dolayı övmek gerekiyorsa da  vd m. Fotoğraf çekmeye çalışıyorum. Mühendislik eğitiminden kaynaklı olarak bir olayın tüm unsurlarını görmeye ve dile getirmeye çalışıyorum. Ama  u da bir gerçek; gerçek fotoğrafı çekince iktidarla ters d   p insan muhalif safına yönlendiriliyor... Programlara katılanlar da kendilerini kategorize ediyorlar. Ortaya atılan g r    'ya savunacağım, ya karşı çıkacağım' diye... Reklam aralarında 'ya ben aslında şöyle d  n yorum da bunu nasıl söyleyeyim' diyenler çok oluyor. O çok rahatsızlık verici. Bu programların mantığı baştan kutupla ma üzerine kurulduğu için katılımcılardan da kutupla ma bekleniyor. Ben ondan rahatsız oluyorum." (K.T. 3)

"Ben bunu hiç istemiyorum, tabii bu benim gazeteci kimliğime zarar verecek bir şey diye görüyorum hatta. Bu benim için yeni bir gündem; son iki    programdır gelişen bir şey. Israrla ben o polemiklerden kaçıyorum. Muhalif gazeteci değilim, ben gazeteciyim, muhaliflik bir siyasal tutuma işaret elbette benim siyasal bir g r   m, duru um, hatta buna dair yazıları da var ama kimliğim gazeteci kimliği... İ te bizim önceki günkü tartışma meselemiz; hak ihlallerini dile getirmenin terörizme suçlanmasını ele tirdiğim anda, iktidarı temsil eden MYK  yesi benzer suçlamaları ard arda sıralıyor. Dolayısıyla karşı karşıya geli imiz; hatta şöyle bir şey dedi: 'Sizin gibi CHP'liler' dedi... Ben hayatımda hiç CHP'ye oy vermedim. Böyle bir algılayı ı maalesef orada oturma düzeninden tutun da söz verirken takdime kadar böyle bir algı üretiliyor". (K.T. 8)

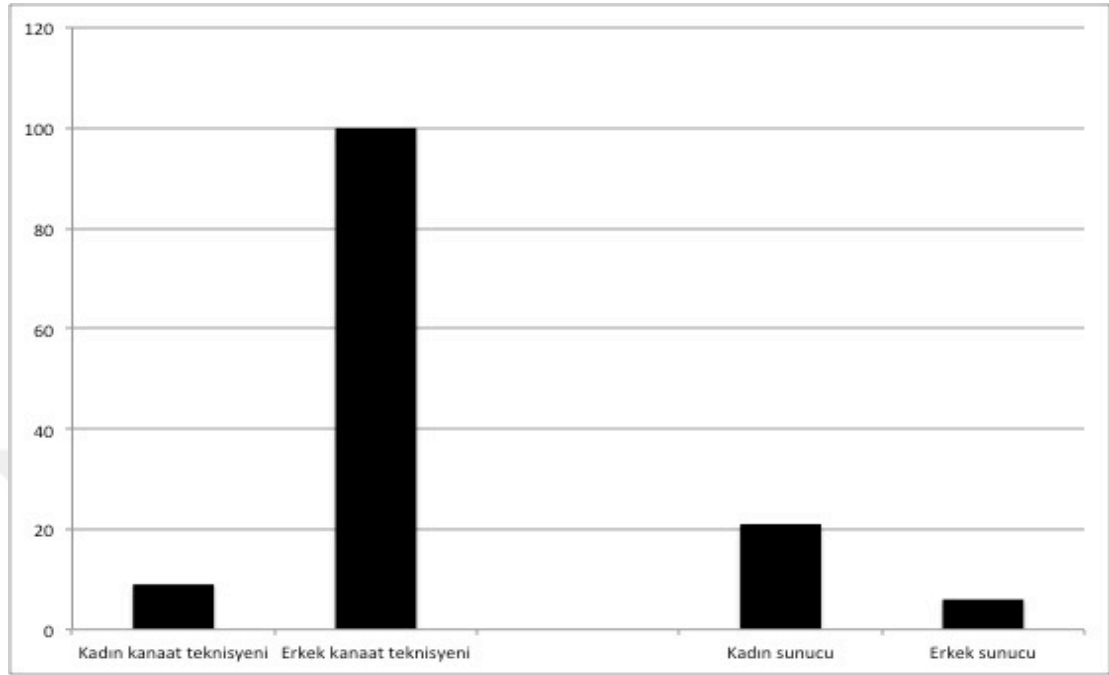
“Artık merkez medyada bize de katlanılmayacaksa, katlanılacak hiçbir şey kalmıyor. Siyasi yelpazenin merkezine oturtulacak birisi olduğumu düşünüyorum. Benim söylediğim şeyler, analizlerim Türkiye’de ‘devlet karşıtı’ olarak nitelendirilemez. Son dönemde artan popülerliğim yüzünden, hatta haddinden fazla olan bu popülerlik yüzünden, basın da meşru muhalefeti çıkarma konusunda çekingen davrandığı için herkesin adına konuşmak zorunda kalıyorum. Koyunlar ortalıktan çekilince ve ‘Abdurrahman Çelebi’ olunca, bu artık adeta bir göreve dönüşüyor” (K.T. 1).

Herman ve Chomsky (1988, 22), bu bağlamda, eleştirel kaynakların, sadece daha zor erişilebilir ve/veya iddialarını kanıtlamak gibi kendilerine yüklenen ek yüklerin ötesinde, birincil kaynakların “incitilmemesi” için de dışlandığını belirtmektedirler. Örneğin hükümet kaynakları, eleştirel yayın yapan kanallara farklı düzeylerde yaptırım uygulayabilmektedirler; resmi programlara akreditasyon kısıtlamasından, üst düzey siyasetçilerin o kanala çıkmamasına, özel haberler sızdırılırken o kanalın yok sayılmasına kadar, geniş bir yelpazede gerçekleştirilebilmektedir bu yaptırımlar. Ayrıca Türkiye’de son dönemde sıklıkla görüldüğü üzere kıymetli olarak addedilen kaynakların “o yayına çıkarsa ben çıkmam” şeklindeki taleplerine boyun eğilmekte, ya da sıra ile konuk alma şekli benimsenmekte ve böylece aslında bu “kaynaklar” salt programın içeriğine değil, biçimine de etki etmektedir.

4.6.5. Tartışma programlarında toplumsal cinsiyet

Her üç kanalın, haber tartışma programı yayınlarının iki haftalık takibi sonrası muhalefetin az ve/veya eksik temsilinin yanı sıra, kadınların yok denecek kadar az temsil edilmesi dikkat çekmiştir. 24 Ekim – 4 Kasım 2016 tarihlerinde, NTV, CNN Türk ve Habertürk kanallarında saatler süren 27 farklı tartışma programı yapılmış; bunlardan sadece dokuzuna kadın tele-uzmanlar katılmıştır. Toplam 77 farklı katılımcıdan, sadece beşi kadındır ve bu 77 tele-uzmanın farklı programlarda ortaya koyduğu 109 görünümün, sadece dokuzu kadınlara aittir. Yayınlara katılanlardan, Habertürk Gazetesi yazarı Nihal Bengisu Karaca, dört farklı programda yer almıştır. Hukukçu, Kezban Hatemi, iki; Milliyet Gazetesi yazarı Nagehan Alçı, bir; akademisyen Elfin Tataroğlu, bir; gazeteci ve yazar Nur Batur da bir programa katılmıştır. Pierre Bourdieu (2007, 266), “en radikal sansür, sahnede olmamaktır” der. Dolayısıyla temsil oranı; söz söyleme yerine erişim ve ikincil

olarak da ifade zamanıyla ölçülen söz söylemeye erişim şansı gözetilince, kadınlara yönelik sansür görünür olmaktadır.



Şekil 4.3. 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında üç kanaldaki tartışma programlarında kadın ve erkeklerin ekrandaki görünürlüğü.

Kadınların medyadaki temsil biçimi ve görünürlüğü, küresel ölçekte de erkeklere göre önemli farklar taşımaktadır. Küresel Medya İzleme Projesi'nin (Global Media Monitoring Project)⁶¹ 2015 yılı raporuna göre, haber ya da haber programlarda “uzman” ya da yorumcu olarak görüşüne başvurulmuş kadınların oranı %19'dur. Rapora göre kadınların haberlerde en çok görünür olduğu alan, güzellik yarışmaları, mankenlik, moda ve estetik cerrahi gibi konularken, en az görünür oldukları konular arasında ulusal güvenlik, askeri harcamalar, iç siyaset ve hükümet politikaları gibi başlıklar yer almaktadır. Medya ve kadın konusu, kitle iletişimi bağlamında özellikle 1960'lı yıllardaki kadın hareketleri ile gündeme gelmiş, bu dönemde, ağırlıklı olarak medyada kadının temsiline ve kadına karşı ayrımcılığa odaklanılmıştır. Materyalist feminist yaklaşım, ataerkil düzende kadın emeğine erkekler tarafından el konulduğu düşüncesinden yola çıkmakta ve böylece analizinin odağına kapitalist sınıftan çok erkek egemenliğini almaktadır. Kültürelci yaklaşımlarda ise cinsiyetin biyolojik değil, kültürel bir inşa olduğuna vurgu

⁶¹ <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports> (Erişim tarihi: 12.05.2017).

yapılmaktadır (Lovell, 2005, 44-45). Özellikle 1980'lerden sonra, feminist teoride, ezilen kadınlar arasında farklılıklar olduğu görüşü ağırlık kazanmaya başlar ve işçi kadınların, göçmen kadınların, farklı ırka mensup ve etnik grup aidiyeti taşıyan kadınların, farklı düzeylerde baskılara uğradıkları görüşü klasik anlatıların yerini alır. Psikanaliz ve post yapısalcı yaklaşımlar ise kadınlar üzerinde kurulan hakimiyetin, kapitalizm gibi toplumsal yapıların ötesinde bilinçaltına kadar işlemiş ve kadınlar tarafından da içselleştirilen bir süreç olduğu vurgusunu öne çıkarmaktadır (Williams, 2003, 59). Toplumsal hayatın farklı veçhelerinde vücut bulan kadın - erkek eşitsizliğinin, medyada da olması kaçınılmazdır. John Fiske'e göre (1999, 284), Kamusal alan erildir ve erkeklerin sayısal hakimiyetindedir. Haberler (ve haber programlar) işte bu kamusal alanla ilgilidir ve çoğunlukla erkek seyirciye göre hazırlanan ve kamusal alanın erilliğinden beslenen bir yapıdır.

Pierre Bourdieu, diğer bir çok konunun aksine, cinsel karşıtlıkları çalışmalarında merkezi bir konuma yerleştirse de toplumsal cinsiyet araştırmaları üzerine kısıtlı bir ölçekte eğilmiştir ve bu çerçevede, bu çalışmada ayrıntılı bir biçimde ele alınan alan, habitus, doksa ve simgesel şiddet tanımlarını devreye sokmuştur. Bourdieu'ye göre, toplumsal cinsiyet ayrı bir alan değildir (gazetecilik, eğitim, hukuk alanı gibi); bunun yerine toplumsal alanın parçasıdır. Bu çerçeveye göre, cinsiyet bir özerk sistem değil, diğer kategorilere "sızan" ve etkileyen bir toplumsal kategoridir (Adkins, 2005, 6). Bourdieu'ye göre toplumsal cinsiyet üzerinden tesis edilen baskı, simgesel şiddetin bir izdüşümüdür. Çünkü kadın-erkek olarak yapılan ve biyoloji devreye sokularak "normalleştirilen" cinsiyet ayrımı, sorgulanamaz bir "doksa" halinde, toplumsal olarak inşa edilen iktidar ilişkilerinin gerçek yüzünü örtmektedir (Moi, 1991, 1030). Bu yaklaşıma göre, eril düzenin gücü, iki süreci birarada toplamasından kaynaklanmaktadır: "Egemenlik ilişkisini, kendisi de doğallaştırılmış bir toplumsal inşa olan biyolojik doğaya eklemleyerek meşrulaştırmak" (Bourdieu, 2001, 23). Bourdieu, mesleklerin toplumsal mantığının, simgesel baskının kurbanlarının, itaat, nezaket, uysallık, adanma ve kendini yadsıma "erdemlerine" göre biçilen ikincil görevleri makul bir biçimde yerine getirme üzerine kurulduğunu belirtmektedir (Bourdieu, 2001, 57). Yukarıda sunulan Küresel Medya İzleme Projesi'nin verileri ışığında da ulusal güvenlik, iç siyaset gibi konular eril alanın "uhdesinde" kabul edilmektedir. Yine alan kavramı üzerinden ilerlenecek olursa, her alanda toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin benzer bir statükonun hakim

olmadığı da bir gerçektir; örneğin, akademi, hukuk ve medyada kadınlar erkeklerle daha rekabetçi bir pozisyon içindeyken, siyaset alanı daha erkek egemen bir yapıdır; söz konusu olan emekli asker ve polislerin yer aldığı “güvenlik politikaları uzmanlığı” gibi bir alt kanaat teknisyeni grubuysa, Türkiye’deki mevcut işleyiş göz önüne alınınca bu kısım kadınlara neredeyse tamamen kapalı gibidir. Bu çalışma sırasında Türkiye’de gündemde olan “terörle mücadele”, “sınır ötesi askeri operasyonlar” gibi konuların haber tartışma programlarında ele alınması kadınların zaten düşük olan temsiliyetini daha da aşağı çekmektedir. Ayrıca ana akım kanallar üzerindeki, kanal çalışanlarının da içselleştirdiği, siyasi baskılar ve siyaset dilinin her geçen gün muhafazakârlaşması da kadınların temsiliyetini azaltan bir diğer etkidir. Görüşülen medya çalışanları da buna vurgu yapmaktadırlar:

“Kadın konuk bulmakta sıkıntı yaşıyorum. Bir keresinde 4 kadınlı bir program yapmaya çalıştık, moderatör de kadın olacaktı, yapamadık. Çoğu isim politik bariyerlere takıldı. Eldekiler de o programı götürecek performansta değildi. Ama politik bariyerler kadın meselesinde önemli. Elde az seçenek olunca, onlar da mevcut bariyerlere takılıyor”. (E1)

“Okkalı kadın konuşanların hepsi milletvekili bazında HDP’li. Aklı başında konuşanlar sol, alevi, HDP’li. Türkiye’nin sağa kaymasıyla birlikte kadın temsili de azaldı. Öneğin Meral Akşener dışında MHP’den kaç tane kamuoyu karşılığı olan kadın siyasetçi var? Kaç kadın milletvekili var ki?”. (S1)

“Bize gelene kadar filtreleniyorlar ve bizim onlara ulaşma şansımız olana kadar çok fazla engelleniyorlar. ‘Oradan’ çıktıkları zaman bir şekilde görebiliyoruz. Zaten o filtrelemlere rağmen geçmiş kadınlar, zaten değerli ve güçlü oluyor. Onlara da ekranı açmaya çalışıyoruz”. (E2)

“Şimdi şöyle bir şey var; bu işin okuma, yazma ilgilenme işi, biraz ne bileyim muhalif mi diyeyim, sol mu diyeyim? O kişilere özgü bir hastalık. Diğer cephede bu okuma, yazma, konuşma işiyle pek ilgilenmemiş... O yüzden, o şeyde kendi kadınının kendi söylemine uygun çıkaramıyor; çıkarsa da 3-5 kişi baktığınız zaman hep onlar... Yeni bir kendine kuvvetli bir gazetesini yaratamadı; 14 yıl... Ta şeyden başlarsak, ‘95 yılındaki o seçimle birlikte, bütün belediyelerle birlikte daha ön plana çıkıp, daha bütün hayatın içine girdiklerinden bugüne baktığınız zaman, güçlü bir gazete yok”. (K.T. 10)

Yukarıda aktarıldığı gibi, incelenen iki haftalık dönemde ekrandaki dokuz kadın temsiliyetinden yedisi iktidara yakın söyleme sahip isimlerdir. Ancak bu yedi görünümün altısı, iki kadına aittir: Nihal Bengisu Karaca ve Kezban Hatemi. Bir medya çalışanı bu isimlerin “yırtıcı” ve “cevval” olduğu için tercih edildiğini belirtmektedir. Burada “makbul” olarak sunulan, eril söylemi kimi zaman erkeklerden daha baskın ve güçlü olarak kullanabilmektir:

“Açıkçası yeni dönemin muhafazakârlık, mesela oranın kadınları da hayli özgüvenli ve cevval. Gözünüzün önüne bir kaç isim geliyordu belki; yırtıcı, cevval, ‘bir dakika’, ‘bir dakika’ filan diyen, vücut dilini kullanan... Şimdi burada bu profiller

içersinde düşündüğümde mesela yelpazenin sağında olan profillerin hepsinin daha atak, söz kapan, ‘bir dakika, o öyle değil, hiç de öyle değil’ filan diyen. Çünkü tartıştığımız konularla da alakalı bir şey. Tartıştığımız konuların önemli bir kısmında ya onların geçmişe dair yaraları var ve oraya basıldığını düşünüyorlar ve bir reaksiyon veriyorlar; doğrudur, yanlıştır ama onlar öyle hissediyor ya da çünkü maziye dair bir şey konuşuyorsa yaraları 28 Şubat vs... Onun için, hiç şey yapmıyor; ‘sıram gelsin bir dakika’ diyor, ‘onu konuşturmam sana’ filan ya da bugün için bakılacak olursa, orada bazen korkuları var şimdiyi kaybetme ve eskiye dönme korkusu. Yani yaraları ve korkuları onları daha atak kılıyor orada. Diğer tarafta ise açıkçası muhalefet cephesinde şöyle bir şey görüyorum; erkeklerinde değil ama kadınlarında, bir kaç istisna ismi ayırıyorum, onlar hakikaten çok dominant kadınlar, onlar da ama şöyle bir dominantlık içerisindeler yine sadece mizaçla ilgili değil muazzam bir öfke, bir dolmuşluk, bir ‘yeter artıklık’ durumu var... Konukları kadın ve erkek diye kafamda kodlamamamın sebebi, kendi tercihimden daha çok, onların geçirdiği enerji, itibar. Örneğin, Fadime Özkan ile Can Ataklı arasında bir fark bulamayabiliriz. Evet, biri erkek, biri kadın ama oyun başladığı andan itibaren hangisi kadın, hangisi erkek diye düşünemeyeceğin kadar onların cinsel kimliklerinin sende çağrıştıracak, orada ki düğmelerine basacak hiç bir atraksiyon olmuyor. Sözlerin sertliği, karşılması ve zaten burada kullandığım tabirlerden de anlaşılacağı üzere sert vuruşu, öbürünün onu karşılması, geri göndermesi... Bazen kadınlar: ‘Bir kadınla böyle konuşamazsınız’ diyerek o kılıcı çekiyor. Ama stratejik bir tercih olarak çekiyor bunu, orada hatırlatıyor sana. Çünkü çok köşedeyken oradan sıyrılması lazım orada onu bazen onu çekebiliyor”. (M2)

“Yani en azından bütün kadınlar için söylemiyorum ama bizim programlara çıkan kadınlar açısından kadın ya da erkek oluşunun ekranda hiçbir farkı yok. Aynı derecede tartışıyorlar, aynı derece ateşliler ya da değiller. Yani kadın olmasından ötürü hiçbir şey yok. Yani bize şey de geliyor: ‘O kadar kadın çıkarmışsınız, bir tane türbanlı yok arasında’... Bu da çok saçma, kadınların arasında bir de türbanlı olsun diye kadın aramak da, bu konukların arasında bir kadın olsun diye bir kadın aramak da saçma; varsa var...” (M1)

Erkeklerin inşa ettiği ve kurallarını belirlediği sahada performans sergileyecek kadınlardan beklenen, eril rolü benimsemek ve bunu yüksek düzeyde icra etmektir. Haber tartışma programları arasında kısıtlı tele-uzman havuzundan hafta içi her güne konuk sağlamak, son dakika gelişmeleriyle şekillenen son dakika gündemlerine adapte olabilmek amacıyla girişilen kıyasıya yarış da kadın temsiliyetini azaltan bir diğer etkidir. Bu noktada kanaat teknisyeni potansiyeli taşıyan kadınların, zaman zaman doksalar kıskacında, kendilerine biçilen toplumsal rollerini içselleştirmiş olması ya da farklı bir bakışla, ataerkil tahakkümden ötürü, medyanın hızlı, anında konuk talebine yanıt verememesi de rol oynamaktadır. Eric Louw’un da belirttiği gibi program yapımcıları için güvenilir bir kaynak olmak, salt söylenenlerin olgusal ve zamanla sınıandığında doğru sonuçlar vermesi değil, sürekli temasa açık olmak ve (haber merkezinin çizgisine) uygun alıntılar sağlayabilmektir. Bunu yaparken de gazetecinin zaman dilimlerine sadık kalmaktır (Louw, 2010, 65). Kısacası “iyi” bir kanaat teknisyeni kendisini programa davet eden konuk koordinatörü / prodüktör ya da editörün tele-uzman iştahını hızla doyurabilmelidir. Ancak kadınlar, bu noktada da erkeklere göre daha dezavantajlı bir konuma

sürüklenmişlerdir. Bourdieu, simgesel iktidarın öznesi konumundaki erkeklerin, kadınlara yükledikleri simgesel işlev nedeniyle, kadınların “kadın faziletine ilişkin erkek ideale uyararak, fiziksel değerlerini ve cazibe güçlerini artırmaya has bedensel ve kozmetik özelliklerle donanarak, simgesel değerlerini korumak için sürekli uğraşmaya zorlandıklarını” belirtmektedir (Bourdieu, 2007, 173). Bu elbette ekrana davet edilen tüm kadınlar için geçerli olmasa da, görüşülen medya çalışanları sıklıkla “kadınlara özgü gerekçelerle” hızlı konuk temini sürecinin sekteye uğratıldığını belirtmektedirler:

“Açıkçası kocasından izin alan konuk da gördüm ben. Ondan sonra, ‘kızımın şu işi var’ deyip gelmeyen kadın... Kadın konuklar biraz daha çekinceli ekrana çıkmaya. Aynı uzmanlıktaki bir erkek ile bir kadın... Bunun değerlendirmesini sosyologların yapması gerekiyor ama kadınların daha az ekranda olma eğiliminde olduğunu görüyorum... Çünkü konuk cephesinde kadın daha zor ikna oluyor ekrana çıkmaya ve başka gerekçeler sunuyorlar çıkmamak için. Bunun kadın olmalarıyla ilgisi var mı bilmiyorum ama kadın olarak aradığımız konukların çekincesi, erkek olarak aradıklarımızdan daha fazla oluyor ekrana çıkarmak için efor sarf etmemiz gerekiyor”. (M1)

“Kadınlar daha çekingen. İlk defa telefonda konuştuğun ve kendimi tanıtır programı çağırdığım kadınların %70’i hemen gelmez. Erkeklerin %80’i gelir. Kadınsal kaygılar var. Kadının saçının boyasız olması bile o akşam gelmemesine etken olabilir. Bana ‘meşgulüm, toplantım var, evde çocuk var’, vs. diyor ama maniküre gitmeye vakti yoktur, bence o da bir etkendir”. (P1)

Kadın konuklar ve sunucular, cinsiyet ayrımcılığının programlarda, bazı istisnalar dışında söz konusu olmadığını, hatta kadın olmanın bazı avantajları olduğunu vurgulamakta, sunucular kadın tele-uzmanları gerektiği zaman korumaya aldıklarını belirtmektedir. Kadın erkek ilişkileri çerçevesinde 2016-2017 yıllarında Türkiye’deki medya alanı, halen liberal feminist yaklaşımın değer yargılarının egemen olduğu bir alandır:

“Bu konuda kadınlar şeyi başarmış durumdadır açıkçası, en azından bu arazinin kadınları, toplumda değil belki ama ‘kadınsan da kadınlığını bil’ gibi karışıklık görmedim. Erkekler orada öyle bir hata yapmanın bedelinin, çok ağır olacağını; hem izleyici nezdinde hem de konuk bile olamayacak kadar olacağını biliyor. Orada kadınlar çok fazla alan kazanmış durumda ve erkeğin o anlamıyla sakat ve sıkıntılı yönlerini kontrol edip bastırmak zorunda kaldığı, daha çok kontrol etmek zorunda kaldığı bir yere onu hapsedmiş orda baskınlar, güçlüler”. (M2)

Çok ataerkil bir bakış var bazılarında ‘kadın olduğu için bundan anlamaz’ diye. Cinsiyetçi yaklaşım, ya da daha kolay laf atma hakkı bulanlar var. Ama kadın olmanın avantajı da var, etrafta ceketli bir sürü adam varken söyledikleriniz daha dikkat çekici olabiliyor. Belki baş örtülü olsam olmayacak ama iki tarafı da kıyasladığımda, kadın olmanın avantajları daha fazla”. (K.T. 9)

“Medya asla cinsiyetsiz bir ortam değil. Hiçbir yer cinsiyetsiz bir ortam değil ama bunu nasıl algıladığımız ve nasıl tepki verdiğimizize bağlı. Ben hiç böyle bir şey ile karşılaşmadım. Bir de itiraf etmek gerekir ki, bizim konumumuzdaki kadınların

cinsiyetçilikle karşılaşma biçimleri çok uzun boylu şikayet edilecek biçimler değil. Ve de başka alanlardaki cinsiyetçi tavırlara eşitlenmesini büyük bir haksızlık olarak görüyorum. Tam tersine bazen medyada kadın olmanız daha çok ilgi çekmenize, size daha toleranslı davranılmasına neden oluyor”. (E.K.3)

“Kadın gazeteci olduğun zaman en dişli maço gözüken adamların bile, hiç güdüme girmez konukların bile, otoritem altında kendine çeki düzen verdiğini, zaman zaman hissediyorum. Biraz 'bu kadın başarmışsa helal olsun' da var. Biraz kompleksle hayranlık içiçe giriyor”. (S1)

İncelenen zaman diliminde haber tartışma programlarında kadınların temsili göz önüne alınınca şöyle bir genellemeye varılabilir: Kadınlar ayakta, yani sunucu / moderatör masalarının başında, erkekler ise konuk koltuklarında oturur durumdadırlar. Bölümün başında sunulan grafikte (şekil 4.2.) görüleceği gibi, bu programlarda kadın konuk oranı erkeklere göre ne kadar düşükse kadın sunucu / moderatör oranı o kadar yüksektir. Kadınlar bu iki haftalık dönemde takip edilen 27 haber tartışma programının yirmisini sunmuş, kalan yedi program, erkekler tarafından sunulmuştur. Thornham’a göre (2007, 89), sunucu ve/veya moderatör konumundakiler, çoğu zaman burada toplumsal olarak belirlenmiş bir “kadın işlevi” taşımakta; farklı bir odağın elindeki iktidarın retoriğini süslemekte ve yumuşatmakta, ancak bir kadın gibi konuşmamaktadırlar. Yani, gerçekten iyi gazetecilik istisnaları hariç, stüdyodaki kadınlar eril söylemin göze hitap eden sunucusu konumunda tercih edilmektedirler.

4.6.6. Sahnenin kurgusu: Haber tartışma programlarında oturma düzeni, tartışmanın yönetimi

Çalışmada bu noktaya kadar, NTV, CNN Türk ve Habertürk’teki haber tartışma programları, bu üç kanaldaki medya çalışanları ve kanaat teknisyeni havuzları bir arada ele alınmıştır. Ancak söz konusu kanallar her ne kadar ana akım olarak anılan medya alanının standardını belirleme noktasında birçok yönden benzeşmeler de ayrıldıkları bazı noktalar da vardır ve bu nüanslar bazen kanallar arasında önemli farklılıkların saptanmasını mümkün kılmaktadır. Aşağıda ele alınacak bu farklılıklar, izlenme oranlarının düşük, ya da yüksek olmasında önemli pay sahibidir. Ancak bu noktada bir kez daha, incelenen her kanalın sahip ve yöneticilerinin, izlenme oranının önemi konusunda farklı görüşleri olduğu, yüksek bir izlenme oranı yerine zaman zaman sorunsuz ve “sivri” olmayan yayıncılığın tercih edildiği de hatırlanmalıdır. Bölüm 4.4.’te aktarıldığı gibi bu tür programlara ekranında en uzun zaman ayıran haber kanalı CNN Türk’tür. Bu kanaldaki haber

tartışma programlarının toplam süresi NTV’de ayrılan zamanın yaklaşık iki katıdır. Buna paralel olarak, iki haftalık zaman diliminde (24 Ekim – 4 Kasım 2016) bu üç kanaldaki toplam 109 kanaat teknisyeni görünümünün 43’ü CNN Türk kanalında, 40’ı Habertürk’te, 26’sı ise NTV’de gerçekleştirmiştir. NTV’yi diğer kanallardan ayıran önemli bir nokta, stüdyodaki oturma düzenidir. CNN Türk ve Habertürk’te konuklar sunucu/moderatörün her iki tarafında karşılıklı oturtulurken, NTV’de genellikle daha az sayıda stüdyo konunun yan yana oturtulması tercih edilmektedir. Bir NTV çalışanı, hem konuk seçiminin, hem de stüdyo dizilişinin stüdyoda sert bir tartışma çıkmaması, hatta tartışmanın sınırlandırılması için kurgulandığını belirtmektedir:

“...Diğer kanallara bakınca, kakafoni gibi giden tartışmalar oluyor. Biz bunu ekranımızda sevmiyoruz. O başladığı zaman, benden moderatöre, ondan haber müdürüne, genel yayın yönetmenine kadar hepimiz çok daha ‘alert’ vaziyette oluyoruz ve hemen bunun bitirilmesini istiyoruz. Çünkü bunun NTV ekranına yakışmadığını düşünüyoruz. Biraz farklıyız. Biz tartışmalara çok imkan vermiyoruz, işin ‘juicy’ tarafını çok ön plana çıkarmıyoruz. Diğer iki kanal, daha açıkçası bazen istekli ve o konuların üstüne daha çok gidebiliyorlar. Bu bazen daha iyi de oluyor. Bazen de gereksiz geliyor. Bazen tartışma olsun diye tartıştıkları oluyor. Ama bazen de takdir ediyorum”. (E2)

Her üç kanalda da tartışma programlarına katılan gazeteci bir kanaat teknisyeni, kanallar arasındaki farkın sunucu/moderatör tavrından stüdyodaki sandalye dizilişine kadar çeşitli farklar taşıdığını, bunun da aslında konuşma stratejisini etkilediğini belirtmektedir:

“... Niye bizi böyle oturtuyorlar? Herkesi böyle oturtuyorlar? Şimdi şöyle; tartışılmıyor. Tartışma olmasın diye, hani hafiften tartışma olduğu zaman çok fazla şey olunca hemen araya Oğuz (Haksever) giriyor... Bir şey derken ‘öyle değil’ falan diyor, sen de bir cevap vermek zorunda kalıyorsun... Şimdi yan yana böyle oturduğün zaman ister istemez o uçtakine buradan nasıl ‘müdahale mi edeceksin’ diyorsun, ‘boş ver’ diyorsun, hani ‘sıra gelince söylerim’ diyorsun”. (K.T. 10)

Bir başka kanaat teknisyeni, stüdyoda karşı karşıya oturmanın birbirine “meydan okuma” havası yarattığını; düzenli olarak aynı programda yan yana bulunduğu, kendisinden farklı ve eleştirel düşünen sert üslûplu bir diğer konukla karşı karşıya oturması halinde aslında “kavgalar edeceğini” belirtmektedir. Bir medya sektörü çalışanı da bazen her üç kanala da çıkan aynı konukların, farklı kanallarda farklı performanslar sergilediğini vurgulamaktadır:

“Bir konunun tutumunu ve söylemini etrafındaki konuklar etkiler. İkincisi moderatörler de çok etkili bence. Çünkü buranın çalışma düzenini moderatörler de hissediyor. Baskı mı dersin, ne dersin, burada moderatörler daha ölçülü. Diğer

kanallardakilerin daha yırtıcı olduğunu düşünüyorum. Aynı adamlar çıkıyor belki ama bizim kanala hiç çıkmayan adamları da oralarda yanına koyuyorlar. Ben farkın ondan kaynaklandığını da düşünüyorum”. (P1)

Hukukçu bir kanaat teknisyeni, tartışma ortamının yapısına, karşıt görüşlerin içerik ve ifade biçimine göre üslûbunu nasıl ayarladığını şöyle anlatmaktadır:

“Mümkün olduğu kadar, ana fikirlerimde değişiklik yapmam. Ama söyleyiş tarzının yumuşaklığı, belki tartışma ortamına göre olabilir. Bire-birlerde daha iyi olmak budur. Çokluklarda yanlış anlaşılma mümkün. Yanlış gitmek, hararete kapılmak, el kolu çok kullanırım ben ve bağırarak konuşurum. Ama bire-birde bunları azaltırım. Dolayısıyla eğer uyumlu bir görüşme varsa o uyumu bozmamaya çalışıyorum. Ama uyumlu olmayan, tahrikkâr - benim mesela kendime göre kırmızı çizgilerim var: Mesela Mustafa Kemal Atatürk'tür, mesela üniter yapıdır, hukukun ilke ve esaslarıdır; bunlardan taviz verilmemesidir. Bunlarla ilgili konularda çıkan tartışmalarda tabii, o karşı tarafın tahrik edici konuşması olursa, bilgi zayıflığı, tarafkâr olursa, bunlara sert cevaplar veriyorum”. (TU7)

Çalışma kapsamında görüşülen, daha fazla sayıda konuklu programlar yapan ve tartışmaları daha uzun süreye yayan, CNN Türk ve Habertürk çalışanları, izlenme oranlarını artırabilmek için belirli bir çaba gösterdiklerini belirtmektedirler. Bir konudaki karşıt görüşleri (kırmızı çizgilerin içinde olmak kaydıyla), stüdyoyu bir arenaya çevirerek yansıtmaya çalıştıklarını belirtmektedirler:

“Düzenli çıkan konukları hep aynı yerde oturtmaya çalışıyoruz ki bir algı oluşsun. Çarşamba açtığımda 'o yine bu kişi; şurada oturuyor' algısı önemli. Elbette hükümet yanlıları ve karşıtlarını karşı karşıya oturtmak önemli. Hukukçuysa, onları karşı karşıya, eski milletvekiliyse, onları karşı karşıya oturtmaya çalışıyoruz. Daha ağır, zor ikna edilen konukları, spikerin yan sandalyesine oturturuz”. (P3)

“Önce bir programın matematiğine, dengesine bakıyoruz. Çok kaba tabirle söylüyorum: ‘Candaş, yandaş, muhalif, muhafazakâr’ gibi kategoriler var aklımızda ve bu dengeler açısından baktığımızda, burada matematiksel olarak dengeyi gözetiyoruz. Şimdi ikiye iki seçerseniz konukları, iki muhalif, iki yandaş; ama öyle muhalifler seçmişsinizdir ki ağızını açmaya hayrı yok, kendini anlatamaz, ya da tam tersi... Ya da öyle yandaş seçmişsinizdir ki, karşısındakini konuşturamıyor. Sayısal burada bir denge vardır ama içerik olarak burada bir denge yok, bu yanlış, bunun olmaması da; yani insanların ekrandaki performanslarının da denk olmasına dikkat ediyoruz. Diyelim ki beş konuk var ve içlerinde sadece bir tane hukukçu varsa, tek bir taraftan, diğer görüşteki insanlardan da bir hukukçu olmasına yani mesleki anlamda da birbirlerinin karşılığı olan insanlar olmasına dikkat ediyoruz... Şunu da açıkça konuşmak lazım; zaten böyle çokta ilginç bir şey bulup da çıkarttığımız yok. Zaten elli tane insan var piyasada dolaşan, bunların kombinasyonları. Burada marifet... o kombinasyonu doğru koymak”. (M1)

“... Realite şu; nihayetinde içerikleri itibariyle çok ciddi, önemli konular konuşuyoruz. Ancak ve ancak, yapılan iş özü itibariyle bir ‘reality show’. Bu anlamıyla gazetecilik faaliyeti içerisinde sayılır mı, sayılmaz mı? Tartışılması gerekir burada yapılan işin. Şuradan bağımsız; oraya çıkan gazetecinin görüşlerini paylaşırken hangi duygu ve saiklerle paylaşıyor olması başka bir şey. O gerçekten kendi gazetecilik mesleğinin gereği olarak, orada olup onu paylaşıp, bunu da bir araç olarak görüyor olabilir. Ama bu masaların kurulması, bu tartışma ortamlarının oluşturulması... Nihayetinde izleyici şöyle bir tercih yapıyor; ya ‘Survivor’ seyredecek, ya, ‘O ses Türkiye’ seyredecek, ya da siyasi tartışma seyredecek. Ama hepsinin altında yürüyen güdü aynı. Bir rekabet var, ring var ve bu ringin içerisinde kozlarını paylaşan insanlar var”. (M2)

Üst düzey bir medya çalışanının ring olarak tanımladığı haber kanalı program stüdyosundaki her farklı söylem türü, simgesel şiddetin izdüşümü halindedir. Kanaat teknisyenleri böylesi bir arenada salt görüşlerini ortaya koymak için değil, aynı zamanda söylem üstünlüğünü ele geçirmek için de mücadele etmektedirler. Aralarında bu performansın yazılı olmayan kurallar bütününe oluşturan ve farklı canlı yayın durumları için farklı taktikler geliştirenler de vardır:

“Söylemlerin dozu arttıkça ve griler azalınca siz de ister istemez bir yere doğru kayıyorsunuz. Dolayısıyla karşı taraf radikalleşince siz onu karşılamazsanız, o radikal söyleme teslim olmuş oluyorsunuz, o yüzden sizin söylemlerinizi de radikalleşmeye başlıyor... Bana yabancı, hiç inanmadığım, sırf karşı tarafı karşılamak için hiç birşey söylemedim. Sizin doğrularınız var; onu ortadan da söyleyebilirsiniz ama bazen karşı taraf anlamak istemezse abartabilirsiniz. Ben bazen abartmak zorunda kaldım, karşı tarafın kulakları tıkalı olduğu için...” (K.T. 9)

“Çağdaş toplumun bir arenası gibi orası. Gladatörler çıkıyor ve o gladyatörlerin taraftarları var. Taraftarlar arenadaki gladyatörden karşısındakini mutlaka alt etmesini bekliyor. İster bilgiyle alt et, ister sesini yükselterek alt et, ister bel altı vuruşla alt et, isterse susturarak, daha çok konuşarak, stüdyo egemenliğine ele geçirerek, bağırarak... Tam da işte izleyici böyle arena olarak görüyor; program da bunun farkında olduğu için, bunu kışkırtan bir takım formatlar devreye giriyor”. (K.T. 8)

“Senin bir zaafın, yanlış kuracağın bir cümle, konunun sana göre çok daha birikimi olan uzmanı tarafından - hele biraz polemik dili filan varsa - o uzmanın, sizi paspasa çevirir ve on binlerce, yüz binlerce insan karşısında çok güç duruma düşersiniz... Mümkün olduğu kadar da aynı çizgiyi, üslubu, dili her yerde tutturmaya çalışırım. Fakat diyelim aynı dünya görüşüne sahip, iktidara daha yakın akademisyen, gazetecilerin olduğu bütünüyle bir programla, karşıt fikirlerin olduğu hatta bizzat televizyonun iktidara mesafeli uzak olduğu durumda, programların havasında bir değişiklik tabii ki oluyor; işin tabiatı gereği”. (K.T. 5)

“Genellikle izleyenler biliyor, genellikle bire-dört, bire-beş, bire-üç gibi pozisyonlardayım ve karşımdaki insanlar sırtlarını mevcut egemen anlayışa, sokaktaki İslâmcı ve milliyetçi duygulara ve aynı zamanda zaten kendisi de evrensel hukuka uygun olmayan ama son dönemde daha da keyfi uygulanan, mevcut yargı mekanizmasına dayanarak, aba altından sopa gösterme, tehdit etme, sizi kendi argümanları önünde boyun eğme veya onları tekrar etmeye zorlayan bir baskı uyguluyorlar”. (K.T. 6)

Her ne kadar, yoğun bir baskı ve bundan da kaynaklı olarak bir “tek tipleşme” sözkonusu olsa da televizyon tartışma programlarının da içinde bulunduğu gazetecilik alanı içinde eyleyenlerin farklı “oyun stratejileri”, farklılaşan “habitusları” ve farklı “sermaye birikimleri” söz konusudur. Yukarıda değinilen oturma düzeni ve katılımcı sayısı gibi faktörlerin yanısıra, sunucu/moderatörlerin

programları yönetim biçimi de kanallar arasında, hatta bazen bir kanaldaki değişik programlar arasında farklılıklara yol açmaktadır.

Bu çalışma kapsamında görüşülen üç farklı sunucu/moderatörden ikisi, kendilerini “gazeteci” olarak tanımlamış, ve tartışma programı yönetimini “bir gazetecilik faaliyeti” olarak nitelendirmişlerdir. Bir diğer kişi ise yaptığı işi “anlatıcılık, soru soruculuk” olarak tanımlamıştır. Gerçekten de sunucuların üstlendiği ve içselleştirdiği roller, hem programın genel havasını, hem de kanaat teknisyenlerinin ortaya konulan tartışma konusuna angaje olma biçimlerini belirlemektedir. Louw (2010, 54), haberciliğin bir gösteriye dönüştüğü yerde, sunucunun da gazeteciden çok bir oyuncu gibi davranmaya başladığını, ancak bu “oyuncuların”, konuk ilginç ya da dikkat çeken bir şey söylediğinde takip soruları sorup konuyu derinleştirecek birikimden yoksun olduğunu, böylece bir siyasetçi için kendisine verilen bilgi notları üzerinden sorular soran sunucu ile konuşmanın bir avantaja dönüştüğünü belirtmektedir. Türkiye’de de “dersini çalışmayan” sunucuların karşısında monolog yapan konuklar olduğu gibi, sunucunun, ya da karşısındaki konunun ısrarlı soruları karşısında diyaloga girmek durumunda kaldığını belirten kanaat teknisyenleri de vardır. Daha önceki bölümlerde yapılan alıntılardan da görülebileceği gibi sunucular arasında konu belirlemekten, konuk seçimine, programın hazırlanmasında aktif rol alanlar olduğu kadar, bu süreci müdür, editör, konuk koordinatörü ve prodüktörlere devredip salt belirlenen bir gündem çerçevesinde stüdyoda hazır bulduğu konuklara soru yönetenler de vardır. Bazı sunucular ve medya çalışanları, etkinlik alanları daralsa da hala kendi değerleri ve gazetecilik ilkeleri çerçevesinde bir “eşik bekçisi” rolü oynadıklarını ifade etmektedirler. Bu, kimi zaman bir kanalın genel yayın politikasından kaynaklanmakta, kimi zaman bir sunucu/moderatörün sabit fikirleri ve ilkeleri doğrultusunda belirlenmektedir:

“... Örneğin darbe sonrası (15 Temmuz 2016 tarihindeki darbe girişimi –C.E.) ilk günlerde bunu yaşadık. Herkes, itirafçıları çıkarmaya başladı ve reytingleri yüksek oldu. Genel kitlenin bilmediği bilgiler paylaşılıyordu fakat, onların da içeriğinin bize uymayacağını düşündük. Bazen çok fazla kişilik haklarına saldırı olduğu, dedikodu olduğu için, karakterimize uymayacağı için birkaçı hariç, tercih etmedik”. (E2)

“Ben temiz reyting peşindeyim. Kirli reyting için cübbeli Ahmet Hoca’yı, cemaat itirafçılarını çıkarmam. Kirli reyting için, kanlı dönemlere imza atan paşaları çıkarmam. Hrant Dink cinayetinde parmak izi olan isimleri konuşturmam. Bu benim prensibim. Hala mümkün mertebe gazetecilik etiği üzerinden gitmeye çalışıyorum”. (S1)

“Şimdi adam süper akademisyen ama Twitter'ına giriyorum nefret kusmuş ya da öyle meselelerle ilgili öyle çirkin şeyler söylemiş ki meselâ kadına şiddetle ilgili; ‘ee o da giymeseydi şortu’ demiş bir adam allame-i cihan olsa ben onu dünyada davet etmiyorum... Çok rahat küfür eden, çok hakaret eden, nefret dili kullanan o insanları da çıkartmamaya gayret ediyorum”. (M1)

Bourdieu (2000, 36-37), bir program sunucusunun (aslında program akışı sırasında bilinçli ya da bilinçsiz efor sarf ettiği, doğrudan eleştiri alamayacak –çünkü alıntılanamayacak- fakat açıktan “hissedilebilen”) rolünü şöyle betimlemektedir “... biz, sözün kendisi kadar, bakışlarla, sessizliklerle, jestlerle, mimiklerle, gözlerin hareketiyle, vb. de birşeyler söyleriz. Ve aynı zamanda ses tonuyla, her türlü şeylerle... Sunucunun kendisi de bilinçsiz dille, soruları soruş tarzıyla, sesinin tonuyla müdahalede bulunur: Bazılarına, kırıcı bir tonla, ‘Yanıt veriniz, soruma yanıt vermediniz’ ya da ‘Yanıtınızı bekliyorum. Yeniden greve gidecek misiniz?’ diyecektir. Son derece anlamlı olan bir başka örnek, ‘teşekkür ederim’ demenin farklı biçimleridir. ‘Teşekkür ederim’ sözü, ‘size teşekkür ediyorum, çok memnun oldum, söylediklerinizi memnuniyetle karşılıyorum’ anlamına gelebilir. Ama bir de sözü kesmekle eş anlamlı olan teşekkür etme tarzı vardır: O durumda, ‘teşekkür ederim’ demek şu anlama gelir: ‘Tamam, yeter. Sonraki konuşmacıya geçelim’... Sunucu, konuşma süresini paylaştırır, sözün saygılı ya da küçümseyici, dikkatli ya da sabırsız olabilen tınısını paylaştırır. Örneğin, bir ‘evet, evet, evet’ deme tarzı vardır ki, muhatabı zorlar, ona sabırsızlığı ya da ilgisizliği hissettirir... Sunucunun bir başka stratejisi de şudur: İvedilikle oynar; sözü kesmek, çabuk bitirmeye zorlamak, yarıda bırakmak için zamandan, ivedilikten, saatten yararlanır”.

Çalışma kapsamında görüşülen kanaat teknisyenleri de bazı sunucu / moderatörlerin program öncesi ya da sırasında açıktan söz haklarına müdahale etmeseler bile bunu dolaylı yoldan yaptıkları görüşünü paylaşmaktadırlar. Sunucu / moderatörler gazetecilik alanında inşa edilmiş olan nesnellik ve tarafsızlık normlarını dayatarak hakem durumunda bulundukları bir “oyun mekânında” bir tahakküm biçimi kurmaktadırlar (Bourdieu, 2007, 267). Ağırlıklı olarak muhalif söyleme sahip kanaat teknisyenleri, bazı sunucuların kendilerine müdahil olduğundan şikayetçi olsalar da iktidar yanlısı söylemdeki bir konuk da bazı programlar sırasında kendisine eşit davranılmadığını ifade etmektedir:

“Moderatör: ‘o konuya girmeyelim’... Ya da açıktan, böyle demeden de sözün oraya gideceğini hesap edip değiştirebiliyor. Bazen de şunu yapıyor; sözü hiç kesmiyor, karşılıklı tartışmanın önünü açıyor, karşılıklı tartışmada araya girmiyor. Aslında normalde araya girmesi, seslerin yükseldiğinde araya girmesi, sakinleştirmesi gerekiyor. (...) buna pek müsaade etmiyor ama (...) bunun önünü açıyor. Karşılıklı tartışmaya daha fazla izin veriyor ve hatta teşvik ediyor”. (K.T. 8)

“Şimdi şöyle, birkaç defa başıma geldi; baştan bir şey söylenmedi ama o konuya tam girdiğin zaman ‘tamam, o konuya geleceğiz ama şimdi bir dakika, bir reklam var veya şunu önce halledelim sonra oraya geliriz’ diye moderatör ustaca oradan başka bir şey yapıyor ve oraya gelinmiyor. Veya baştan şöyle diyorlar: ‘Fenerbahçe konusunu konuşacağız’ falan. Sonra bir bakıyorsunuz yayının sonuna gelmiş ‘Süremiz bitti, Fenerbahçe’ye giremedik, önümüzdeki hafta ele alırız’ deyip meselâ seyirciye ilan ediliyor”. (K.T. 10)

“... Siz o kırmızı çizgiye dokunduğunuz an, aynı anda beş dakika önce birbirleriyle yoğun bir şekilde tartışmış, zaman zaman iki taraftan bir tanesiyle benzer söz söylediğiniz insanlar birleşip size yoğun bir saldırıya geçebiliyorlar. Mesela, Kürt meselesi böyle bir mesele, Kemalizm tartışması böyle bir mesele, genel olarak inanca dair tartışma böyle bir mesele. Beni izleyenler bunu bana da dillendiriyorlar; diyelim ki, Kemalist ve İslamcı olan iki kesim birbirleriyle harıl harıl kavga ederken bir bakıyorsunuz hepsi aynı anda, hattâ benzer argümanlarla dönüp size saldırmaya başlamışlar... Zaten, o sırada tartışmakta olan çoğunluk tarafından ‘boğuluyorsunuz’ veya aslında fikir özgürlüğü, adil bir tartışma açısından zaman zaman bazı moderatörlerin yapması gereken müdahaleyi yapmayıp adeta sizi aslanların ağzına atmakta sessiz kaldıklarını görebiliyorsunuz. Burada özel olarak bir isim belirtmek gerekmiyor, ama maalesef ki böyle bir atmosfer var. Bu onların kötü niyetinden değildir kuşkusuz ama onların o üzerlerindeki baskıyı bu şekilde göğüslemek gibi bir şeyden kaynaklandığı kanaatindeyim doğrusu”. (K.T. 6)

“Ben aslında Ak Parti’yi savunacak bir profil değilim ve bu insanları çok öfkeliyor. Beni satılmış görüyorlar tırnak içinde ve bunun öfkesi oluyor. Moderatörler bazen beni haksız çıkarmak isteginde. Dolayısıyla sözümün çok kesilmesi, ya da bana çok eleştiri getirebiliyorlar”. (K.T. 9)

4.6.7. Stüdyonun ötesi: Tartışma programları ve sosyal medya

Akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, televizyonlarda her geçen gün daha da sık görülen bir kanaat teknisyeni pratiği de stüdyo tartışma programında “ağa” bağlı kalmak; hattâ kendi izlenme oranını, gelen tepkileri canlı olarak takip etmek haline gelmiştir. Konuklar arasında program sırasında ağ üzerinden başka insanlarla sürekli iletişim halinde olduğunu söyleyenler; hattâ konuşmasını dışarıdan gelen destekle zenginleştirenler olmaktadır. Dolayısıyla, kimi zaman bir kanaat teknisyeni, beraberinde aslında gözükmeyen, duyulmayan ve tanınmayan bir grubu (ve görüşlerini de) dolaylı yoldan canlı olarak stüdyoya taşımaktadır:

“Program sırasında aklınıza gelmeyecek isimlerden mesajlar geliyor. Oradan besleniyorum. Çok ciddi haber kaynaklarından haber akıyor. Ben diyorum ki ‘bana şu bilgi geldi vs’. Cep telefonlarıyla beslenmek programı çok besleyen bir şey. Biriyle ilgili bir şey söylüyorum küt mesaj geliyor ‘bu şöyle biridir’ diye. (K.T. 9)

“Sosyal medyaya program sırasında bakıyorum. Mesajlara bakıyorum. Canlı yayında hata yapmak mümkün; çok ciddi düzeltmeler gelebiliyor. Örneğin Genelkurmay sözcüsü bazen mesaj atabiliyor, ama mesela örneğin Twitter’a bakmıyorum, insanın morali bozulabiliyor”. (K.T. 3)

Sosyal medyaya bakmamaya çalışıyorum ama açıkçası eşim ve güvendiğim birkaç arkadaştan gelen mesajı görebilmek için de açık tutuyorum. Yerinde ve zamanında müdahaleler olabiliyor; orada yani bir hatırlatıcı bilgi ya da bir uyarı şöyle yapabilirsin gibi, taktik alma...” (K.T. 8)

Kendisinin program sırasında sosyal medya ya da mesaj servisleri kullanmadığını söyleyen bir kanaat teknisyeni, diğer konuklarda akıllı telefon kullanımını son dönemde katıldığı programlarda yaygın olarak gözlemlediğini belirtmektedir:

“... Bana olmuyor ama, çıkanlara oluyor. Böyle bir yardım var; onlara karşı ‘şunu da şöyle söyle, şöyle gelsin’ falan diye... Ama bunu, hükümetin danışmanları mı yapıyor? Başbakan mı yapıyor? Onun ekibi mi yapıyor? Eşi, arkadaşları mı yapıyor? O öyle bir şey; var, mesajlar geliyor...” (K.T. 10)

Bir diğer yaygın pratik ise kanaat teknisyenlerinin kendi ekran performanslarını yayın sırasında sosyal medya üzerinden ölçümlemesidir. Bu konuda başlıca kullanılan sosyal medya pkatformu, bir mikroblog uygulaması olan Twitter’dır:

“Çok baskı altında olmasa da, şeyi ‘check etmeye’ çalışıyorsun; ‘acaba başıma bir şey gelir mi?’, Hani ‘birisi manipüle etti mi?’... Çünkü ben ne dediğimi biliyorum ve dediğimin arkasındayım her zaman. Ama senin söylediğini farklı bir noktaya çekip, ‘bu herif de böyle konuşuyor’ diye manipüle edip, orada bir ‘trolleme’ ile karşı karşıya kaldım mı diye bakıyorum”. (K.T. 2)

“Diyelim ki şöyle bir cümle kullanmışım, onunla ilgili yazıda yazıldı hatırladığım için söylüyorum: “Ya kardeşim PKK’ya Kürtlerin, ‘bu yaptığın insanlığa sığar mı allah aşkına? demesi gerekiyor’; fakat bunun ardından gelen cümlelerim var: ‘Ya bu PKK’nın yaptığı vahşiliktir, şiddet politikasıdır’... Buraya kadarkini duymamış, bundan öncekini haber yapıyorlar. (...) PKK’ya dedi ki; ‘allah aşkına yapma’... O anda, oradan gördüğünüz için, anında sosyal medya şey yapıyor ve onun üzerine tekrar baştan alıyorsun... Oraya cevap verme niyetiyle değil ama kendini yeniden izah etme ihtiyacı... sosyal medyanın böyle bir şeyi var”. (E.K.2)

Benzeri bir süreç, haber programlarının mutfağında çalışan medya çalışanları tarafından da işletilmektedir. Hem sunucular, hem de editör ve prodüktörler yayınlara ilgili yorum ve eleştirileri sosyal medya akışları üzerinden anı anına takip etmektedirler:

“Sosyal medya tepkilerini aynı anda takip ediyoruz. Yayın esnasında, rejideyken konukların isimlerini Twitter’dan aratırız. Birisi bir şey söylediğinde onunla ilgili etkileşim ne kadar çok artıyor, ya da karşıdaki programların konukları ve moderatörlerinin ‘twitter reytinglerine’ bakarız. ‘O anda ne söyleniyordu?’, ‘Ne

konuşuldu da yükseliyor?’, ‘O sırada konuk kimdi?’ ... Bu, önümüzdeki programlar için bize ışık tutuyor”. (P3)

4.6.8. “Oyunun” cazibesi: Kanaat Teknisyenlerinin “illusio”su

Medyanın insanları önemliymişçesine kamuoyuna sunarak, kutsama gücü vardır. Bunlar aslında medya kişilikleridir ve bunu kısa sürede maddi kârlara çevirebilirler. Ancak Champagne’in (2005, 58), bir “ticari tanıtım kampanyası” olarak adlandırdığı bu süreç, kısa ömürlüdür ve gazetecilerin bunun sürmesi için düzenli çalışma yapması gerekmektedir. Medyanın kimin önemli olup, olmadığı, neyin düşünmeye değer olup, olmadığı, yönündeki belirleyici gücü, gazeteciliğin uzun yıllarca biriken tarihi mirası üzerine kuruludur. Televizyonda görünürlük – aşağıda ele alınacak istisnâî durumlar dışında – farklı meslek gruplarındaki eyleyenler için, farklı çıkarlar barındırmaktadır. Öyle ki, bunun için kıyasıya bir mücadele söz konusudur. Medya çalışanları bu çabayı şöyle anlatmaktadırlar:

“... Bazen telefonla arkadaşları aracılığıyla beni buluyor. ‘Ben de bu konularda konuşabilirim’ diyor. Bazen mail atıyor, santralden arıyor. Bana 30 sayfalık CV atan bir kurmay albay oldu. ‘Kabul göldüğü takdirde, mülakata gelebilirim bile demişti’, onun hiç şansı yok mesela... Uzun süre aranmayıp da sonra arayanlar da çok mesela. Diyelim ki bir dönem çıkıyordu ekrana, arayıp ‘ya beni unuttunuz’ diyor. Milletvekili olanlar var, dekan olanlar var. Kimi zaman zaten arayıp ‘sayende’ derler. Avukat ve doktorlarda çok katkı oldu”. (P1)

“... Yazı gönderen oluyor mesela, yeni akademik bir yazı yazmış biz zaten o yazıyı biliyoruz ama yine de o bize bir daha ekstra gönderme ihtiyacı: ‘Böyle de bir yazım var, bu konu konuşulursa ben de buradayım’ diyen oluyor. Whatsapp’tan yazısını, haberini, gazetelerden haberini yollayan oluyor: ‘Musul’la ilgili bugün de bunu yazdım, belki işinize yarar’ falan diye... Hissediyorsunuz bu teması, bunların içinde gerçekten; ‘aa bakalım, güzel, anlamlı bir şey var’ diyeceğimiz de oluyor. ‘Ya çıkartmıyoruz bir kaç gündür, ondan oluyor’ dediğimiz de var. Bir de hiç tanımadığımız ve çıkmak için ısrarcı olan konuklar var. Beni şahsen Twitter’den, Instagram’den, her yerden ablukaya almış bir kaç hukukçu ve siyasetçi var. Habire ‘Nasılsınız, iyi misiniz?’ diye temas halindeyiz. Bizden oraya teklif gitmeyince, onlardan bize gelmeye başlıyor: ‘Bu arada, şöyle şöyle bir ceza hukuku meselesi olursa, ben de size yardımcı olabilirim’... Meselâ (...) kanalına çıkıyor, onun linkini yolluyor bana: ‘Bugün de (...) kanalında bilmem neyi yanıtladım’ falan diye... ‘Beni gör’ diyen konuklar var”. (M1)

“Bazen de konuklar beni buluyor. Bazen, kendileri, kendilerini öneriyorlar. Mesela, sosyal medyadan beni çok takip eden ve yayınlara çıkmak istediklerini söyleyen oluyor. Çok fazla mail alıyoruz; ‘beni de yayına alabilirsiniz’ diye. Ya da arkadaş aracılığıyla... Yani bize katılan biri, arkadaşını ‘benim şöyle bir arkadaşım var, çağırırsanız gelebilir, gelmek istiyor’ diye kendisi de önerebiliyor”. (P2)

“Örneğin (...) burada ekrana çıkıp, iki saat, tabiri caizse, iki saat, 70 milyona konuşuyor. Bu, satın alınamayacak bir şey. Yedi sülalesinin servetini koysa hangi kanalın ekranını iki saat tutabilir ki? Örneğin (...), iki eli kanda olsa hemen geliyor. Karısıyla kavga etmiştir, aile sorunları vardır; ama geliyor. Herkes tanıyor... Dolayısıyla onlar da ‘aman geleyim de halkımız gerçekleri öğrensın, (...) kanalını kıramıyorum’ değil, bazı menfaatler söz konusu”. (P3)

Ekranlarda boy gösteren kanaat teknisyenlerini güdüleyen tek nokta, ekonomik çıkar beklentisi değildir. Bourdieu, “çıkâr” kelimesini salt ekonomik anlamda kullanmamaktadır. Ona göre sermaye, yatırım, çıkâr gibi kavramları, ekonomik indirgemecilikten ayrı; her alanın yapısına göre özgül biçimde tanımlamak gerekmektedir. Ekonomik indirgemeciliğin kısıkacından kurtulmak için, bu bağlamda daha geniş anlamlar içeren “illusio” kavramını tercih etmektedir. Bourdieu’ye göre “illusio”; “kendini vermek, oyuna girmek ve oyuna kaptırmaktır. Çıkârı olmak (ilgilenmek) belirli bir toplumsal oyunun bir anlam taşıdığını, kazanılıp kaybedileceklerin önemli ve peşinde koşulmaya değer olduğunu kabul etmektir” (Bourdieu, 2007, 105). Gençliğinde bir rugby oyuncusu olan Pierre Bourdieu, alanların içindeki mücadeleyi oyun metaforuyla anlatmaktadır. Kaya’nın da belirttiği gibi (2016, 402), “alan belirlenmemiş ve kodlanmamış düzenliliklere sahipken, oyun belirli kuralların ve bilinçli bir yaratımın ürünüdür”. Toplumsal düzeni alan kavramı üzerinden çözümlemeye girişen Bourdieu, her alanın, “özgül bir çıkâr biçimini, oyunda kaybedilip, kazanılacakların değeri konusunda sözsüz bir kabul olarak ve alanı yöneten kurallara pratik hâkimiyet olarak özgün bir illusio’yu (alanın oynanmaya değer olduğu inancını) oluşturup harekete geçirdiğini” belirtmektedir (Bourdieu, 2007, 106). Dolayısıyla, (gazetecilik) alanına girenler, burada mücadeleye değer bir şey olduğu ortak kabulüyle hareket etmektedir (Kaya, 2016, 402).

Söz konusu olan sermaye birikimini artırmaksa, Bourdieu’cü bir yaklaşımla salt ekonomik değil ancak aynı zamanda kültürel, toplumsal ve simgesel sermayeyi de artırma arayışına odaklanmak gerekmektedir. Özel bir strateji niyeti taşımayan amaçların, aslında bir strateji olarak örgütlenmesinin kökeninde, bir eyleyenin habitusu (içselleştirilmiş yatkınlıkları) bulunmaktadır (Bourdieu, 1995, 73). Haber tartışma programlarına katılan, “oyuna dahil olmayı” isteyen ya da göze alan kanaat teknisyenlerinin beklentileri, salt ekonomik çıkâr değildir, aynı zamanda hem simgesel sermaye hem de “kalıcı bir ilişkiler ağına, kurumlaşmış tanıma ve tanınmalara sahip olmayı gerektiren” potansiyel kaynaklarını artırmayı da hedeflemektedirler. Kısacası farklı habituslara sahip kanaat teknisyeni rolündeki eyleyenler, farklı illusio’lara sahiptir:

“Bir kere ekrana çıkmak, akademi ortamında asimetrik bir güç sağlıyor size... Belki sizden çok daha iyi akademisyenler olabilir, ama siz biliniyorsunuz yani. Bu bir asimetrik güç, ama bunun içini doldurmak lazım. Bunu sürdüremezsiniz. İçi boş bir adam olmaz yani. O yüzden bir anlamda sizi daha iyi olmaya zorluyor... Ekran sayesinde üniversitedeki işimde çok fazla mesai harcamak zorunda değilim. Sürekli sabah 9 akşam 7 gitmek zorunda değilim. Çünkü benim patronum pazar günü de beni ekranda görüyor, ona göre ben şu an pazar günü çalışıyorum, gece de çalışıyorum ve üniversite için çalıştığımı düşünüyorum. Tabii üniversitenin adını çıkartıyorsun, böyle bir avantajı oldu... Okulda bir kere popüler hocasın. Çocuklar geliyor konuşmak istiyor. O güzel bir şey, hoşuna gidiyor, yani eşin de dostun da, berberin, gören insanlar, ‘hocam, hocam’ demeye başlıyor. Normalde öyle bir jargonu yokken, ben onu fark ettim, insanlar bana hocam demeye başladı sokakta”. (K.T. 2)

“Sokakta, çarşıda, pazarda tanınan bir adamım, orada sorun yok Türkiye'nin her yerinde tanınan bir adamım. Siyasi pozisyonumda bir değişiklik var mı? Bu sebeple bir değişiklik sezmiyorum. Hala daha, beş yıl önce de Ak Parti üyesiydim, şu anda da üyesiyim. Özel bir, partide görevim yok... Fakat böyle durumlarda şöyle bir yerdeyim ben; esas itibarıyla bir görev talep etmek, bir görevi bana paslamaları, yönlendirmeleri için kulis yapmak ve altyapı oluşturmak gibi bir eğilim ve beklenti içerisinde değilim, ama bunun dışında, sayın Cumhurbaşkanı ya da Başbakan çağırır, bana bir görev tevdi eder, bundan da kaçınmam”. (K.T. 5)

“Tanınırlığımı çok etkiledi. İş almışlığım da ekranlardan dolayı vardır. Gelmişlerdir... Tanınmışlığın ya da meşhur olmanın verdiği hazla ne kadar seni uyarsalar da ‘gidip, katılıp, bir şeyler anlatayım, işte popülaritemi ayakta tutayım, yoksa hakikaten bir şey anlatayım’ bazen oluyor. ‘Ya bu konuda beni çağırırsalar da çıksam, çünkü biliyorum, bildiğimi anlatayım’ dediğim oluyor”. (K.T. 7)

“Bir yere gittiğin zaman insanlar biliyor ve işini kolaylaştırıyor... Haber için gitmişsen, ‘ben şuyum’ diye anlatmana gerek olmuyor, insanlar seni zaten biliyor, ama normal bir hayatını yaşamaya kalkarken de birileri gelip sana olur olmaz yerde soru soruyor falan”. (E.K. 4)

“Ekran tanınmışlığı, özellikle akademi çatısındaki çalışmalarında çok işime yarıyor artık. Daha önce erişemeyeceğim, zor erişeceğim isimlere erişme şansı tanıdı mesela bana”. (K.T. 1)

“Bir medya çağında yaşıyoruz ve siz egemen kanallar tarafından, egemen ideolojiler, okul, sermaye gibi kurumlar tarafından desteklenmiyorsanız; aksine görmezden geliniyorsanız, sizin tanınırlığınız giderek, kaçınılmaz olarak yeni nesiller nezdinde azalıyor. Bu anlamda, (...) kanalının tanınırlığa katkı yapmak gibi artı bir katkısı olduğunu ben sokakta hissediyorum (K.T. 6).

Özellikle gazeteci/köşe yazarı kanaat teknisyenleri, ekranın yazılı mecradan çok daha geniş tanınırlık sağladığı ve etkili olduğu konusunda hemfikirdirler. Ancak bu bazen ters de tepmektedir. Özellikle muhalif görüşleri seslendirenler, konjonktürel olarak görünürlüğün olumsuz yönlerinin ağır bastığı düşüncesindedir:

“Son dönemde, 2000’lerden sonra, bu televizyonlar, özellikle bu Ak Parti iktidarı ile birlikte, gazeteler giderek etkisizleşti, yerini televizyonlar aldı. Televizyonda görünürlük var; ne dediğinden çok yüz daha fazla... %90’ı Türkiye, artık okuyan yazan bir ülke değil. Dışarıda, ‘abi seni televizyonda izledik, böyleydi falan’... Çok az çıkıyor, ‘okuduğumda şöyleydi’ diyen. Genelde hep televizyonda izlemiş filan”. (K.T. 10).

“Zaten yazı da biraz gölgede kaldı. O daha ani, hızlı, herkesin görebilir bir alan olduğu için, yazılarım gölgede kaldı. Hatta böyle ekranda söylediklerimi herkes şimdi daha iyi hatırlıyor. Ama yazdığım, çizdiğim şeyleri, herkes, her gün takip edecek değil. Ama bence önemli dönemeçlerde yaptığım şeyler, takındığım tutumlar pek akıllarda kalmadı... Gazetecilik yapacak imkân kalmadığı için, yazarlığa atladım. Kayıp şöyle bir şey olabilir, ekranda devam ediyor olsaydım; yazılarımı 200-300 bin kişi okuyor, o zaman, belki milyonlar okuyor olacaktı. (E.K.2)

“Benim hükümeti, iktidarı, rejimi eleştirmem orada ve açıkça söylemem gerekirse tartışmalardan sürekli ve genellikle galip çıkmam neticesinde, bundan rahatsız oldular. Kendi yazarlarının televizyondaki başarılı performansından rahatsız oldular. Zaten program başarılı olmasaydı sürmezdi, sürdü; 1,5 yıl sürdü. Neticede çünkü şunu biliyor iktidar, o kadar da aptal değiller yani; Türkiye’de halkın temel kaynağı, argüman kaynağı, kanaat kaynağı, kanaat oluşturma kaynağı diyelim bence en doğrusu; o televizyon olduğunu biliyorlar, dolayısıyla benim yazılarıma televizyonda söylediklerim kadar tepki göstermediler hiçbir zaman”. (E.K.1)

“Bana ‘çıkma’ diyenler de ailem özellikle başta ve yakın arkadaşlarım, ‘hedef haline geliyorsun’ diyorlar. Aslında, çok tehlikeli şeyi de var oranın. Hrant Dink cinayeti ile ilgili araştırma yaparken Hrant Dink’in yoğun polis ve istihbarat takibine alınmasının en önemli nedeni, televizyonlara çıkmaya başlamış olması olarak geçiyor. Bir emniyet istihbaratçı, çok doğrudan bunu söylüyordu. Soruluyordu: ‘Niye takip ediyorsunuz siz Hrant Dink’i?’, ‘Ya televizyonlara çıktığı için’... Yani bize, hepimizin telefonları dinleniyordu falan ama televizyona çıkmaya, görünür olmaya başladığın andan itibaren, o takibin çok yoğunlaştığını biliyorum; yani Hrant Dink dosyasından biliyorum. Devletin tarzı da budur. Daha çok insana seslenmeye başlıyorsan, etki alanı oluşturmaya başlıyorsan, bu çok tehlikeli, çok riskli bir şey. Orada sarf ettiğin görüşlerden ötürü, anlık bir lince maruz kaldığında Tahir Elçi’nin sonu ortada, ya da Nedim Şener’in tutuklanmadan önce televizyonlara çıkmasının çok etkisi var. Mesela Nedim’in bahtsızlığı şöyle oldu herhalde; ben de Ramazan Akyürek’i ve o ekibi suçlayan kitap yazdım, Nedim de yazdı. Nedim çok çıktığı için Nedim hedef oldu, tutuklandı. O görünürlüğü Türkiye’de bedeli ün, mesleki kariyer olmaktan ziyade, özellikle bizim açımızdan, hele bu ortamda, çok ciddi bir tehlike. Bir de tabi başka tehlikeler de barındırıyor. Yüzünüz falan çok bilinir hala geliyor ve bu beni çok şaşırtıyor. Olmadık yerde, olmadık insanlar tanıyor falan... Bazı insanlar da, herkes sempati ile yaklaşmıyor tabii. Örneğin ben AKP mitingine ya da MHP mitingine falan ya da kurultayına gitsem, çekinerek gidiyorum”. (K.T. 8)

“Ekranaya çıkınca, ekranda bir şey söylediğin zaman, iktidar tarafından patrona daha çok baskı yapıldığına şahit olduk biz de”. (K.T. 10)

Habitus, tarihi bir birikimin ürünüdür. Genel geçerli kabul; milyonlara seslenen bir kitle iletişim ortamında görüşüne başvurulmuş uzman kişi olmak iyidir şeklinde olabilir. Ancak son dönemde ana akımın yaşadığı itibar kaybıyla birlikte bu tarihsel ön kabul kırılmaya uğramakta ve farklı eyleyenler farklı stratejiler geliştirmektedirler. Bourdieu’ye göre (2007, 104), kayıtsız olmak “oyunun” motive etmemesidir. Yukarıda aktarılan tehdit algısı ve ana akımın itibar kaybı, özellikle muhalif söylemdeki birçok ismin, ana akım televizyon kanalları tarafından dışlanmasalar da, kayıtsızlığı, bir “oyun stratejisi” olarak benimsediklerini ortaya koymaktadır. Bir üst düzey medya çalışanı bu durumu şöyle değerlendirmektedir:

“Herkes marka bir şekilde ve insanlar garip bir işletme gibi kendilerini marka olarak görüyorlar ve o markayı yönetiyorlar... Aslında bu markalar, kendi markalarını yönetirken bir tercihte bulunuyorlar... Bu aktörlerin hepsi bu kadrajı biliyor. Ve o kadrajın içinde olmanın da bir bedeli var, dışında olmanın da bir bedeli var, ve bir tercih yapıyorlar. Bu tercihi yaparken kimisi politik saiklerle, kimisi ahlaki saiklerle, kimisi mensup olduğu sosyal çevrenin baskısıyla, gönlü başka türlü, pratiği başka türlü oluyor... Ama nihayetinde herkes bir tercih yapıyor burada. Kimisi ise belli bir konjonktürde bu tercihi yapmanın bir avantaj olduğunu düşünerek, para yatırır gibi faize, bunun gelecekte kendisine dönüşü olacağını düşünerek bu konjonktürde orada olmayı, durmanın tercih edilmesinin bir dönüşü olacağını varsayarak, kadrajın dışında kalıyor. Bu anlamıyla, her öznenin kadrajın içinde kalmakla, dışında kalmak gibi bilinçli bir tercih yapıyor olmasından kaynaklı da şöyle bir şey olmuyor; ‘Ya beni niye çağırılmıyorsunuz?’, diye sormuyor. O kadar emin ki kadrajın dışına bir tercihle çıktığından... O da orada olmamayı sorun etmiyor, bunu tartışmaya açmıyor bundan yakınmıyor bile. Onun içinde belki cümlesi çok fazla kurulmamış ama herkesin mutabık herkesinde birbirini gayet anladığı bir konjonktür.. Şu da var ki; nihayetinde bütün medya kuruluşarı bir zemin, bu zeminler olacak. Bu zeminler olacağı için o konjonktür değiştiğinde, o kadraj da değiştiğinde kadraja yeni girenler demeyecek ki ‘biz eskiden burada değildik’... Hiçbir şey yaşanmamış gibi oradan devam edecek hayat. Dışında kalanlar da, niye dışında kaldıklarını sorgulamayacaklar çünkü niçin dışında kaldıklarını biliyor olacaklar, o da bir tercih olacak. Sonuçta marka yönetmek bu işin profesyonel kısmı... Bazı insanlar hakikaten vicdanı, politik duruşu vs. böyle bir tercih yapıyor. Zaten en hesapsız olanlar da onlar. En hesapsız haliyle bunu yapanlar da ama bunu sorgulamıyor çünkü bunu biliyor”. (M2)

4.7. Gündemi yeniden üreten bir “araç” olarak haber tartışma programları

Bu noktada bir kez daha, Umberto Eco’nun “Sıfır Sayı” adlı romanında, asla çıkmayacak bir gazete için çalışan habercilerin bulunduğu o “hayali” haber merkezine gitmekte ve romanın kahramanı gazeteciler arasındaki sohbete kulak kabartmakta fayda vardır: Simei, Colonna’ya şöyle söyler: “Gazetede neyin yer alacağını belirlemek için, öteki gazetecilerin ifadesiyle ajandayı (gündemi) tespit etmek gerekir. Haber denen şeyden bu dünyada çok fazla var, ama neden Bergamo’da bir kaza olduğunu söylerken, Messina’da bir başkasının olduğunu görmezden geliyoruz? Gazeteyi yapan haber değil, haberi yapan gazetedir. Dört farklı haberi bir araya getirmeyi bilmek demek, okura beşinci bir haber önermek anlamına gelir” (Eco, 2015, 53).

“Gündem, bir zaman diliminde, önem hiyerarşisine göre aktarılan konular grubudur” ve sorunların gündem haline gelebilmesi için medyada ele alınmaları gerekmektedir (Dearing ve James, 1996, 2). Gündem belirleme çalışmaları üç ana başlığa odaklanmaktadır; medya gündemi, siyaset gündemi ve kamuoyu gündemi. Gündem belirleme üzerine iletişim alanında yürütülen yüzlerce farklı çalışma, ağırlıklı olarak, bu üç düzlemin birbirleri üzerindeki etkilerini anlamak ve ölçmek

üzerine tasarlanmıştır. Gündemi belirleyen siyasetçiler mi, yoksa gazeteciler midir? Kamuoyunun gündemin belirlenmesindeki rolü ne kadardır? Bu sorulara farklı yanıtlar verilmektedir. Cecil Bernard Cohen, 1963'te Amerikan basını ve dış politika üzerine yazdığı kitapta, basının insanlara “ne düşüneceklerini” söylemede çoğu zaman başarısız olsa bile “ne hakkında düşünecekleri” konusunda yönlendirmede başarılı olduğu saptaması yapmıştır (Cohen'den akt. Erdoğan ve Alemdar, 2005, 180). Iyengar ve Simon'a göre (1993, 367), gündemin belirlenmesi genellikle tek yönlüdür; haberciler kamuoyu (gündemi) üzerine etki yaratma gücüne sahipken, kamuoyunun televizyon haberciliği (gündemi) üzerine etkisi, bu denli güçlü değildir.

Maxwell McCombs ile Donald Shaw, gündem belirleme çalışmalarının klasiği haline gelen makalelerini, 1968 yılında, ABD'deki başkanlık seçimleri sürecinde, medyanın seçmen tercihlerini ne ölçüde etkilediği yönünde, Kuzey Carolina eyaleti Chapel Hill kentinde yaptıkları bir araştırmanın sonunda kaleme almışlardır. Yaptıkları çalışma sonucu ulaştıkları bulgular çerçevesinde, medyanın siyaset konusunda seçmenlerin birincil bilgi kaynağı olduğunu, gazetecilerin gündemleriyle, seçmenlerin gündemlerinin örtüştüğünü ve medyanın ikna etme kabiliyeti olduğunu saptamışlardır (McCombs, ve Shaw, 1972, 185). Medyanın gündeminin belirlenmesinde siyasetin ve siyasetçilerin oynadığı role ilişkin yapılan farklı çalışmalar çerçevesinde, araştırmanın yürütüldüğü coğrafya ve dönemdeki iktidar-medya ilişkileri özelinde farklı sonuçlara ulaşmak mümkün olsa da siyasetin medya gündemini belirlemedeki açık etkisi gözardı edilemeyecek ölçüde ortadadır. Cobb ve Elder'a göre “gündemin bekçileri” en az haberciler kadar siyasetçilerdir de. Bir konunun gündem haline gelmesi için, “gündemin bekçisi” konumdaki karar alıcıların desteğine sahip olması gerekmektedir. Siyasi liderler gündem oluşturma sürecinin etkin katılımcılarıdır ve siyaset alanının meşru addetmediği konuların da gündem haline gelmesi oldukça zordur (Cobb ve Elder, 1971, 910). Mathes ve Pfetsch'e göre (1991, 34), haber değeri taşıyan önemli olaylar dışında gündemi belirleyenler siyasi kişi ve kuruluşlar ile güçlü çıkar/lobi gruplarıdır ve bu yapılar kendi önemli gördükleri konuların kamuoyu gündeminde yer alması için kıyasıya bir mücadele içindedir. Medya bu süreçte, bir filtre görevi görür ya da çarpan etkisi yaratır ve gündem belirleme sürecinin etkin katılımcısı olur. Karen Siune ve Ole Borre, 1975 yılında Danimarka seçimleri üzerine yürüttükleri kapsamlı bir çalışma sonrasında medyada yer alan gündem maddelerinin aslında halkın gündemindeki

değil, siyasetçilerin gündemindeki konular olduğunu açıkça saptamışlardır (Siuna ve Borre, 1975, 72). Gadi Wolfsfeld, gündem kavramını daha geniş bir kavram dizisiyle ikâme etmektedir: “Siyasal dalgalar”. Ona göre, siyasal dalgalar, “siyaset alanında bir konuya ya da olaya, kamuoyunun aniden artan ilgisi ile ortaya çıkan hızlı ve dikkat çeken değişimlerdir” ve siyasetin gündeminde en az birkaç gün, en üst seviyede yer alırlar. Wolfsfeld, medyanın bu dalgaları tanımlama ve büyütme konusunda bir faktör olmasına rağmen, çoğunlukla bunların ortaya çıkmasında bir rol oynamadığını belirtmektedir. Yine de bir konunun medyada ön sıralarda ne kadar görünür olduğu, dalganın büyüklüğünü belirleyecektir (Wolfsfeld, 2005, 227). Dalgalanmayı yaratanlar siyasi iktidar sahipleri olsalar da medya da böylesi bir süreçte izleyici/okuyucu sayısını (ve dolayısıyla kârlılığını) artırma motivasyonu ile hızla dahil olur ve dalganın büyümesine, boyutuna ve ne zaman sönümleneceği kararına aktif bir şekilde katılmaktadır.

Bu çalışma çerçevesinde her üç kanaldan on medya çalışanıyla (haber / program müdürü, sunucu / moderatör, editör, prodüktör / konuk koordinatörü) yapılan mülakatlarda siyasetin gündemi belirlemedeki etkisi hakkında dikkat çekici bir sonuç ortaya çıkmıştır. Bu on çalışandan, sekizi, gündemi belirleyen odağı “Ankara”, “siyasetçiler”, “Cumhurbaşkanı”, “Erdoğan” şeklinde aktarmışlardır. Dört farklı çalışan “gündemin peşinden gidiyoruz / koşuyoruz” ifadesini kullanmayı tercih etmiştir. Yapılan mülakatlardan ilgili bölümlerin alt alta alıntılanması bu çarpıcı tabloyu aktarmak için önemlidir:

“Kendi kendimize bir gündem yaratacak ne enerjimiz, ne vaktimiz, ne insan kaynağımız, işin açıkçası, kalmıyor. Çünkü zaten gündemin normal ‘cover etmemiz’ gereken bir sürü şeyi var ve yoğun akan bir gündem var. Haber merkezlerinin durumu ortada. Çok az insanla, çok iş yapmaya çalışıyoruz. Programlar özelinde de neticede tabii bu programlar için oturup toplantı yaptığımızda, ‘akşam ne konuşacağız?’ dediğimizde, eğer o gün MHP başkanlık ile ilgili açıklama yaptıysa, sen bunun peşine takılmak zorundasın. Hani ben kendi kendime, ‘dur ben kadına karşı şiddet yapayım’ demezsin, gündem bu. Dolayısıyla da her gün de böyle bizi peşine takan önemli şeyler olduğu için, ister istemez biz yaratılmış gündemin peşine takılarak gitmek zorunda kalıyoruz. Ama azıcık bir boşluk bulduğumuzda, yani diyelim ki başkanlık sistemi bir hafta, on gün tartışıldı yeni de bir şey, orada da biz kafamızı o suyun içerisinde çıkarıp kendi önem verdiğimiz şeylere göre ekstra bir gündem yaratmaya çalışıyoruz. Ama belki şu oluyor olabilir; gündemin peşine takılıyoruz ama akşam programlarında konukların söylediği şeyler gündemi de değiştirebiliyor. Yani başkanlık sistemi için tartışmaya çağırdığımız adam öyle bir şey söylüyor ki biz akşam Ak Parti içindeki Fetö’cülerini konuşmaya başlamış ve ertesi gün bütün internet siteleri bunu manşet yapmış olabiliyor. Ama işin aslı, realitesi, gündem çok yoğun aktığı için biz akan gündemin peşinden gitmek zorunda kalıyoruz”. (M1)

“Belirlenen gündemin peşinden gidiyoruz. Hatta mümkünse, önce gazetelerin yapmasını bekliyoruz. Ya da bizden önce bir kanalın yapmış olması işimize gidiyor. Çünkü bize 'neden bu konuyu yaptınız?' dendiğinde, 'ama bizden önce onlar da yaptı, onlara soruyor musunuz?' diyebiliyoruz”. (P1)

“Bazen gündemi biz oluşturabiliyoruz. Aslında biz kendi gündemimizi oluşturmak istiyoruz ama Ankara’da birden grup toplantısında Devlet Bahçeli “başkanlığı destekliyoruz” sinyali verince, ister istemez siyaset gündemi belirlemiş oluyor. En son ne zaman gündem belirledim? Liderlerle konuştuğumuzda oluyordu ama genellikle gündemin arkasına takılıp gidiyoruz”. (S3)

“Nihayetinde son cümle şu: Gündem bizi belirliyor. Gündemi belirleyen aktörler belli. Çünkü biz ağırlıkla siyaset konuştuğumuz için, siyaset dışına çıkmıyor muyuz? Tabii ki de çıkıyoruz. Sağlık da konuşabiliyoruz, sağlıklı beslenme de konuşabiliyoruz, bilim ve teknoloji de olabiliyor yaptığımız bir masa. Ama bu nadir olan bir şey ama onu bile yapmak nihayetinde gündemle ilişkili bir şekilde oluyor... Kriter burada şu; bir haber kanalı formatını kendine biçtiğin için gündemde taca çıkmama zorunluluğun var. O anlamıyla gündemin içerisinde kalarak reyting almak. Siyasi parti politik aktörler içerisinde tabii ki hiyerarşik olarak Cumhurbaşkanı ve Başbakan önemli. Bir de vakaların kendisi önem belirliyor. Bomba patladı, şiddetli bir çatışma, darbe girişimi, sınır ötesi operasyon oldu vs. vakaların kendisi belirliyor gündemi, hepimizi oraya doğru sürüklüyor yaşanan vaka. Vakaların dışında da tartışmayı yaratanlarda hiyerarşik olarak mesela şu; muhalefet lideri değil o. Muhalefet lideri ancak şu şekilde belirleyebiliyor; Bahçeli'nin yaptığı açıklama gibi bir açıklama olursa (başkanlık sistemi tasarısına destek –C.E.) o da gündemi belirliyor ama onun dolayımı yine aslında Cumhurbaşkanı ile aynı paradigmanın içerisinde...” (M2)

“Genellikle gündem hep Ankara kaynaklı olur. Konu ne zaman biraz Ankara'nın gündemine giriyor, ya da halkın gündemine giriyor, ancak o zaman ‘prime time’ın gündemine giriyor. Örneğin BirGün gazetesinde belki hükümeti de zor durumda bırakabilecek önemli bir haber var. Bunu tutup da 'vay ne kadar önemli bu haber, büyük bir gazetecilik başarısı' diye bunu yapmaya, öyle bir cesaret yok...” (P3)

“Ben mesleğe başladığımdan beri gündemi Recep Tayyip Erdoğan belirliyor. Erdoğan gündem değiştirmekte usta bir isim. Başka gündemler de oluyor ama ağırlıkla Erdoğan baskın ve ‘dominant’ bir figür. Biz gündemi ne kadar belirliyoruz gazeteciler olarak? Bir şekilde toplumun bazı şeylere refleksi var. Örneğin insanlar ölürken, o insanlara barış süreci haberi yapamazsınız. Silahlar sussun ki insanlara barış sürecini anlatamıyorsunuz. Doğal olarak çoğunlukla gündem Ankara'dan belirleniyor. Politika şekillendiriyor gündemi. Örneğin Taraf gazetesi örneği. Balyoz Ergenekon planlarını veriyordu. Ardından ertesi gün tüm gazeteler ve kanallar yapıyordu. Ama burada şu var; eğer hükümetin o kadar güçlü desteği olmasaydı, diğer gazeteler üstüne öyle atlayabilir miydi? Yine gündem Ankara'ya göre belirleniyor. Arkasında güçlü politik destek bulmayan konular çok da destek bulamıyor. Gündem yaratmak için gündem dışı isimleri çıkarmak lazım. Örneğin Selahattin Demirtaş'ı çıkarıp koyabilir misiniz? Koyabiliyor musunuz? Hayır. E o zaman bu cüzi iradeyle gündem yaratamazsınız”. (E1)

“Ankara'da yapılan açıklamalar belirliyor. Halkın hiçbir inisiyatifi olduğunu düşünmüyorum. Aksine halkın gündeminin bizimkinden çok daha farklı olduğunu düşünüyorum. Ama tartışma programlarında o konular çok gündeme gelemiyor”. (S2)

“Doğrusu belirlenmiş, hükümetin belirlediği gündemin peşinden koşuyoruz sıklıkla. Çünkü öyle bir belirliyor ki bütün dengeleri alt üst ettiği zaman onun peşinden gitmek zorunda kalıyoruz. Maalesef başkanlık sisteminin bu kadar yoğun tartışıldığı, ya da Musul'a girelim mi, girmeyelim mi tartışmalarının sıcak olduğu günde, biz dönüp de ‘kadın cinayetlerini ön plana alalım ve onu tartışalım’ diyemiyoruz. Ama en azından gündemi iktidar belirlese de 'bir dakika pardon başka insanlar ne diyor?' diye nefes alanı açmaya hala çalışıyorum. Bunu yapabilme

oranım çok düşük seviyeye geldi. Muhalefetin sesi CHP'ye indirgenmiş durumda". (S1)

"Gün içinde gazetelerden gelen yeni bilgiler, internette dolaşan yeni bilgilerle o konular değişebiliyor... Gazetelerden etkileniyoruz. Halâ gazeteler bizi etkiliyor. Onlara bakıyoruz Ana akım gazeteler, amiral gemileri. Onların gündemi belirleme etkisi halâ güçlü. (E2)

Yukarıda sıralanan alıntılarda da açıkça görülebileceği gibi, devlet yetkililerinin eylemleri, verdikleri mülakatlar, basın toplantıları vs. önemli bir gündem ve "olayların aşamalı düzeninini" belirleme noktasında onlara olağanüstü bir simgesel iktidar sağlamaktadır (Bourdieu, 2000, 79). Bourdieu, hükümet gibi erklerin, salt ekonomik zorlamalar aracılığıyla değil, aynı zamanda resmi kaynaklar tarafından sağlanan meşru enformasyon tekeli olmaları sayesinde gazetecilik alanında bir baskı mekanizması oluşturduklarını belirtmektedir. Böylesi bir tekel, hükümet yetkililerinin yanı sıra polise, yargıya, bilimsel yetkililere vs. gazetecilere karşı kullanabilecekleri "silahları" sağlar.

Gazetecilerin, sokaktan ve vatandaştan uzaklaşmaya başlaması ve üst düzey yetkililerin sürekli olarak izlenmesi genellikle gündemin yetkililer için önemli olan konularla doldurulmasına yol açar. Gündemdeki konularla ilgili kamuoyu yoklamaları, ya da nabız çalışmaları da yanıltıcıdır çünkü genellikle yürütülen bu araştırmalar zaten hali hazırda gündemde olan konular hakkında vatandaşların görüşünü almak üzerine odaklanmıştır (Gans, 2003, 48). Haberciliğin ticarileşmesiyle birlikte, medyada farklı yayın ortaklarının aynı gündemin peşine takılıp gittiği "sürü gazeteciliğine" yönelim de artmıştır. Bir konu, bir kuruluş tarafından haberleştirildiğinde, diğerleri de o konuyu ele alma zorunluluğu hissederler. McNair'e göre (2003, 68), bu, salt bir konunun nesnel olarak önem taşımasından değil, ancak aynı zamanda "sürüden" ayrılmanın o kurumun meşruiyetini sarsacağı yönündeki editoryal algıyla da ilgilidir. Medyada da kanaat önderi konumunda standart belirleyen ana akım kuruluşlar vardır. Görüşmelerde bir çok medya çalışanı hala ana akım standardı olarak Hürriyet gazetesinin alındığını belirtmişlerdir; bir konunun Hürriyet'in basılı nüshası ve/veya internet sitesinde haber olmasına haber kanallarında çalışan yönetici ve editörler – istisnaî durumlar hariç – kayıtsız kalamamaktadırlar. Yine benzer bir şekilde gündem olabilecek bir konuya karşı bu gazetenin sergilediği editoryal bir çekince, kanallardaki haber

yapıcılarının da bu olayın haber değerini ya da o konuda haber yapmanın siyasi risklerini sorgulamalarını beraberinde getirmektedir.

Medyanın (siyaset tarafından da güdülen) kendi “zaman çizelgesi”, gerçekte olan olayinkinden farklıdır ve farklı (ana akım) kurumlar arasında bu konuda bir uzlaşma görülür. Gündem belirleme üzerine yapılan çalışmalarda, ağırlıklı olarak eşik bekçilerinin (haber müdürleri, genel yayın yönetmenleri, editörler vs. –neyin haber olup olmadığına ve bir haberin gündeme ne boyut ve şekilde yansıtılacağına karar veren medya çalışanları) tercihleri üzerinde durulduğunu belirten Erdoğan ve Alemdar da (2005, 182-183), bu çalışmalar bağlamında, özellikle siyaset haberleri ve dış haberlerde, bu eşik bekçilerinin aynı konular üzerinde durduğu ve aynı haberleri yaptığının ortaya çıktığını belirtmektedirler. Tuchman’a göre habercilerin yeni olan (konu, görüş, yaklaşım vs.) ile ilgilenmemeleri mesleki meşrulaştırma mekanizmalarına dayanır; iş yoğunluğu, zamana karşı yarış, olgulara dayalı aktarımda bulunmak zorunluluğu gibi. Kolektif olarak işletilen “tipikleştirme” mekanizması kaynakların ve sınırlılıkların belirlenmesini dayatır ve eğer bir olay alışageldik bir şekilde çerçevelenemiyorsa ondan vazgeçme (ya da haber olarak görmeme) eğilimi ağır basar (Tuchman, 1978, 215). Mathes ve Pfetsch de (1991, 35), Almanya’da gazetecilerle yapılan kapsamlı bir araştırmanın, medyada gündem konusunda birbirinden etkilenmenin oldukça yaygın bir pratik olduğunu ortaya koyduğunu belirtmişlerdir.

Bu noktada gazete ve televizyonların (her ne kadar belirli bir düzeyde etkileşim içinde olsalar da) gündem belirleme biçimlerinin farkına da değinmek gerekmektedir. Berkowitz (1987, 512), televizyon ve gazetelerin habere yaklaşımlarını konu edindiği çalışmasında, televizyon gazetecilerinin rutin haber kaynaklarına ve haberleri oluştururken “uzmanlara” ve resmi yetkililere daha bağımlı olduğu bulgusuna erişmiştir. Bu biraz da televizyonun bir haber mecrası olarak üretim sürecinde gazeteye göre daha hantal bir yapı olmasının sonucudur. Televizyon haberciliği gerek (teknoloji, her ne kadar gereksinim duyulan cihazları oldukça küçük ve pratik hale getirse de) ekipman gerekliliği, gerekse de ekip çalışması (çoğu zaman en az bir kameraman, bir muhabir) gerektirmesi dolayısıyla gazete haberciliğine göre dezavantajlı durumdadır. Ayrıca, haber kanallarının her saat haber ekrana getirme yükümlülükleri üzerinde uzun saatler çalışılan haberler

yerine, daha kolay üretilip/tüketilen bir haber türünü televizyonlarda egemen kılmıştır. Üretimi kolaylaştıran en önemli faktörlerden biri “el altındaki” uzman ve yetkililere başvurmadır. Her ne kadar, televizyonların haber merkezlerinde çok sayıda gazete kökenli haberci çalışsa da, iki haber merkezi arasında farklı yaklaşımlar söz konusudur ve bu adeta bir kurumsal kültür haline gelmektedir. Dolayısıyla özellikle televizyonlardaki haber kuşaklarında gündem belirleyenler ağırlıklı olarak resmi yetkili ve yöneticiler olmaktadır.

Başlarda ana akımın ilgi göstermediği ya da mesafeli durduğu bazı gündem maddeleri, zaman içinde alternatif medya mecralarında ya da sosyal medyada ses getirip yankısını bir süre sonra ana akımda bulabilmektedir. Mathes ve Pfetsch’in “taşma etkisi” olarak adlandırdıkları süreç, üç aşamada gerçekleşmektedir: Birinci aşama olan “kuluçka” evresinde bir sorun henüz çoğu kişi ve kurumun dikkatini çekmese de ortaya çıkmıştır. Alternatif ve bağımsız medya kuruluşları bu aşamada devreye girebilirler. Ardından ikinci aşama; “hazırlık” süreci devreye girer, konunun alternatif kanallar tarafından ısrarlı takibi sonrası yavaş yavaş “taşma” başlar ve konu ana akımın da radarına girer. Son aşama olan “yükseliş”le birlikte farklı zaviyelerden birçok medya kuruluşunun konuya duyarsız kalamadığı bir noktaya gelinir. Konu gündem olur ve siyaset yapıcılarının da gündemine gelir. Bu noktadan bir süre sonra konu sönümlenmeye başlayacaktır (Mathes ve Pfetsch, 1991, 56-57). Bu çalışmanın yürütüldüğü dönemde, önceki bölümlerde ayrıntılı biçimde ele alındığı şekilde, Türkiye’de hâkim olan olağanüstü hal çerçevesinde ana akım medyanın geleneksel olarak çok güçlülükle maruz kaldığı bu taşma etkisine daha önceki dönemlere göre daha az açık olduğu da belirtilmelidir.

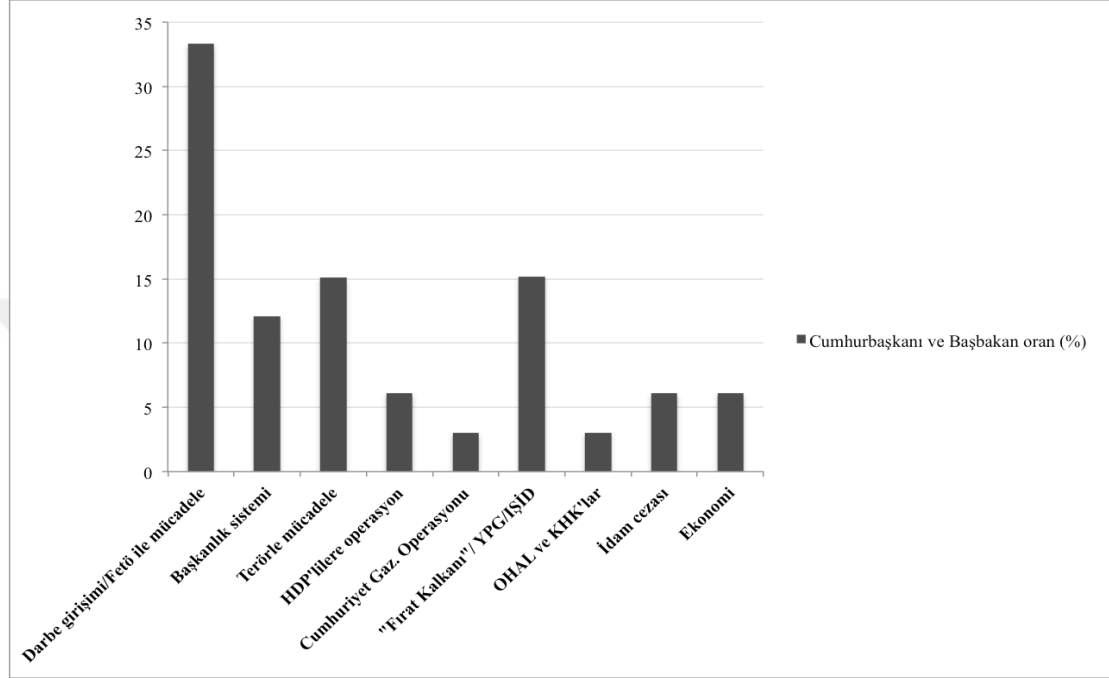
4.7.1. Siyasetin gündemi

Kanalların takibi ve programların izlemelerine dönük çalışmaların yürütüldüğü iki haftalık dönemde (24 Ekim - 4 Kasım 2016) siyasetin ana gündem maddesi, üç ay önce gerçekleşen 15 Temmuz darbe girişimi, Fethullahçı Terör Örgütü (FETÖ) olarak anılan Gülen Cemaati ile bağlantılı kişi ve odaklarla mücadeledir. Kürt sorununa ilişkin bir yılı aşkın bir süre önce sona eren “çözüm süreci” sonrasında ağırlıklı olarak Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerinde başlayan çatışma ve operasyonlar ile kentlerde düzenlenen saldırılar ve bunlara karşı alınan önlemler “terörle mücadele” başlığı altında liderlerin konuşmalarında yer

almakta, 24 Ağustos 2016 tarihinde başlayan ve Suriye'nin kuzeyindeki IŞİD ve YPG hedeflerine yönelik gerçekleştirilen Fırat Kalkanı harekâtı gündemdeki yerini korumaktadır. Ayrıca Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin 11 Ekim 2016 tarihinde partisinin Meclis'teki grup toplantısında, AKP'nin "başkanlık sistemi" tasarısına destek verebileceği yönündeki açıklamasıyla başlayan sistem değişikliği tartışması, Bahçeli'nin 25 Ekim tarihinde yine Meclis'te yaptığı bir basın toplantısındaki açıklamalarıyla bir üst noktaya taşınmıştır. Çalışmada egemen siyasetin gündemini saptamak üzere, iktidar hiyerarşisinin en üst basamaklarındaki isimlerin; Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile Başbakan Binali Yıldırım'ın, bahsi geçen iki haftalık süreçte yaptıkları konuşmaların Anadolu Ajansı tarafından abonelerine servis edilen "ham" haber metinleri üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Bu konuşma metinlerinde liderlerin değindikleri konu başlıkları, "Darbe girişimi / Fetö", "başkanlık sistemi", "terörle mücadele" (PKK'ya karşı kırsal alanda ve kentlerde yürütülen operasyonlar), "HDP'lilere operasyon" (belediye başkanları ve milletvekillerinin gözaltına alınmaları), "Fırat Kalkanı / YPG / IŞİD" (Türk Silahlı Kuvvetleri'nin sınır ötesi operasyonları ile Suriye ve Irak'ın kuzeyindeki gelişmeler), "OHAL ve KHK'lar" (ihraçlar, hak ihlalleri), "idam cezası" ('iktidar' bloğu olarak nitelendirilebilecek Erdoğan, Yıldırım ve Bahçeli tarafından gündeme taşınan idam cezasının yeniden yürürlüğe konmasıyla ilgili tartışma), "Cumhuriyet Gazetesi'ne operasyon" (Cumhuriyet Gazetesi yazar ve yöneticilerinin gözaltına alınması, basın özgürlüğü tartışmaları) ve "ekonomi" (ağırlıklı olarak Erdoğan tarafından getirilen yüksek faiz eleştirisi ve ekonomik dengelerin sağlam olduğu vurgusu) olarak sınıflandırılmıştır.

Kapsanan dönemde, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Anadolu Ajansı'na yansıyan dokuz konuşması/mesajı olmuştur: Birleşmiş Milletler kuruluş yıldönümü mesajı, muhtarlar toplantısı, gazi ve şehit yakınları atama töreni, Ankara yüksek hızlı tren garı açılış töreni, 29 Ekim bayramı resepsiyonu, İslâm İşbirliği Teşkilatı üyesi ülkelerin kalkınmasında kadınların rolü bakanlar konferansı, yaşayan insan hazineleri ödül töreni, El Cezire televizyon kanalına verilen mülakat, sermaye piyasaları kongresi. Yine aynı dönemde Başbakan Binali Yıldırım'ın Anadolu Ajansı'na yansıyan on konuşma/açıklama ve basın toplantısı olmuştur: Çankaya Köşkü basın merkezinde düzenlenen basın toplantısı, yatırım danışma konseyi toplantısı, Cuma namazı sonrası basın toplantısı, Ankara yüksek hızlı tren garı açılış

töreni, kan bağışı kampanyası destek etkinliği, AKP İstanbul İl Başkanlığı toplantısı, AKP TBMM grup toplantısı, Türkiye-Afrika ekonomi ve iş forumu, yaşayan insan hazineleri ödül töreni, 04.11.2016 tarihli basın toplantısı. Bu toplam 19 konuşmada Erdoğan ve Yıldırım'ın değindiği konu başlıklarının oranları aşağıdaki tabloda sergilenmektedir:



Şekil 4.4. 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Başbakan Yıldırım'ın gündemindeki konu başlıkları.

Çalışma kapsamında odaklanılan dönemde Cumhurbaşkanı Erdoğan ile Başbakan Yıldırım neredeyse bütün konuşmalarında, açıklamalarında ve mesajlarında yaklaşık üç ay önce gerçekleşen 15 Temmuz darbe girişimi ve “Fetö” ile mücadele konularını işlemişlerdir. O dönemde hala 15 Temmuz darbe girişimine ilişkin savcılıklar tarafından iddianame yazım süreçleri devam etmekte, TBMM çatısı altındaki darbe araştırma komisyonu çalışmalarını sürdürmektedir. Ancak uluslararası bir toplantı olan İslam İşbirliği Teşkilatı üyesi ülkelerin kalkınmasında kadınların rolü bakanlar konferansı, yaşayan insan hazineleri ödül töreni, yatırım danışma konseyi toplantısı, kan bağışı destek kampanyası, Türkiye-Afrika ekonomi ve iş forumu gibi toplantılarda 15 Temmuz darbe girişimi, Fethullah Gülen cemaatinin devlette yapılanması ve bununla mücadele gibi konuların her iki isim tarafından konuşmalarda öncelikli olarak konu edilmesi, gündem belirlemede bir öne çıkarma (*priming*) taktiği olarak anlaşılabilir. Tüm bu konuşmalar, televizyonlar tarafından kesintisiz olarak canlı yayınlanmakta, bunlarda verilen mesajlar

gazetelerin ilk sayfalarında yer almakta, ana akım haber internet sitelerinin gündeminde üst sıralarda sunulmaktadır.

Bir konu, medyanın ne kadar gündeminde kalırsa, bir siyasi figürün değerlendirilmesi o konuya (o alandaki performansına) bağlı olmaktadır. Iyengar ve Simon, 1993 yılında yürüttükleri bir çalışma bağlamında Körfez Savaşı'nın medyanın ana gündem maddesi haline gelmesiyle birlikte dönemin ABD Başkanı Bush'un kamuoyu nezdinde ekonomi alanında gösterdiği performans ile değil, bu savaşta sergilediği performans üzerinden değerlendirilmesini beraberinde getirdiğini ifade etmektedirler (Iyengar ve Simon, 1993, 368). Öne çıkarmanın periyodik bir biçimde zamana yayılmasının, çok daha yoğun ancak daha kısa sürede sönümlenen bir öne çıkarma “bombardımanına” göre daha etkili olduğu saptanmıştır (Iyengar ve Kinder, 1987, 72). 15 Temmuz ve “Fetö” ile mücadele, çalışmanın kapsadığı dönemde olduğu gibi çalışmaya ilişkin değerlendirmenin kaleme alındığı aylar boyunca da iktidarın ana gündem maddesi olarak birçok diğer konunun değerlendirilmesi için genel bir çerçeve olarak kurulmaya devam edecektir. Çerçeveleme (*framing*) kavramı ise bir sonraki bölümde daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır ancak bu bölümde de iktidarın gündemini değerlendirirken seçilen konu başlıkları ve yapılan vurguların tonunun siyasi sürecin anlamlandırılması ve kamuoyu ile medya tarafından nasıl okunacağını telkin edilmesi noktasında önemli çerçeveler oluşturulduğuna dikkat çekmek gerekmektedir.

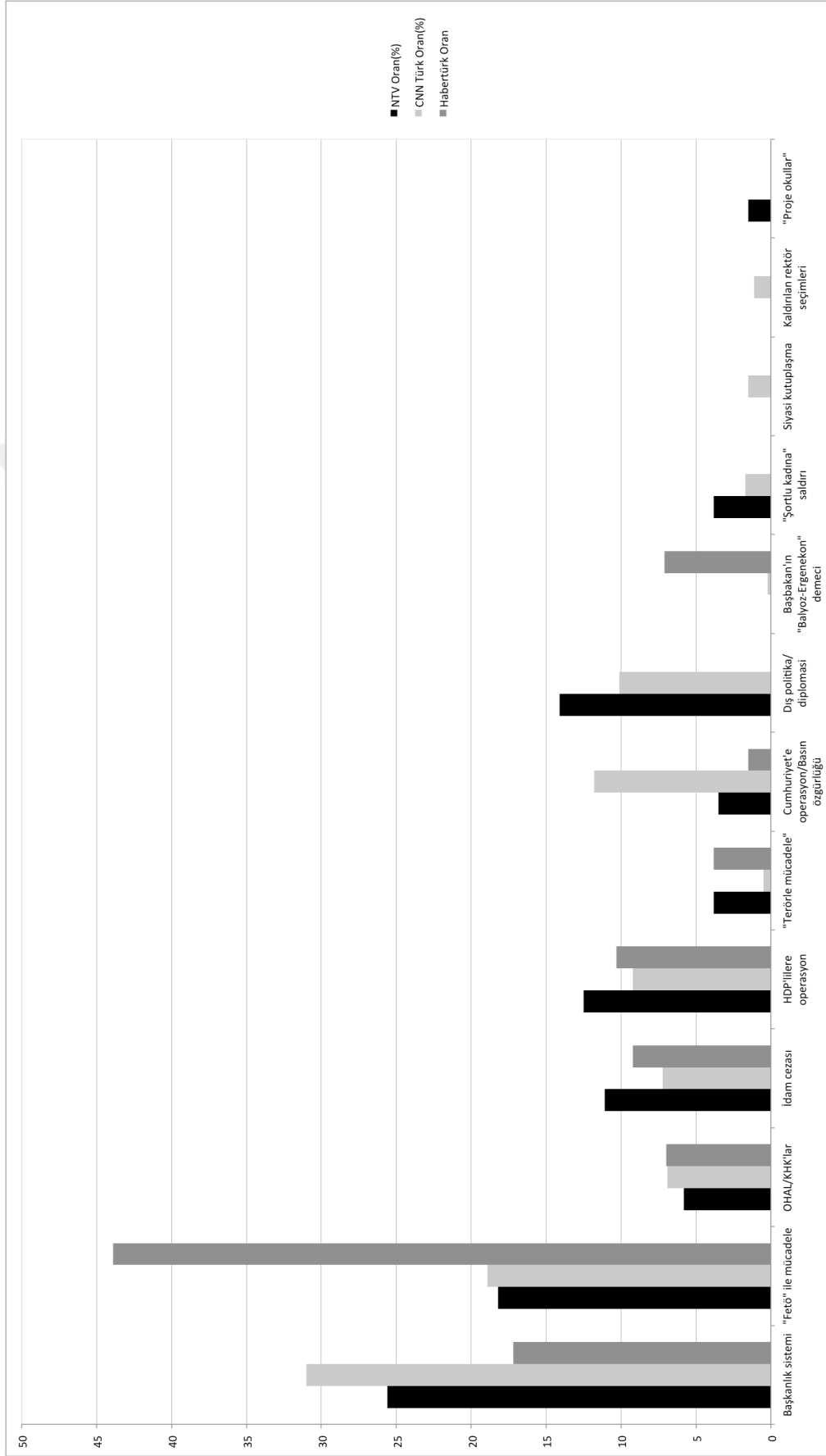
Destek peşindeki siyasetçiler birbirleri ve habercilerle çerçeveleri oluşturma konusunda kıyasıya rekabet halindedirler. Siyasi iktidarın tesisinde çerçeveler önemli role sahiptir ve bir metindeki çerçeve, iktidarın izdüşümüdür (Entman, 1993, 55). Böylece bir sorunun tanımlanmasından, o sorunun çözümü için önerilen reçetelere kadar “kabul edilebilir” olan söylemin sınırları da tarif edilmiş olmaktadır. Entman (1993, 52), çerçevelemenin bir seçme ve dikkat çekme süreci olduğunu belirtir ve çerçevelemeyle algılanan gerçekliğin bazı özelliklerinin seçildiğini ve metnin aktarılmasında daha çok öne çıkarıldığını, böylece, özel bir sorun tanımı, nedensel yorum, ahlaki değerlendirme ve/veya değerlendirme önerisi getirildiğini belirtir. Buna bir örnek, ABD'deki habercilik pratiklerinde geliştirilen “soğuk savaş çerçevesidir”. Bu bağlamda, diğer ülkelerdeki iç savaşların kaynağı olarak komünist isyancılar gösterilmekte, ahlaki değerlendirme çerçevesinde ateist saldırganlığa

vurgu yapılmakta, çözüm olarak da ABD'nin “diğer tarafa” desteği vurgulanmaktadır.

İncelenen dönemde, önce Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi eş başkanları HDP'li Gültan Kışanak ve Fırat Anlı, ardından partinin eş genel başkanları Selahattin Demirtaş ile Figen Yüksekdağ'ın da aralarında bulunduğu çok sayıda milletvekili gözaltına alınmıştır. Erdoğan ve Yıldırım'ın konuşmaları incelendiğinde, doğrudan bu operasyonları gündeme getirmek yerine, konuyu siyasi çerçevenin dışında, “terörle mücadele” vurgusunu ön plana çekerek değerlendirdikleri dikkat çekmektedir. Bu aşamada, ele alınan dönemde operasyon ve saldırılarda gerek güvenlik güçleri gerekse de siviller açısından –diğer birçok döneme kıyasla- yüksek can kayıplarının yaşanmadığını da not etmek gerekmektedir. 7 Haziran 2015 seçimleri sonrasında sona eren “çözüm süreci” sonrası dönemde iktidarın benimsediği “PKK'nın siyasi uzantısı HDP” anlayışı ve HDP'nin siyaset değil terör çerçevesine alınması süreci başkanlık sistemine geçilmesine dair bir referandumun (16 Nisan 2017 referandumu) telâffuz edilmeye başladığı dönemde de devam etmekte ve siyasetçilerin gözaltına alınmasının söylemsel meşruiyet zemini sağlanmaya çalışılmaktadır. Benzer şekilde, incelenen dönemde, 675 sayılı kanun hükmünde kararname ile, 77 üniversiteden toplam 1.262 akademisyen ihraç edilmiş, bir başka düzenlemeyle 195 silahlı kuvvetler mensubu ordudan ihraç edilmiş, 103 eğitim görevlisi hakkında gözaltı kararı verilmiş, Diyarbakır'da 193 sağlık çalışanı meslekten ihraç edilmiştir. Ancak liderlerin OHAL, KHK'lar ve hak ihlalleri iddialarına doğrudan değinmekten kaçındıkları, yaşanan süreci “15 Temmuz darbe girişimi” ve “Fetö ile mücadele” çerçevesi içinde değerlendirmeyi seçtikleri dikkat çekmektedir. Bu dönemde Cumhuriyet Gazetesi yazar ve yöneticilerine yapılan operasyon, tutuklu ve işsiz bırakılan gazeteciler ve basın özgürlüğü konusu ise yurt içinde düzenlenen eylem ve etkinlikler ile uluslararası alandan gelen tepki ve açıklamalara rağmen Erdoğan ve Yıldırım'ın gündeminde “başkanlık sistemi” ve “idam cezası” tartışmaları ölçüsünde dahi yer bulamamıştır. İktidarın gündem tercihinin –bazı nüanslar olmak kaydıyla – medyanın gündemini ne ölçüde belirlediği ise sonraki bölümde ele alınacaktır.

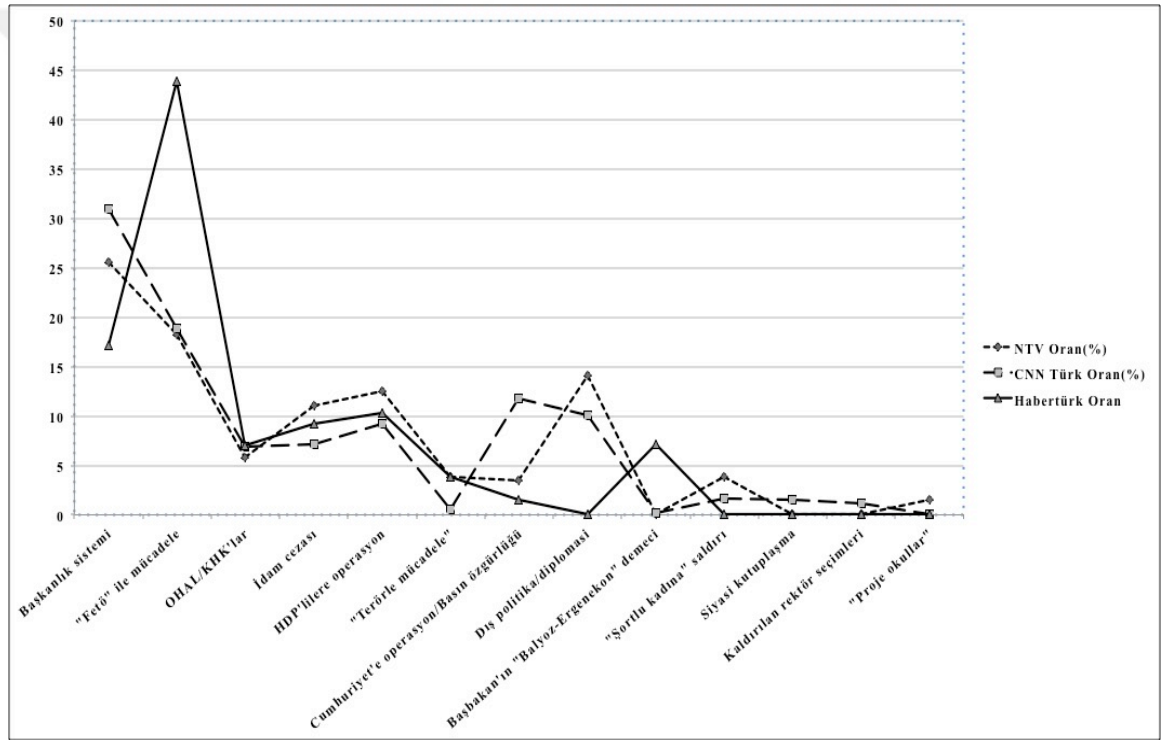
4.7.2. Medyanın gündemi

Gündem belirleme iki aşamada ele alınabilir. Birinci aşamada, medya kamuoyunun önüne başlıklar sunarken, ikinci aşamada (yine medya tarafından) bu başlıkların nasıl nitelendirileceği belirlenmektedir. İkinci aşamada devreye çerçeveleme (*framing*) girmektedir ve habercilerin bir konunun nasıl ve hangi nitelikleriyle ele alınacağı yönündeki yaklaşımları, bu çerçeveleri belirlemektedir (Ghanem, 1997, 4). Ancak farklı medya sistemlerinde bağımlılık dereceleri değişse de haberciler, çerçeveleri belirlerken, genellikle yer aldıkları kurumun gazetecilik alanını belirleyen hegemonya ile ilişkilerinin sınırları dışına çıkamamaktadırlar. Gamson ve Modigliani (1989, 3), kamusal söylemin birbiriyle etkileşim halindeki söylemlerden türetildiğini belirtirler ve gazetecilerin kendi düşünce ve dillerini, kaynakları dahil olmak üzere, çevrelerindeki söylemler bütününden devşirdiklerini ve bu şekilde, kendi çerçevelemelerini yaratarak izleyici/okuyuculara aktardıklarını vurgularlar. Dolayısıyla medya söylemi, hem içinden çıktığı kültür ortamının bir parçası, hem de onun yaratıcısı/belirleyicisidir. Bu çalışma kapsamında NTV, CNN Türk ve Habertürk televizyon kanallarında 27 farklı haber tartışma programının gündemi, programlarda seçilen ve tartışmaya açılan başlıklar çerçevesinde saptanmaya çalışılmış, bunun için de programın editörleri tarafından tartışma sırasında ekrana yansıtılan ve televizyon sektöründe çalışanların ifadeleriyle “spot” olarak anılan, ekrana bindirilen ve tartışmanın çerçevesini özetleyen yazıların ekranda kalma sürelerinden yararlanılmıştır. Şekil 4.4.’te her üç kanalda işlenen konuların tartışılma sürelerinin toplam program sürelerine oranları sergilenmektedir.



Şekil 4.5. 24 Ekim – 4 Kasım tarihleri arasında, üç haber kanalındaki tartışma programlarında ele alınan konular.

Şekil 4.3. (Erdoğan ve Yıldırım'ın “gündemleri”) ile Şekil 4.4.’teki veriler (üç haber kanalındaki tartışma programlarında ele alınan gündem maddeleri) karşılaştırıldığında “meşru” tartışma çerçevesinin büyük oranda benzeştiği dikkati çekmektedir. Her iki veri setinde de “darbe girişimi, ‘FETÖ’ ile mücadele” ve “başkanlık sistemi” gibi başlıklar önemli yer tutmakta, “HDP’lilere operasyon”, “Cumhuriyet Gazetesi operasyonu”, “OHAL ve KHK’lar çerçevesinde hak ihlalleri iddiaları” gibi konular, bu başlıkların gölgesinde kalmaktadır. Şekil 4.5.’te çalışma kapsamında incelenen tartışma programlarındaki gündem maddeleri kanallar arasındaki gündem ilişkisinin daha iyi anlaşılabilmesi için karşılaştırmalı olarak verilmektedir:



Şekil 4.6. 24 Ekim - 4 Kasım 2016 tarihlerini kapsayan dönemde üç haber kanalında ele alınan konular.

Yukarıdaki şekillerde de açıkça görülebileceği gibi, her üç kanaldaki tartışma programlarında ele alınan konular dikkat çekici oranda benzeştiği gibi, konuların işleniş sıklığı ve tekrar sayısı da birçok noktada benzeşmektedir. Habertürk'ün “Fetö ile mücadele” ve Başbakan Binali Yıldırım'ın Balyoz ve Ergenekon davaları hakkındaki demecini NTV ve CNN Türk'e göre daha uzun süre programlarının gündeminde tutması, hemşire Ayşegül Terzi'nin otobüste şiddete uğraması (ki bu olay medyanın büyük bir bölümü tarafından cinsiyetçi bir ifadeyle “şortlu kadına

saldırı” başlığı ile çerçevelenmiştir) ve dış politika, diplomasi konularına süre ayırmaması dikkat çeken farklardan bazılarıdır. NTV, diğer iki kanala göre dış politika ve diplomasi konularını işlemeye biraz daha fazla zaman ayırmış, CNN Türk, Cumhuriyet Gazetesi’ne düzenlenen operasyonu, gazeteci ve gazete yöneticilerinin göz altına alınmasını, basın özgürlüğü konusunu diğer iki kanala göre görece olarak daha çok işlemiştir. Bu farklılıklar dışında veriler bize dikkat çekici bir tek tip yayıncılıkla karşı karşıya olduğumuzu göstermektedir. “Ohal ve KHK’lardaki hak ihlâli iddiaları”, “HDP’lilere operasyon” gibi konular neredeyse eşit sürelerde ve düşük oranlarda ele alınmış, bu konuda iktidarın tutumuna benzer bir tutum izlenmiştir. Erdoğan ve Bahçeli’nin gündemde tuttuğu “idam cezası” tartışması medyada da paralel bir seviyede gündem olmuş, kanallar gazetecilik alanını sarsacak denli önemli Cumhuriyet Gazetesi operasyonuna, idam cezası tartışması kadar (toplam) süre ayırmamıştır.

Medya, bir konunun önemini vurgulamak için onu tekrar tekrar gündemin üst sırasında ele alır (Dearing ve James, 1996, 62). Tekrarlama, gündem oluşturma’nın önemli bir ögesidir ancak Türkiye’deki medya iklimi, bu bölümün başındaki mülakat alıntıları ile birlikte değerlendirildiğinde aynı başlıkların defalarca ele alınmasının, medyanın iktidarın çerçevelerine yüksek oranda angaje olmasına bağlı olduğu çıkarımında bulunulabilir. Liderler bir konuyu gündemde tutmak ve konular arasında “öne çıkarma” tercihlerini kullandıklarında, ana akım medya hemen bu “mesajı” almakta ve iktidar ile ana akım medya arasında kapalı devre bir gündem belirleme mekanizması işleyişe konulmaktadır. Bir sonraki alt bölümde “gündem dışı bırakılan konular” ele alındığında ana akım haber kanallarının iktidarın gündemine ne kadar bağımlı olduğu daha net bir biçimde anlaşılacaktır ancak bu noktada liderlerin gündemi ile medyanın gündemi arasındaki bazı farklılıkları anlamaya çalışmak da gerekmektedir. Kanallardaki tartışma programlarında Erdoğan ile Yıldırım’ın sıklıkla gündeme getirdiği Suriye’nin kuzeyinde yürütülen “Fırat Kalkanı” harekâtı ve Suriye ve Irak’ta IŞİD, PYD ve PKK ile mücadele gibi konular oldukça az konuşulmuştur. Bunun nedeni, izlenen dönemde bu konularda gündemi belirleyecek oranda bir gelişme olmaması, siyasetçilerin bu konuları yurt içindeki kamuoyundan daha çok uluslararası alanda mesaj vermek için gündeme getirmeleri ve Türkiye’deki haberciliğin yazılı olmayan bir kuralı olan ve haber merkezlerinde kuşaktan kuşağa aktarılan, sıradışı bir gelişme olmadıkça “dış haber izlenmez/okunmaz” algısının

önemli bir payı vardır. Bir önceki bölümde aktarıldığı üzere, Erdoğan ve Yıldırım'ın gündemlerinde “terörle mücadele” önemli yer tutsa da, bu çalışmada incelenen dönemdeki son gün olan 4 Kasım 2016 tarihinde Diyarbakır'da düzenlenen ve dokuz kişinin hayatını kaybettiği saldırı dışında (son dönemdeki Türkiye ‘normalleri’ göz önüne alındığında) dikkat çekici ölçüde ve boyutta bir saldırı ve/veya çatışma silsilesi yaşanmamış ve tartışma programları da bu konuyu dikkat çekici bir ölçüde gündeme taşımamışlardır. Ancak Erdoğan ve Yıldırım'ın PKK ve HDP-PKK ilişkisi üzerine tekrar tekrar verdikleri mesajlar, HDP’li siyasetçilerin gözaltına alınması döneminde medyanın konuyu “teröre karşı operasyon” çerçevesinden görmesi yönünde önemli bir güdüleyici olmuştur.

Bir çerçeve, bir konunun hangi yönünün ele alınıp, hangi yönünün gizleneceği (ya da vurgulanmayacağı) yönünde verilen kararlar oluşturulur ve böylece bir “olay”, bir “habere” dönüşür. Ghanem (1997, 10), çerçevelemenin dört farklı boyutu olduğunu belirtmektedir: 1) Haberin başlığı, 2) haberin sunumu, 3) bilişsel nitelikler (çerçevede yer alan öğelerin ayrıntıları) 4) duygusal nitelikler. Todd Gitlin, Bourdieu'nün doksa tanımını çağrıştırır bir şekilde, “medya çerçevelerinin”, “çoğunlukla konuşulmadan ve farkında olunmadan hem gazetecilerin dünyasını, hem de onların haberlerine dayanarak dünyayı okuyan kamuoyunu şekillendirdiğini belirtir” (Gitlin'den akt. Gamson ve Modigliani, 1989, 3). Özellikle ana akımda çalışan çoğu haberci, “hassas” olarak nitelendirilen konulardaki çerçeveler konusunda, çoğu zaman uyarılmadan mevcut hegemonik pozisyonun dayattığı çerçevelerin kullanılması konusunda yetkindir. Bourdieu'ye göre (2013, 138), farklı ifade biçimlerinin belirlendiği bir pazar görevi gören yaptırımlar ortamı üzerinden devreye sokulan sansür, her bir temsilcinin söylemeye yetkili olduğu dışında hiçbir şey söylemediği an mükemmelleşir ve görünmez olur. Bu durumda kendini sansürlemek durumunda bile kalmaz çünkü bir şekilde içkin hale getirdiği ifade ve algı biçimleri sansürlenmiştir zaten. Ancak bazen bu durum şansa bırakılmamakta, iktidar sahipleri tarafından arzu edilen çerçeveler bizzat bu kurumların çalışanlarına yöneticiler aracılığıyla “tebliğ edilmektedir”. Benzer bir durum, bu çalışmanın kapsadığı zaman diliminde, 3 Kasım 2016'yı bir sonraki güne bağlayan gecede, HDP eş genel başkanları ve milletvekillerinin gözaltına alındığı operasyonun haberleştirilmesinde yaşanmıştır. Bu operasyonu duyuran ana akım kanalları, iktidara bağlı medya kuruluşlarıyla ortak bir manşeti; “HDP'ye terör operasyonu” ifadesini

kullanmışlardır⁶². Bu tercihin bir rastlantı olmadığını bir medya çalışanı aktarmış ve başta kullandığı “HDP’ye operasyon” şeklindeki ifadeyi, haberin başlığından çekmesi ve “HDP’ye terör operasyonu” ifadesini kullanması yönünde yöneticisi tarafından uyarıldığını belirtmiştir. Böylece HDP’li milletvekillerinin TBMM’deki üçüncü büyük siyasi partinin seçilmiş milletvekilleri olarak değil, terör ile anılmaları sağlanarak terör ile bağlantılı oldukları iddia ve algısı tahkim edilmektedir. Bu çalışmanın konusu olan haber tartışma programlarında da NTV ve Habertürk’te, 4 Kasım 2016’daki sırasıyla “Yakın Plan” ve “Türkiye’nin Nabızı” isimli programlarda konu “HDP’ye terör operasyonu” başlığı ile çerçevelenmiş, aynı akşam CNN Türk’te Şirin Payzın’ın sunduğu “Ne Oluyor?” adlı programda ise “istisnai” bir şekilde (ve gözaltıların tutuklamalara dönüştüğü saatlerdeki yaşananları canlı yayında ekranda yazılı olarak aktarma olanağı da tanıyarak) “8 HDP’li vekil tutuklandı”, “9 HDP’li vekil tutuklandı”, “HDP’ye operasyon” gibi daha düz anlatım içeren başlıklar tercih edilmiştir.

4.7.3. Gündem dışı bırakılan konular

Ana akım medyada işlenen gündem başlıkları salt birbirleri ile ve/veya iktidar sahiplerinin konu edindiği gündem başlıkları ile birlikte değerlendirildiğinde gündem belirleme mekanizmasının nasıl işlediğine dair çok sağlıklı bir çıkarım yapmaya olanak vermemektedir. Bunun için halkın gündemini tespit eden çalışmalardan yararlanmak da gerekmektedir. Literatürde iki ana eğilim gözlenmektedir; birincisi, seçim dönemlerinde siyasi parti ve liderlerin mesajları, medyanın gündemi ve halkın gündemi yapılan alan araştırmaları ile saptanmakta ve karşılaştırılmaktadır. Bu çalışmada önceki bölümlerde değinilen, McCombs, ve Shaw’un ABD’nin North Carolina eyaletinde yürüttükleri çalışma ile Siune ve Borre’nin Danimarka seçimleri sırasında yaptıkları araştırma buna örnek gösterilebilir. Bir diğer yöntem, büyük araştırma şirketlerinin (örn. Gallup) yürüttükleri kamuoyu yoklama çalışmalarının sonuçlarını medya gündemiyle karşılaştırmaktır. Bu çalışma kapsamında kamuoyunun, izleyici/okuyucu/dinleyicilerin gündeminin ne olduğu üzerine ayrı bir araştırma yürütülmemiştir. Ancak bu çerçevede yapılan bir çalışmadan da

⁶² <https://www.evrensel.net/haber/294638/medya-tek-manset> (Erişim tarihi: 04.06.2017).

yararlanılarak “halkın gündemi” ile, medya ve siyasetçilerin gündemi arasındaki ilişkiler anlaşılmaya çalışılacaktır.

Kadir Has Üniversitesi Türkiye Araştırmaları Merkezi tarafından 2016 yılı Aralık ayında “Türkiye Sosyal-Siyasal Eğilimler Araştırması” başlıklı bir çalışma yürütülmüştür⁶³. Projenin verileri, bu tez çalışmasının odaklandığı tarih aralığından yaklaşık bir ay sonra; 7-16 Aralık 2016 tarihleri arasında 26 ilde, 1000 kişi ile yürütülen yüz yüze görüşmeler ile toplanmış ve çalışmanın %95 güven düzeyinde olduğu belirtilmiştir. Bu çalışmaya göre 2016 yılında Türkiye’nin gündemindeki en önemli sorunlar sırasıyla şunlardır: Terör (%35,0), Fethullahçı Terör Örgütü (FETÖ) (%25,2), işsizlik (%10,5), hayat pahalılığı (%9,8), hak ve özgürlüklerin sınırlanması (%4,8), Kürt sorunu (%3,5), Suriye krizi (%3,3).

Bu önemli çalışmaya temkinli yaklaşmak gereken bazı noktalar vardır. Çalışmanın 2016 yılını kapsayan bir başlığı olsa da alan araştırmasının Aralık ayında yapılması nedeniyle, bu süreçteki bazı olay ve gelişmelerin, mülakat yapılan katılımcıların görüşlerini belirli bir düzeyde etkilemiş olabileceği öngörülebilir. Bunlardan biri, 10 Aralık 2016 tarihinde İstanbul Dolmabahçe’de düzenlenen ve 46 kişinin hayatını kaybettiği bombalı saldırılardır. Bunun o dönem zaten yüksek seviyede olan terör kaygısını daha da yukarı çıkardığı öngörüsünde bulunulabilir. Bir diğer önemli sarsıntı ekonomi kulvarında yaşanmış ve döviz kurları Aralık ayında peş peşe “rekor” seviyelere ulaşarak ekonomiye duyulan güveni sarsmış, enflasyonu tetiklemiştir. Ancak yüksek döviz kuru, enflasyon ve işsizlik bu tez çalışmasının kapsadığı Ekim-Kasım aylarında da başlıca alternatif medya kuruluşlarının ve sosyal medyanın gündeminde geniş yer kaplamıştır. Bu noktada çarpıcı olan, Kadir Has Üniversitesi’nin araştırmasında halkın ekonomik kaygılarına ilişkin saptadığı yüksek oranlara ve konunun alternatif mecralarda önemli gündem olmasına rağmen izlenen dönemde üç haber kanalında ekonomik durumun hiç gündeme getirilmemesidir. Yine bu üniversitenin araştırmasında “2016 yılında Türkiye’de gündemdeki en önemli sorun nedir?” sorusuna verilen yanıtlar arasında bir yönetim sistemi krizi telaffuz edilmemiştir. Ancak bu çalışma kapsamında toplanan veriler liderlerin ve medyanın saatlerini “başkanlık sistemi” konuşarak geçirdiklerini ortaya koymaktadır.

⁶³ <http://www.khas.edu.tr/news/1498> (Erişim tarihi: 06.06.2017).

Onbinlerce kişinin tasfiye edildiği kanun hükmündeki kararnameler, idam cezasının yeniden yürürlüğe konması yönündeki tartışma kadar ne incelenen haber tartışma programlarında, ne de iktidarın gündeminde kendine yer bulabilmiştir. Bu çerçevede, kamuoyunun gündemindeki önemli bazı sorunların, tartışma programlarında ya hiç ele alınmadığı, ya da oldukça az işlendiği; tersine başlarda kamuoyunun gündeminde çok da yer almayan konuların siyaset ve medyanın ısrarlı yinelemeleri sonrası gündem maddesi haline getirildiği ve sıklıkla tartışıldığı anlaşılmaktadır



5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Gazetecilik, ekonomi ve siyaset alanlarıyla ilişkileri üzerinden belirlenen ve bu ilişkide özerklik derecesi, dönemsel olarak, tarihsel, toplumsal ve siyasi koşullar tarafından tanımlanan bir alandır. Bu çalışmanın yapıldığı 2016-2017 yıllarında, Türkiye’de halkın bir numaralı haber alma aracı, hala televizyon kanallarıdır ve bu nedenle ekonomik ve siyasi alanlarda faaliyet gösteren önemli aktörlerin, gazetecilik alanında etkin olma çabaları ve alana müdahaleleri, televizyon haberciliğini ve haber kanallarını da etkili biçimde kapsamaktadır. Bu kanalların izlenme oranları, sıra dışı bir olay gerçekleşmediği zaman dizi, maç, eğlence programı ve yarışma yapımları yayınlayan, günde sabah ve akşam olmak üzere iki haber kuşağı ekrana getiren kanallara göre oldukça düşüktür (reyting ölçümlerinin ne kadar nesnel yöntemlerle gerçekleştirildiği sektör temsilcileri tarafından sorgulanmakta ve seçilen örneklemin temsil kabiliyeti sık sık eleştirilmekteyse de eldeki tek nicel veri seti budur). Ancak bir kriz veya felaket anında ya da bir toplumsal kriz sırasında ve sonrasında bu kanallar toplumun genelinin bilgi alma ihtiyacını gidermek için yöneldiği mecraların başında gelmektedir. Dolayısıyla, bu kanalların kolay kolay genel izlenme oranlarıyla ölçülemeyen bir etki alanları olduğu saptamasında bulunulabilir. Ayrıca, bir konunun ana akım olmayan haber mecralarında yer almasıyla, bu kanallarda ele alınması arasında, o konu ya da ismin gündem olması arasında önemli fark bulunmaktadır. CNN Türk kanalında 15 Temmuz darbe girişimi sonrası Gülcenci cemaat yapılanmasından üst düzey itirafçıların katıldığı programların izlenme oranı rekoru kırması, aynı kişilerin benzer açıklamaları daha önce farklı televizyon kanalları ve gazetelerde yaptıkları göz önüne alınınca, bu mecraların gündem yaratma gücünü ortaya koyması bakımından dikkat çekicidir.

Haber kanalları, gündem belirleme ve konuların içine oturtulacağı çerçevenin oluşturulması sürecinde, medya sektörü çeşitliliği göz önüne alındığında, mesajın üretildiği kodlama aşamasının önde gelen, etkin aktörleridir. Özel televizyon kanalları, kurulmalarına olanak sağlayan düzenlemelerin hayata geçtiği 1990’ların

başından itibaren, Türkiye'nin önde gelen sermaye gruplarının iktidar odaklarıyla aralarında önemli bir pazarlık aracı olarak önem verdikleri stratejik yatırım araçlarından olmuşlardır. Kısa süre içinde özel yayıncılık yelpazesine eklenen haber kanalları, 24 saat boyunca haber verebilme ve gerektiğinde canlı yayına geçebilme oolanağı çerçevesinde örgütlenen organizasyon şeması ve yayın anlayışlarıyla, gündem oluşturma gücünü büyük oranda diğer televizyonlardan alıp, kendi düzlemlerine taşımışlardır. İktidar ile güçlü sermaye gruplarının ilişkileri, kendini kabul ettirip birlikte çalışmaktan, hegemonyasını sağlayıp varlığına göz yummaya ya da tasfiye etmeye evrildiği süreçte, medyanın geçirdiği değişime paralel olarak, haber kanallarının da habercilik ve programcılık anlayışlarında dramatik dönüşümler gerçekleşmiştir. Simgesel güç üzerinden iktidarın tesisi sağlanırken, ana akım haber kuruluşları önemli ölçüde kontrol altına alınmış, bununla da yetinilmeyerek el koyma, satın alma, sıfırdan kurdurma gibi yöntemlerle propagandif yayın yapan medya kuruluşları ortaya çıkarılmıştır. Ancak iktidarın kendi gazetelerinin yanı sıra, iktidar aygıtı olarak kurdurduğu ve kullanmakta olduğu televizyon kanallarına karşı, ana akımın hala daha etkili konumda olduğu algısının etkisi, 15 Temmuz darbe girişimi sırasında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ilk olarak CNN Türk, Başbakan Binali Yıldırım'ın da NTV ekranı aracılığıyla halka seslenmeyi tercih etmelerinden anlaşılmaktadır.

Son dönemde gazetecilik alanı da olağanüstü hal uygulamasıyla birlikte simgesel şiddetin hem nesnesi, hem de öznesi olarak yeniden tanımlanmakta, bu alanda etkili konumda var olmanın ya da üst düzey yöneticilik yapabilmenin ön koşulu, kültürel sermaye ya da eğitim sermayesi gibi geleneksel kazanımların ikinci plana düşmesiyle birlikte siyasal sermaye olmaktadır. Mevcut ortamda, büyük sermaye sahiplerinin ellerindeki medya gruplarını, zaman zaman kendi kısa vade çıkarlarını örseleyebilecek ölçüde iktidarın hizmetine sunmuş olmaları, onların orta ve uzun vadede var olma mücadelesine ilişkin çabalarının ürünü olarak değerlendirilebilir. Böylesi bir durumda, para harcamaya değer bir rekabet ortamı görmeyen kanal sahipleri, hem ekonomik, hem de siyasal maliyetleri mümkün olduğunca aşağıya çekmekte, böylece televizyon ortamına özgü maliyeti yüksek yapımlardan da taviz verilmektedir. Kısaca, rekabeti aşındıran böylesi bir siyasal iklimde salt haberciliğe değil, televizyonculuğa da ket vurulmaktadır.

Televizyon bir haberi, aslında bir olayı, görüntüyle var eder. Diğer mecralardan onu en çok ayırtıran özelliği budur. Bourdieu'nün de belirttiği gibi (2000, 26) bu özelliğiyle televizyon bir kaydetme aracı olmaktan çıkar ve bir gerçeklik yaratma aygıtına dönüşür. Burada hazırlanan ve yayınlanan bir haber izleyicide yaratılan “görüyorum, o halde vardır” algısı üzerine kuruludur. Televizyon tartışma programlarının, haber, haber program ve canlı yayın haberciliği hilâfına yaygınlaşması ve sürelerinin uzaması ise ekonomik ve siyasal maliyetleri aşağı çekebilmek adına, televizyonun bu özelliklerinden ve bu gücünden vaz geçmek ya da görüntüden çok sözle yetinmek anlamına gelmektedir. Elbette stüdyoda yer alan sunucu ve kanaat teknisyenlerinin jest ve mimikleri anlatımlarına ya da genel anlamda mesajlarına katkı sağlamakta ve bir bütün olarak izleyici için mesajın kuvvetlendirilmesini sağlamakta ise de bu, televizyonun sunduğu görsellik olanakları çerçevesinde, örneğin sesli bir mecraya kıyasla, oldukça marjinal bir fayda olarak değerlendirilebilir. Bu tür programlar, zaten kanallarda sabit maaşlı çalışan kadrolar tarafından üretildiği ve konukların büyük bölümüne herhangi bir ücret ödenmediği için yerine konulabilecek diğer bir çok program formatlarına göre, maliyeti oldukça düşük yapımlardır. Oysa süre uzadıkça reytinglerin düştüğü bu programların yerine geliştirilebilecek başka haber program, program formatları ve kaliteli belgesel yapımlar, izlenme oranlarını yukarıya çekebilmektedir.

Çalışmada sergilenen veriler çerçevesinde, bu programların izlenme oranlarının diğer kanallarda aynı saatte yayınlanan program ve dizilerle kıyaslandığında dikkat çekici ölçüde düşük olduğu dikkat çekmektedir. Aralarında büyük reyting farkları bulunmasa da, haber kanallarının, patronların iktidarla uzlaşa dereceleri üzerinden tanımlanan habercilik yapabilme alanının genişliği ölçüsünde izleyici sayısında farklar yaratabildikleri ortadadır. Çalışmada incelenen üç kanalın; NTV, CNN Türk ve Habertürk'ün haber tartışma programlarının reytingleri de tüm gün izlenme oranı ölçümlerinde farklı yerlerde durmaktadırlar. İncelenen dönemde sadece CNN Türk'te yayınlanan tartışma programlarının izlenme oranı, kanalın günlük izlenme oranı ortalamasının üzerindedir. Yapılan gözlem ve gerçekleştirilen görüşmeler çerçevesinde bunun nedeninin daha çok sayıda, (diğer kanallara kıyasla, göreceli olarak) daha geniş yelpazede ve daha keskin söyleme sahip kanaat teknisyenlerinin programa davet edilmesi olduğu ortaya çıkmaktadır. Bazı sunucuların tartışmaları körüklemesi, genellikle izlenme oranını artırmaktadır. Ancak

düşük izlenme oranına rağmen, stüdyolarda sert ya da keskin söylemler duymak istemeyen kanal yöneticileri, program müdürleri de vardır. Böyle bir durumda stüdyoya davet edilen kanaat teknisyenlerinin birbirleriyle tartışma içine girmeyecek üsluplarda seçilmesinin yanı sıra, programda temsil edilen profiller arasında tartışmayı tetikleyebilecek bir ihtilaflı durumun olmaması gözetilmekte, sunucular programda tartışma temposunu artırmaktansa aşağıya çekme yönünde performans sergilemektedir. Ayrıca böylesi bir yaklaşımın yansıması olarak, oturma düzeni bile (karşılıklı değil, yan yana) tarafları karşılıklı diyaloga sokmaktansa birbirini izleyen monologlar yürütmeye teşvik eder niteliktedir. Ayrıca bu programların hafta içi her gün yayınlanması nedeniyle yapımcıların içine girdiği yoğun tempo içeriği olumsuz etkilemektedir. Zamansızlık, gündeme yetişme çabasından kaynaklanan hız, bir süre sonra beraberinde yavanlığı da getirmektedir.

Yukarıda sıralanan farklardan kaynaklanan, “tartışmasız” tartışma programı formatının yanı sıra, sektör çalışanlarının belirttiği üzere, bir kanalın konuk havuzunun diğerlerine göre daha dar olması gibi etkenler izlenme oranlarına olumsuz yansımaktadır. Genel olarak konuk havuzunun her geçen gün daraldığı konusunda, görüşülen farklı kurumlarda, farklı pozisyonlarda görevli tüm medya çalışanları hemfikirdir. Görüşülen bazı isimlere göre bu, sayısal bir daralma değildir; gidenlerin yerine bir şekilde yeni kanaat teknisyenleri ortaya çıkarabilmektedir. Ancak bu kişiler de söylem ve görüş çeşitliliğinin azaldığını belirtmektedirler. Dolayısıyla, niceliksel bir daralma olmasa dahi, niteliksel bir daralma söz konusudur ve çalışma kapsamında görüşülen herkes – ki aralarında mevcut iktidar partisinde üye olarak siyaset yapanlar da vardır – Türkiye’deki tüm farklı seslerin ekranlarda temsil edilmediği saptamasında bulunmuşlardır. Dikkat çeken bir diğer konu da Türkiye’de en uzun soluklu haber tartışma programı olarak nitelendirilebilecek olan “Siyaset Meydanı” program formatında olduğu gibi bu kanallarda – incelenen dönemde – göstermelik bir şekilde dahi olsa “sade vatandaşa” hiç söz hakkı verilmemiş olmasıdır. Halktan gelen yorumlar, sadece sunucunun ya da diğer konukların süzgecinden geçerek gelen “sosyal medyada şöyle tepkiler var”, ya da “sözleriniz şöyle anlaşılmış” gibi kısa hatırlatma, uyarı ya da onaylamalar çerçevesinde araçlar üzerinden aktarılmaktadır. Kısacası, bu ekranlar sadece, medya profesyonelleri tarafından sürekli güncellenen kriterler doğrultusunda ince elenip sık dokunarak seçilen konuklara açıktır.

Ekrana çıkarılan isimler konusunda ciddi bir kontrol mekanizması oluşturulmuştur ve ekrana yeni davet edilen, “havuz” dışından isimler istisnâî durumlar dışında, mutlaka en tepedeki haber yöneticisine ya da genel yayın yönetmenine onaylatılmaktadır. Nihai eşik bekçisi konumunda bu pozisyonlardaki isimler yer almaktadır. Görüşülen medya çalışanlarından bazıları, beklenebileceği gibi bu durumdan şikayetçiyken, bazıları da böylesi bir yetki devrinin kendilerini rahatlatıldığını belirtmektedirler. Tüm çalışanlar kendilerine otosansür uyguladıklarını farklı biçimlerde ifade etmektedirler. Kanala havuz dışından isim davet etmeye çalışanlar olduğu kadar, kendini havuzun sınırları içine hapsedenler de vardır. Üretim sürecine, işine yabancılaşmış sektör çalışanlarının oranı azımsanmayacak ölçüdedir. Müdür seviyesinde bir medya çalışanı bu durumu “öğrenilmiş çaresizlik” olarak nitelendirmektedir.

Kanallar, hem konu, hem de konuk seçimi konusunda sürekli olarak birbirlerini izlemektedirler. Bir kanalda söz hakkına kavuşan kanaat teknisyeni, diğer kanalların prodüktör ve konuk koordinatörlerinin de radarına girmektedir. Gerçekte belki bir tekrara düşmek, özgünlükten ödün vermek gibi anlaşılabilir ortak konuk kullanma eğilimi, tam tersine, her geçen gün artan bir pratik haline dönüşmekte; bir başka kanalın programında “sınanan” bir kanaat teknisyenine rağbet artmakta, kendisi güvenli isimler havuzuna hızla dahil edilmektedir. Bir kanaat teknisyeninin aynı hafta içinde, hatta birbirini izleyen günlerde, farklı kanallardaki tartışma programlarında ekrana çıkarıldığı, hatta her programda farklı konuların konuşulması için davet aldığı durumlar söz konusudur. Çalışma kapsamında izlenen 27 ayrı programda, toplam 77 kişiye söz verilmiş ancak bunlar arasında bu iki haftalık dönemde her üç kanalda (NTV, CNN Türk, Habertürk) beş farklı programa çıkan hukukçular, yine üç kanalın farklı dört programına katılan gazeteciler dikkat çekmektedir. Ayrıca, kanallar arası yaşanan yoğun konuk geçişkenliğine rağmen, bir resmi telif anlaşması olmasa da, her kanalın kendi ekranıyla özdeşleşen ve ağırlıklı olarak bir kanal tarafından tercih edilen kanaat teknisyenleri de vardır. Bunda kimi zaman medya yöneticileriyle kişisel ilişkilerin, kimi zaman ise, kanalların yayın politikaları arasındaki ince siyasal nüansların etkili olduğu, bir ismin söyleminin ya da kimliğinin, bir kanal için kabul edilebilir sınırlar içindeyken bir başka kanalın kırmızı çizgisinin hemen dışında yer alması nedeniyle bazı ekranlarla sınırlandığı saptamasında bulunulabilir. Ancak kanaat teknisyenlerinin söylemleri kadar

kanalların kırmızı çizgilerinin koordinatları da değişmekte, bir kanalda söz hakkı bulamayan kanaat teknisyeni, uygun siyasi atmosfer yakalanınca konuk havuzuna hızla davet edilebilmektedir.

Sektör çalışanları otosansür haline dönüşen oto kontrol nedeniyle, iktidarın farklı basamaklardaki temsilcilerine atfen kullanıldığı şekliyle, “Ankara’dan”, artık çok uyarı almadıklarını belirtse de bazı isimleri yayına çıkartmamaları konusunda uyarıldıklarını söyleyenler olmuştur. Üstelik bu, sadece iktidar temsilcilerinin medyada kurduğu bir baskı değildir. Siyaset medya ilişkileri genelinde bir mesafe krizi yaşanmaktadır ve muhalefet partisi yöneticilerine de kendilerini gerektiğinde en iyi kimin temsil edeceği gibi sorular sorulmakta, önem verilen tüm kesimlerin önerilerine uyulmaya çalışılmaktadır. Medya çalışanları bu konudaki inisiyatifi ağırlıklı olarak siyaset alanındaki karar vericilere devretmiş durumdadırlar.

Çalışmada dikkat çekici bir bulguya daha rastlanmıştır. Görüşülen medya çalışanları, davet ilettikleri halde ekrana çıkmak istemeyenlerin sayısında son dönemde artış olduğunu belirtmişlerdir. Onlara göre, son dönemde toplumda yaşanan kutuplaşma ve olağanüstü hal uygulamaları, özellikle muhalif kesimleri, görüşlerini açıklamaktan alıkoymaya başlamıştır. Ekranda söyledikleri yüzünden işini kaybettiğini, hatta toplumda hedef haline geldiklerini belirtenler olmuştur. Neyin konuşulup konuşulmadığı kadar, nasıl konuşulduğu, söylemin biçimi, konuşmanın tonu da önemlidir. İktidar ve liderler eleştirilmez değildir ama bu belli sınırlar ve kurallar çerçevesinde gerçekleştirilebilmektedir. Bu sınırlar ise, evrensel gazetecilik ilkeleri dışında, basın mensuplarıyla ilgili davaların iddianamelerinde suç unsuru olarak listelenen konular ve siyasetçilerin açtıkları hakaret davalarının içerikleri üzerinden de tanımlanmaktadır.

Görüşmelerde kanal çalışanlarının, incelenen dönemde TBMM’de üçüncü parti konumunda olan ve 1 Kasım 2015’teki genel seçimlerde beş milyondan fazla seçmenin oyunu alan HDP’den, istedikleri halde konuk davet edemediklerini söylemeleri, karşılaştıkları baskının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Üstelik tam da bu dönemde, partiye dönük gözaltı işlemleri uygulanmaktadır ve bu süreç ilişkin saatler süren canlı yayın tartışmaları düzenlenmiştir. Bu durum, kanallar

tamamen muhalefete kapalıdır anlamına gelmemektedir. Daha önce de belirtildiği gibi “makul” muhalefete kapılar açıktır. Hiçbir HDP’li siyasetçiye söz hakkı verilmeyen bu programlarda, muhalefet alanı sadece CHP’li siyasetçilerle ve HDP ile organik bir bağı bulunmayan ancak sol temsil üzerinden programlara davet edilen bazı akademisyen ve yazarlarla doldurulmuştur.

Siyasi partiler, özellikle mensuplarının, temsilcilerinin güncel polemiklerde yıpranmaması için “taşeron” kanaat teknisyenlerini de ileri sürmektedirler. Bu konuda pazarlık gücü siyasi güce paralel olarak şekillenmektedir. Özellikle iktidar partisi, birkaç milletvekili ya da üst düzey mensubu dışında, diğer milletvekili ve bakanların bir tartışma ortamında yıpranmaması için çok konuklu program katılımlarını sınırlandırmaktadır. Hatta CNN Türk çalışanlarının ifadelerine göre, 15 Temmuz’a kadar üst düzey AKP’lilerin bu kanala katılımı bizzat Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın talimatı ile sınırlanmıştır (15 Temmuz’dan sonra bu tablo değişse de her üç kanalın da çalışanları tartışma programlarına katılım konusunda belirli isimlerin dışına çıkamadıklarını belirtmektedirler). Bu durumda iktidarın tartışma programlarında temsili, sık sık iktidar adına konuşan gazeteci, hukukçu, akademisyen şeklinde gerçekleşebilmektedir. Üstelik salt iktidar değil, muhalefet temsilcisi rollerine bürünen kanaat teknisyeni kadroları da vardır. Birçok programda iktidar adına konuşan bir hukukçu, muhalefet tezlerini sahiplenmesi beklenen bir gazeteci ve muhalefetin bir diğer kanadının sözcülüğüne soyunan bir akademisyen, güncel siyasi konuları tartışabilmektedir. Bu durumda, program sırasında mesleki kimlikler sık sık siyasi görüşlerle iç içe geçebilmekte, partizanlığın aşırıya kaçtığı anlarda, bu programlar, o mesleklerin toplum gözündeki itibarını sarsabilecek rol çatışmalarının sahnesi olabilmektedir.

Ekrana çıkarılan kanaat teknisyenlerine kanal çalışanları tarafından birer marka gözüyle bakılmaktadır. O markanın toplumdaki algısıyla ilgili bir kuşku doğduğunda tamamen ya da bir süre için bu kullanımdan vazgeçilebilmektedir. Dolayısıyla bir kanaat teknisyeninin salt stüdyo performansı da bu programlara katılması için yeterli olmamaktadır. İdeal bir kanaat teknisyeninden, kariyerinden, özel hayatına, sosyal medyadaki temsiline kadar ana akımın tanımı ve beğenileri dışına taşmaması beklenmektedir. Kanalın, programın ve sunucuların biriktirmiş oldukları simgesel sermayeyi yitirmekten çekinmeleri ve güçlü bir kesimin karşı

propagandasının hedefi haline gelme korkusu, siyasi baskı kadar etkili bir otosansür aracına dönüşmüştür. Program sunucuları, bazen bizzat programlarda fırsat buldukları ölçülerde, bazen de rejideki editör ve/veya prodüktörler aracılığıyla sosyal medyayı takip etmekte, gelen tepkiler ölçüsünde bazen konuklar canlı yayında tekzipte davet edilmekte, hatta bazen programlardaki söylem çerçevesi bir konuğun gelen tepkiler üzerine yayından çıkarılmasına kadar sınırlandırılabilir. Sınırlandırılabilir.

Ekrandaki kanaat teknisyenlerinin mesleki dağılımına bakıldığında, gazetecilerin sayısı dikkat çekici oranda yüksektir. Bu gazeteci yoğunluğu, habere kaynaklık eden otoriteler tarafından enforme edilenlerin enforme ettikleri, böylece bir süre sonra bazı gazetecilerin, başka gazetecilere soru sordukları bir hale bürünmektedir. Katılımcı tercihi ağırlıklı olarak mevcut iktidar dengeleri ve siyasal iklim tarafından sürekli yeniden çizilen kırmızı çizgileri içselleştirmiş ana akım gazetecileri yönünde kullanılmaktadır. Lobi gazeteciliği yapan isimlerin ekranlara sıkça çıkarılmasıyla birlikte, bu programlar aynı zamanda istendiğinde siyasi gündeme ilişkin kontrollü sızıntıların da yapılabileceği bir alana da dönüşmektedir. Gazetecilik alanında da işleyişi mümkün kılan ve alanı yeniden üreten doksalar vardır; bunlar, neyin haber olup olmadığı, neyin tartışmaya açılabilirliği, ne kadar yazılıp konuşulabilirliği ve bu aktarımın nasıl bir “dil” ile yapılacağı gibi telaffuz edilmeyen (ancak sıklıkla güncellenen) bir yazılı ya da sözlü olmayan kurallar, inançlar bütünüdür. Bu kuralları belirleyen, mesleğin tarihsel birikimine dayalı kültür kadar, toplumdaki egemen siyasi ve ekonomik sermaye birikiminin yapısıdır. Edward Said, günümüzde bir kişinin “uzman” olarak kabul edilmesi için iktidar mekanizması içindeki ilgili otorite tarafından uygun dille konuşma, doğru kişiyi alıntılama gibi konularda eğitilip bir onay sürecinden geçmek gerektiğini ifade eder ve bu aşamada bilginin çok da önemli olmayabileceğini vurgular (Said, 1996, 77-79). Dolayısıyla ana akımda “yıldızlaşan” bir gazeteci, böylesine sınırlandırılmış bir kanaatler alanında, bilgi paylaşımı yapmasa da ilgi çekebilecek performans sergileme özelliğine sahip olmalıdır. Bu nedenle artık bazı büyük medya grupları böyle bir “yıldızla” anlaşırken, bu transferleri salt gazetelerinde köşe yazarı istihdam etmek amacıyla değil, aynı zamanda, işe aldıkları isimleri televizyonlarındaki bir programa sunucu, sürekli katılımcı, yorumcu yapabilecekleri öngörüsüyle gerçekleştirmektedirler.

Görüşülen gazeteciler, televizyonda söylediklerinin, köşelerinde yazdıklarına göre daha çok kişi tarafından fark edilen, daha etkili mesajlara dönüştüklerini belirtmektedirler. Böylesi bir etki, bir gazetecinin kariyerine olumlu yansıyabildiği gibi tersi de olabilmektedir. Bu çalışma kapsamında görüşülen muhalif söyleme sahip iki gazeteci, televizyonda söyledikleri yüzünden gazetelerdeki işlerini kaybettikleri görüşündedirler. Ancak risklere rağmen kitlelere seslenme olanağı tanıyan ana akım gazetecilik alanının sağladığı “*illusio*” çok sayıda siyasetçi, gazeteci, akademisyen, hukukçu, araştırmacı, yazar, güvenlik sektöründen emekli isimin, tartışma programı stüdyolarında koltuk kapmak için birbirleriyle yarışmalarını beraberinde getirmektedir.

Tartışma programlarının işlediği gazetecilik alanının da içindekilere vaadettiği kârlar ve çıkarlar vardır ve bu nedenle böylesi bir zemin, diğer birçok alandan katılımcıları kendine çeker. Uğruna mücadele verilen kaynaklar, daha önceki bölümlerde değinilen farklı sermaye biçimleridir: Ekonomik sermaye, toplumsal sermaye, kültürel sermaye ve simgesel sermaye. Oyundaki her kanaat teknisyeni, bu sermaye türlerinden bir ya da birkaçının birikimini artırma beklentisiyle katılımını devamlı hale getirmeye uğraşmaktadır. Kanaat teknisyenlerini oyunda tutan, çoğu zaman kısa vadede, konukluk üzerinden doğrudan televizyon kanalından elde edilecek bir ekonomik çıkar değildir. Ancak yapılan görüşmelerin de ortaya koyduğu şekilde, ekran görünürlüğü, uzmanlık gerektiren hukukçuluk, doktorluk gibi mesleklerde, o kişinin kariyerine daha yoğun müşteri akışı gibi noktalarda doğrudan etki etmekte, yazarların kitaplarını daha fazla sayıda okuyucu ile buluşturmakta, akademisyenlerin simgesel sermayelerini artırmalarına katkıda bulunmaktadır. Ancak bu alanda dışarıdan gelen bir meslek erbabı olarak var olabilmenin kuralı, televizyonun içkin şov ve gösteri diline de adapte olabilmekten geçmektedir. Bu programların ortak dili, toplumsal yapıya paralel bir biçimde, aynı zamanda eril bir dildir. Programlarda kadınlar yorumcu değil, ağırlıklı olarak sunucu olarak temsil edilmektedirler. Programların değerlendirildiği iki haftalık süreçte, stüdyolarda niceliksel olarak toplumdaki eril tahakkümü pekiştiren nitelikte bir dağılım saptanmıştır. Sunuş görevini üstlenenler ağırlıklı olarak kadın gazeteciler, konuları açıklığa kavuşturması beklenen, soru sorulan, görüşüne önem verilen konumundaki kanaat teknisyenleri, sayısal olarak ezici bir biçimde, erkeklerden oluşmaktadır. Derinlemesine görüşme yürütülen isimlerin iyi bir kadın katılımcının “yırtıcı”,

“cevval”, “erkeklerle boy ölçüşebilen” ve eril söyleme sahip bir kişi olması gerektiği yönündeki vurguları dikkat çekmektedir. Bir kadın kanaat teknisyeninin bu sahnede var olabilme sıklığı, erkekler dünyasına ne kadar iyi adapte olabildiğiyle doğru orantılıdır.

Neil Postman (2016) televizyonun salt bir sözü söylemeyi, bir görüşü açıklamayı değil, bir temsil sanatçısı olmayı gerektirmesine vurgu yapar. Ekranda uzun bir düşünme molası alan konuklara hiç rastlanmaz; “bu sorunuzun yanıtını bilmiyorum” diyerek söz hakkını bir başka kanaat teknisyenine ya da sunucuya devreden kişilere pek rastlanamamaktadır. Burası bir performansın sahneye konulduğu, stüdyo ışıklarının aydınlattığı, kırıksıkların ekran makyajıyla saklanmaya çalışıldığı bir sahnedir. Bu oyunun, her mücadele alanında olduğu gibi, farklı kuralları vardır ve burada yer alanlar bu kuralları içselleştirmiş kanaat teknisyenleridir. Kısa, şevkli konuşmak, ekran performanslarının olmazsa olmazlarından. Kısa konuşmak çoğu zaman bir konuyu tarihsel bağlamından soyutlayarak, kültürel, antropolojik, toplumsal çerçevesini anlatmaktan vazgeçerek mümkün olur. Konu ne kadar ağır olursa olsun, gündelik dildeki terimleri kullanarak anlatmaları beklenir kanaat teknisyenlerinin. Sınırlı kelime kullanımı, bir konuya ilişkin anlatıyı da kaçınılmaz olarak yüzeyselleştirmektedir. Hazırlanmış fikirlerle düşünme sayesinde kazanılan hız, basit anlatının yanı sıra, ekran performansının olmazsa olmazlarından. Hız, sadece stüdyo performansı sırasında değil, medyanın “acil yorum” açılığını giderirken de gerekli bir özelliktir. Bir kanaat teknisyeni, programlı, rutin programların yanı sıra, son dakika gelişmelerinde arandığında ulaşılabilirdi, istendiğinde kısa sürede yorum yapmak için yayına bağlanabilirdi ölçüde makbuldür medya çalışanları için. Böylesi bir formu sağlamak için birçok konuda kendini “her an yayına çıkabilecekmiş” gibi hazır tuttuğunu söyleyenler olmuştur. Sık ekran daveti alanlarla yapılan görüşmelerde, uzmanı olmadığı konularda yorum yaptığını söyleyenlerin sayısı çoğunluktadır.

Simgesel iktidarın etkisinin en yakından gözlenebileceği tahakküm alanlarından biri de dildir. Daha önce değinildiği üzere, ekranlarda boy gösteren kanaat teknisyenlerinin herkesin anlayabileceği açıklıkta konuşması ve bunun için gerekirse içerikten taviz vermesi beklenmektedir. Ancak görüşülen isimlerden bazıları –özellikle muhalif yorumlarını – çok “göze batmamak için ağdalı ifadelerle

dile getirdiklerini belirtmişlerdir. Otoritenin tesisini mümkün kılan ortak dili terk eden, söylemleri hegemonik alanın dışına taşanlar ya da değişen konjonktürün bereberinde getirdiği dilsel hassasiyetleri gözetmeyenler ise stüdyoların dışında tutulmaktadırlar. Siyaset alanında kabul edilebilir argümanlara ilişkin yelpaze daraldıkça, merkezde bulunan bazı isimler de medyanın kadrajında uçta kalmaya başlamış, uzmanlık alanı çerçevesinde yorum yapma koşuluyla bu programlara katıldığını söyleyen bazı konuklar, kendilerini bir süre sonra muhalif olarak konumlandırılırken bulduklarını belirtmişlerdir. Ana akımda, hakikat ötesi (post-truth), bir iktidar perspektifi olarak aktarılınca, buna olgular bağlamında karşı çıkmak, muhalefet etmek olarak algılanmaktadır.

İktidarın gündem belirleme gücü, salt Türkiye'ye özgü değil, evrensel bir olgudur ve ana akım medyanın siyasetin gündemini yeniden üretmesi doğal bir sürecin parçasıdır. Alternatif haber seçeneklerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, ana akım yegâne gündem belirleyici olma özelliğini yitirmiştir. Alternatif kanallarda yer alan haberler, yoğun bir paylaşım ve tekrar süreciyle birlikte yavaş yavaş ana akım gündemine de girebilmektedirler. Ancak, her geçen gün artan bir şekilde de olsa (ve Gezi süreci gibi sıra dışı etki ve boyuttaki toplumsal olaylar dışında), böylesi bir taşma etkisi çalışmanın gerçekleştirildiği dönemde henüz bir kural değil istisnadır. Üstelik alternatif haber mecralarında – özellikle yönetici konumunda – çalışan çoğu kişinin çalışmanın yapıldığı dönemde ana akım gazeteciliği kökenli olduğu ve ana akım habercilik reflekslerini değişen ölçülerde hala barındırdıkları düşünülünce; bu tür yayınlarda ana akımın gündeme bakışının izlerini görmek daha kolay anlaşılabilmektedir. Bu çerçevede neyin konuşulacağını, nasıl konuşulacağını, hangi terimlerle ve kimlerle konuşulacağını belirleme gücü hala ağırlıklı olarak ana akım medyadadır ve tartışma programları yapımcıları başlıca gazetelere, o gazetelerin yöneticileri de televizyonlara bakarak adı konmamış bir uzlaşma içinde konuları çerçevelemektedirler. Batı'da özellikle ABD'de medyanın gündemi üzerinde kimin etkili olduğu konusundaki çalışmalarda çeşitli lobi ve çıkar gruplarının etkilerine de dikkat çekilmektedir. Yapılan görüşmelerde ortaya çıktığı kadarıyla Türkiye'deki siyasi ve toplumsal hayatın bir uzantısı olarak sivil toplum kuruluşları, lobi ve çıkar grupları bu mecraya müdahale konusunda Batı'daki kadar etkili değildir. Siyaset ve siyasi aktörlerin kanaat alanı üzerine tahakkümü ve geriye geniş bir söylem alanı kalmaması bunun en önemli nedenidir.

Gerek çalışmanın kapsadığı dönemde edinilen veriler çerçevesinde, gerekse de gerçekleştirilen mülakatlar bağlamında, tartışma programlarının gündeminin büyük ölçüde siyaset alanı tarafından, ağırlıklı olarak da Cumhurbaşkanı ve/veya Başbakan'ın açıklamaları tarafından belirlendiği ortaya çıkmıştır. Muhalefet, (MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin, başkanlık sistemini gündeme getirmesinde görüldüğü gibi) ancak iktidarın yanıtsız bırakmadığı bir söylem, ya da iktidarın tepkisiz kalamadığı bir eylem üretebildiği ölçüde gündemin belirleyici unsuru olabilmektedir. Yürütülen çalışma çerçevesinde, liderlerin ve kanallardaki tartışma programlarının gündemleri karşılaştırıldığında önemli bir paralellik dikkati çekmektedir. Oysa aynı dönemde, halkın gündeminde olması öngörülebilecek birçok farklı konu, ne siyasetçiler, ne de bu programları hazırlayanlar tarafından gündeme getirilmemişlerdir. Burada, siyasetçilerin gündem belirlemede uyguladığı öne çıkarma (priming) taktiğinin, gündem belirlemede başarılı olduğu saptamasında bulunulabilir. Ana akım medya çalışanları, siyasetin gündemini ısrar ve sadakatle takip etmekte ve bir süre sonra, bu gündemin mutlak olduğu sanısına kapılarak, gündem dışına düşme korkusu yaşamaktadırlar. Böylesi bir gündem üretim süreci aslında oldukça etkili, ancak bir o kadar da görünmez, bir sansür mekanizmasının işleyişine işaret etmektedir. Sürekli gündemin yoğunluğuna vurgu yapılmakta ve kanaat teknisyenlerinin yoğun çabalarıyla birlikte mevcut tartışmalar hummalı bir biçimde gündemde tutulmakta, ancak sokağın gündemi olan birçok başlık bu çabanın dışında bırakılmakta ya da konular siyasetin yönlendirdiği bağlamda ele alınarak, yer yer gündelik tartışmaların çerçevelerinin içine hapsedilmekte ve böylece birçok toplumsal sorunun kapsamlı bir şekilde ele alınması mümkün olamamaktadır. Görüşülen medya sektörü çalışanları gibi, birçok kanaat teknisyeni de aslında böylesi bir gündem esaretinin farkında olmakla birlikte, buna uyum sağlamaktadırlar.

Max Weber'in henüz 1919 yılında saptadığı gibi, gazetecilerin etki alanı, kapitalist basın kuruluşu sahiplerinin devreye girmesiyle birlikte büyük ölçüde erimiştir (Weber, 2004, 56). Ancak buna rağmen modern kapitalist toplumlarda basın özgürlüğünden söz ederken iki dayanak noktasının varlığı önem kazanmaktadır. Bunlardan ilki, devlet mekanizmasında güçler ayrılığı ilkesinin sağlıklı işleyişi, bir diğeri de iktidar alanının birden çok çıkar grubu ile muhaliflerin etkisine açık olması ve çok seslilik için alan bulunmasıdır. Bugüne kadar genel deneyim, gücün

denetlenemeyen tek bir elde konsolide olmasıyla birlikte, basın özgürlüğünün azaldığı ve medyanın sınırlı da olsa gerçekleştirebildiği bekçi köpeği işlevini yitirmesi yönündedir. Ana akım kanallarda ekrana gelen tartışma programlarının farklı görüşlere ne kadar açık olduğu, kamunun bilgilene ihtiyacına ne kadar yanıt verdiği son dönemle kısıtlanabilecek bir tartışma alanı değildir. Ancak bu çalışma, araştırmanın kapsadığı dönemde bu programların, bağımsız bir habercilik faaliyetinin uzantısı olmaktan çok, ağırlıklı olarak mevcut hegemonya doğrultusunda, söylemlerin yeniden üretilerek toplumsal bir rıza üretimi aracı olarak işlediklerini ortaya koymaktadır.

Tez çalışması bağlamında yapılan gözlem ve derinlemesine görüşmeler, tüm engel ve kısıtlamalara rağmen (ana akım) gazetecilik alanında, habercilik yapabilmek için hala kısıtlı da olsa bir mücadele olduğunu ortaya koymaktadır. Siyaset alanı, bu alanı büyük ölçüde kontrol altına alsa da tümünden kendi izdüşümü şeklinde tasarlayamamaktadır. Yaşanan hızlı değişime rağmen, medya çalışanlarının arasında özellikle sunucu, prodüktör ve editör gibi kadrolarda, hala gazetecilik ilkeleri konusunda hassasiyet taşıyan kıdemli çalışanların bulunması, bunun bir nedenidir. Bu konuda, gazetecilik alanında faaliyet gösteren çalışanların habituslarına ilişkin bir çalışma önemli ayrıntıların saptanmasını sağlayabilir. Buna ek olarak, değişimin hızının, medya patronlarının ani manevralar yapmaya hazırlıklı hale getirdiği de göz ardı edilmemelidir. Siyasi konjonktürün yeniden tanımlanması ya da sahiplik yapısında dramatik bir değişiklik yaşanmasıyla birlikte, gazetecilik alanının diğer alanlarla sınırları tadilatından geçirilebilmekte, gazetecilik alanı içindeki ilişkiler de yeniden belirlenebilmektedir. Ancak Türkiye’de kuruluşundan bugüne özel kanalların yayıncılık politikaları göz önüne alındığında, ana akım medyanın tipik olarak bir rıza imalatı aygıtı olarak işlev üstlendiği ortadadır. Böylesi bir sürecin, temel ham maddelerinden biri de, farklı alanlardan gazetecilik alanına buyur edilen kanaat teknisyenleridir. Böyle bir taleple bir gösteri dünyasının parçası haline gelen entelektüeller, özerkliklerinden taviz verdikleri ölçüde, ana akım televizyonculuk dünyasında var olabilmektedirler.

Televizyon yayıncılığı bağlamında kanaat teknisyenlerine biçilen rolleri ve gazetecilik alanını güçlü bir eleştirel bakışla ele alan ve sosyolojik yaklaşımı bu çalışmanın ana izleğini oluşturan Pierre Bourdieu, aslında televizyonun kitlelere

erişmek için önemli bir olanak sağladığını belirtmektedir ancak “televizyona çıkıp konuşmak” için bazı koşulların sağlanması gerektiğini belirtir. Bunlar: Zamanın sınırlandırılmaması, konunun dayatılmaması, anlamayacak olan izleyici ya da ahlâk, edep adına hizaya çağırarak kimse olmamasıdır. Kısaca Bourdieu, entelektüelin kitle medyasının dayatmalarına karşı kendi otonomisini koruyabildiği ölçüde kamusal bir sorumluluk çerçevesinde siyaset ve gazetecilik gibi alanlara da girebileceğini ifade etmektedir. Otonomi, *nomos*, yani kanundan türeyen bir kelimedir ve otonom bir evren, kendi kanununa tâbi bir evrendir. Bir entelektüelin varolabilmesi için, otonom bir evreni olması gerekir ancak bunun yanı sıra, bu evrendeki otoritesinden aldığı güçle siyasi arenaya da girer. Yani Bourdieu tek boyutlu değil, iki boyutlu bir entelektüel tanımı getirmektedir. Ona göre, entelektüelin otonomisini tehdit eden unsurların başında medya gelmektedir. Günümüzde çoğunluğun onayının alınması bir başarı kriteri gibi dayatılmaktadır. Ancak Bourdieu’nün buna karşı önerdiği ise, fil dişi kuleye çekilmek değildir, tam tersine, simgesel ve teorik kılıcını kuşanıp bu kuleden çıkmak ve önemli konularda kendi otoritesini ve değerlerini beyan etmektir (2002, 4).

Döneminin tanınmış sosyal bilimcisi Bourdieu’nün dahi, Fransa gibi entelektüellere diğer birçok ülkeye kıyasla ayrıcalıklı konumların atfedildiği bir ülkede, kendisine otonom söz alanı sağlayan televizyon programını güçlükle bulabildiğini belirtmek gerekir. Bu durum göz önüne alınınca, gösteri odaklı ana akım televizyonculuğun, mevcut baskı ve kısıtlamalar ortadan kalksa dahi, kanaatler dışında bilimsel bilginin ürünlerine ne ölçüde açık olabileceği kuşkuludur. Ancak alternatif, bağımsız medyanın, egemen kuruluşlardan salt sermaye yapısı ya da organizasyonel şema açısından değil, aynı zamanda içerik konusunda da ayrışma iddiası, toplumun belirli kesimlerini kanaatler cenderesinden çıkarabilecek bir yönelim sağlayabilir. Dolayısıyla, geleneksel araçlar ya da her geçen gün ucuzlayan ve yaygınlaşan teknolojiler sayesinde serpiyen yeni medyanın da kendine özgü geliştireceği yayıncılık dilleriyle, bilimsel bilgi ve nesnelliğin taşıyıcısı olarak hegemonik medya düzenine karşı bir seçenek oluşturması beklenebilir.

KAYNAKÇA

- AÇIKEL, Fethi (2013). “Hegemonya’dan oximoron’a: AKP’nin eğreti Bonapartizm’inin sonu”, **Birikim**, 288, s.15-23.
- AÇIKEL, Fethi (2016). “AKP İslâmcılığının üç ideolojik ve üç jeopolitik dönüşümü: İslamî liberalizm, pan-İslâmist popülizm ve İslâmcı ulusalcılık”, **Birikim**, 332, s. 10-40.
- ADAKLI, Gülseren (2006). **Türkiye’de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında, Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri**, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- ADAKLI, Gülseren (2014). “Medya Sermayesi ve Ultra-Çapraz Bütünleşmeler”, **Perspectives: Siyasi Analiz ve Yorum**, Heinrich Böll Stiftung, Sayı 8, s. 18-23.
- ADKINS, Lisa (2005). “Introduction: Feminism, Bourdieu and after”, **Feminism After Bourdieu**, Lisa Adkins ve Beverly Skeggs (eds.), Oxford: Wiley, s. 3-19.
- ADORNO, Theodor W. (2013). “Culture Industry Reconsidered”, **Media Studies: A Reader**, Sue Thornham, Caroline Bassett, Paul Marris (eds.), Edinburgh: Edinburgh University Press, s. 15-21.
- ALAN, Ümit (2015). **Saray’dan Saray’a Türkiye’de Gazetecilik Masalı**, İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- ALTHUSSER, Louis (2014). **On the Reproduction of Capitalism: Ideology and Ideological State Apparatuses**, London: Verso.
- ARSAN, Esra ve ÇOBAN, Savaş (2014). “Giriş”, **Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş**, Esra Arsan ve Savaş Çoban (Haz.), İstanbul: Evrensel Basım Yayın, s. 11-24.
- ATAY, Tayfun (2017). **Parti, Cemaat, Tarikat: 2000’ler Türkiye’sinin Dinbaz-Politik Seyir Defteri**, İstanbul: Can Yayınları.
- AYDIN, U. Uraz (2015). “Lânetli Süreklilik: Neoliberal Militarizmden Otoriter Muhafazakârlığa Türk Medyasının Otuz Yılı”, **Neoliberal Muhafazakâr Medya**, U. Uraz Aydın (Der.), İstanbul: Ayrıntı yayınları, s. 31-65.
- BAGDIKIAN, Ben H. (2004). **The New Media Monopoly**, Boston: Beacon Press.

- BAKER, Ulus (2015). **Kanatlerden İmajlara: Duygular Sosyolojisine Doğru**, Harun Abuşoğlu (Çev.), İstanbul: Birikim Kitapları.
- BALİ, Rıfat N. (2002). **Tarz-ı Hayattan Life Style'a: Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BARBIER, Frederic ve BERTHO LAVENIR, Catherine (2001). **Diderot'dan İnternete Medya Tarihi**, Kerem Eksen (Çev.), İstanbul: Okuyan Yayınları.
- BARRETT, Michele (1994). Ideology, Politics, Hegemony: From Gramsci to Laclau and Mouffe, **Mapping Ideology**, Slavoj Zizek (ed.), London: Verso, s. 228-234.
- BENNETT, Tony (1982). "Theories of the media, theories of society", **Culture, Society and the Media**, Michael Gurevitch (et al.), London: Methuen, s. 30-55.
- BENSON, Rodney (1998), "Field theory in comparative context: A new paradigm for media studies", **Theory and Society**, 28, s. 463-498.
- BENSON, Rodney ve NEVEU, Erik (2005). "Introduction: Field Theory as a Work in Progress", **Bourdieu and the Journalistic Field**, Rodney Benson and Erik Neveu (eds.), Cambridge: Polity Press, s. 1-28.
- BERKOVITZ, Dan (1987). "TV News Sources and News Channels: A Study in Agenda-Building", **Journalism Quarterly**, 64(2-3), s. 508-513.
- BORA, Tanıl (2015). **Türk Sağının Üç Hali: Milliyetçilik, Muhafazakarlık, İslamcılık**, İstanbul: Birikim Kitapları.
- BORA, Tanıl (2016). "Türk Sağı: Siyasal Düşünce Tarihi Açısından Bir Çerçeve Denemesi", **Türk Sağı: Mitler, Fetişler, Düşman İmgeleri**, İnci Öztan Kerestecioğlu ve Gürkan Öztan (der.), İstanbul: İletişim Yayınları, s. 9-28.
- BORA, Tanıl (2017). **Cereyanlar: Türkiye'de Siyasî İdeolojiler**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BORATAV, Korkut (2015). "Burjuvazi", **12 Eylül ve AKP, Türkiye'nin Faşizmleri ve AKP**, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- BOURDIEU, Pierre (1986). "The Forms of Capital", **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**, John Richardson (ed.), New York: Greenwood Press, s. 251-258.
- BOURDIEU, Pierre (1992). **Devletin Sol Eli ve Sağ Eli**, Emrah Göker (Çev.), <https://istifhane.files.wordpress.com/2010/05/devletinsolelivesageli1.pdf> (Erişim tarihi: 21.01.2017).
- BOURDIEU, Pierre (1993a). **The Field of Cultural Production**, Randal Johnson (Ed.), New York: Columbia University Press.

- BOURDIEU, Pierre (1993b). **Sociology in Question**, London: Sage Publications.
- BOURDIEU, Pierre (1995). **Outline of a Theory of Practice**, Cambridge: Cambridge University Press.
- BOURDIEU, Pierre (1998a). **Acts of Resistance Against the Tyranny of the Market**, New York: The New Press.
- BOURDIEU, Pierre (1998b). **Practical Reason on the Theory of Action**, Stanford: Stanford University Press.
- BOURDIEU, Pierre (1998c). **On Television**, New York: The New Press.
- BOURDIEU, Pierre (2000). **Televizyon Üzerine**, Turhan Ilgaz (çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BOURDIEU, Pierre (2001). **Masculine Domination**, Stanford: Stanford Uni. Press.
- BOURDIEU, Pierre (2002). "The Role of Intellectuals Today", **Theoria: A Journal of Social and Political Theory**, No:99, June 2002, pp. 1-6.
- BOURDIEU, Pierre (2005). "The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field", **Bourdieu and the Journalistic Field**, Rodney Benson, Erik Neveu (eds.), Cambridge: Polity Press, s. 29-47.
- BOURDIEU, Pierre ve WACQUANT, Loic J. (2007). **Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar**, Nazlı Ökten (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- BOURDIEU, Pierre (2013). **Language & Symbolic Power**, John B. Thompson (ed.), Cambridge: Polity Press.
- BOURDIEU, Pierre (2014a). "Simgesel Sermaye ve Toplumsal Sınıflar", **Pierre Bourdieu**, Cogito, 76, s. 192-203.
- BOURDIEU, Pierre (2014b). "İnsanlar ve Mekanizmalar", **Pierre Bourdieu**, Cogito, 76, s. 432-443.
- BOURDIEU, Pierre (2015). **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, Ankara: Heretik Yayınları.
- BOURDIEU, Pierre ve EAGLETON, Terry (1994). Doxa and Common Life: An Interview, **Mapping Ideology**, Slavoj Žižek (ed.), London: Verso, s. 265-277.
- BOURDIEU, Pierre ve WACQUANT, Loic (1992). **An Invitation to Reflexive Sociology**, Cambridge: Polity Press.
- BOURSE, Michel ve YÜCEL, Halime (2012). **İletişim Bilimlerinin Serüveni**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- BRIGGS, ASA ve BURKE, Peter (2009). **A Social History of the Media**, Cambridge: Polity Press.
- BRUBAKER, Rogers (1985). Rethinking Classical Theory: The Sociological Vision of Pierre Bourdieu, **Theory and Society** 14, s. 745-775.
- BUĞRA, Ayşe ve SAVAŞKAN, Osman (2014). **Türkiye'de Yeni Kapitalizm: Siyaset, Din ve İş Dünyası**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- CABAS, Mirgün (2017). **2001 Eski Türkiye'nin Son Yılı**, İstanbul: Can Yayınları.
- CALHAUN, Craig (2016). "Bourdieu sosyolojisinin ana hatları", **Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi**, Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan (der.). İstanbul: İletişim yayınları, s. 77-130.
- CANKAYA, Özden (1997). **Dünden Bugüne Radyo Televizyon (Türkiye'de Radyo-Televizyonun Gelişim Süreci)**, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- CHAMPAGNE, Patrick (2005). "The 'Double Dependency': The Journalistic Field Between Politics and Markets", **Bourdieu and the Journalistic Field**, Rodney Benson and Erik Neveu (eds.), Cambridge: Polity Press, s. 48-63.
- COBB, Roger W. ve ELDER, Charles D. (1971). "The Politics of Agenda Building: An Alternative Perspective for Modern Democracies", **The Journal of Politics**, Vol. 33, No. 4, s. 892-915.
- CURRAN, James (1997). "Rethinking the Media as a Public Sphere", **The Political Economy of the Media Vol.2**, Peter Golding and Graham Murdock (eds.), Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., s. 120-150.
- ÇAM, Aydın ve YÜKSEL, İlker Şanlıel (2015). "Türkiye'de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım", **Neoliberal Muhafazakâr Medya**, U. Uraz Aydın (Der.), İstanbul: Ayrıntı yayınları, s. 66-102.
- ÇAPLI, Bülent (2008). **Fili Tarif Etmek: Özel Televizyona Beş Kala**, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- ÇEĞİN, Güney ve GÖKER, Emrah (2015). "Takdim", **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, Pierre Bourdieu, Ankara: Heretik Yayınları, s. 9-21.
- ÇOBAN, Barış (2010). "Medya, Toplumsal Bellek ve Barış", **Medya, Barış ve Savaş**, Barış Çoban (haz.), İstanbul: Kalkedon Yayınları, s. 9-43.
- DARRAS, Eric (2005). "Media Consecration of the Political Order", **Bourdieu and the Journalistic Field**, Rodney Benson and Erik Neveu (eds.), Cambridge: Polity Press, s. 156-173.
- DEARING, James W. ve ROGERS, Everett M. (1996). **Agenda Setting**, London: Sage Publications.

- DEVELLİOĞLU, Ferit (1999). **Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat**, Ankara: Aydın Kitabevi.
- DE MATEO, Rosario (1989). "The Evolution of the Newspaper Industry in Spain, 1939-87", **European Journal of Communication**, Vol. 4 (1989), s. 211-226.
- DURAN, Ragıp (2015). "Dümdüz, sessiz, hareketsiz.. Ulvî gibi medya nasıl kürtaj edilir?", **Neoliberal Muhafazakâr Medya**, U. Uraz Aydın (Der.), İstanbul: Ayrıntı yayınları, s. 19-30.
- DURSUN, Çiler (2014). **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara: İmge Kitabevi.
- EAGLETON, Terry (1994). Ideology and its Vicissitudes in Western Marxism, **Mapping Ideology**, Slavoj Žizek (ed.), London: Verso, s. 179-226.
- EAGLETON, Terry (2015). **İdeoloji**, Muttalıp Özcan (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ENTMAN, Robert M. (1993), "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", **Journal of Communication**, 43(4), Autumn, s. 51-58.
- ERDOĞAN, İrfan ve ALEMDAR, Korkmaz (2005). **Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, Ankara: ERK.
- FISKE, John (1999). **Television Culture: Popular Pleasures and Politics**, London: Routledge.
- GAMSON, William A., MODIGLIANI, Andre (1989). "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach", **American Journal of Sociology**, Vol. 95, No.1 (Jul., 1989), s. 1-37.
- GANS, Herbert J. (2003). **Democracy and the News**, New York: Oxford University Press.
- GARNHAM, Nicholas (1997). "Contribution to a Political Economy of Mass Communication", **The Political Economy of the Media Vol.1**, Peter Golding and Graham Murdock (eds.), Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., s. 33-50.
- GARNHAM, N., WILLIAMS, R. (1986). "Pierre Bourdieu and the sociology of culture: An introduction", **Media, Culture & Society**, Collins, R., Curran, J. Garnham, N., Scannell, P., Schlesinger, P., Sparks, C. (eds.), London: Sage Publications, s. 116-130.

- GHANEM, Salma (1997). "Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting", **Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory**, Maxwell McCombs, Donald L. Shaw, David Weaver (eds.), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, s. 3-14.
- GÖKER, Emrah (2001). **Durkheim'in Sol Eli: Pierre Bourdieu'nün Muhalefeti**, Praksis (3), s. 228-251.
- GOLDING, Peter ve MURDOCK, Graham (1997). "For a Political Economy of Mass Communications", **The Political Economy of the Media Vol.1**, Peter Golding and Graham Murdock (eds.), Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., s. 3-32.
- GRAMSCI, Antonio (1992). **Selections From the Prison Notebooks**, Quintin Hoare and Geoffrey Nowell Smith (eds.), New York: International Publishers.
- HABERMAS, Jürgen (1997), "The Public Sphere", **The Political Economy of the Media Vol.2**, Peter Golding and Graham Murdock (eds.), Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd. Sf. 116-119.
- HALL, Stuart (1978). "The social production of news", **Policing the crisis: Mugging, the State, and Law and Order**, London: Macmillan, s. 53-60.
- HALL, Stuart (1980). "Encoding/decoding", **Culture, Media, Language - Working Papers in Cultural Studies, 1972-79**, Stuart Hall (et.al.), London: Routledge, s. 117-127.
- HALL, Stuart (2005). "Cultural Studies and the Centre: Some problematics and problems", **Culture, Media, Language – Working Papers in Cultural Studies, 1972-79**, Stuart Hall (et al.), London: Routledge, s. 2-35.
- HALLIN, Daniel ve MANCINI, Paolo (2004). **Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics**, Cambridge: Cambridge University Press.
- HERMAN, Edward S. ve CHOMSKY, Noam (1988). **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media**, New York: Pantheon Books.
- HODGE, Robert ve KRESS Gunther (1995). **Social Semiotics**, New York: Cornell University Press.
- HOŞ, Mustafa (2014). **Abluka**, İstanbul: Destek yayınevi.
- HOŞGÖR, Evren (2014). "AKP'nin Hegemonya Sorunsalı: Uzlaşmasız Mutabakat", **Neoliberalizm, İslamcı Sermayenin Yükselişi ve AKP**, Neşecan Balkan Erol Balkan, Ayşe Öncü (haz.), İstanbul: Yordam Kitap, s. 215-250.
- IYENGAR, Shanto ve KINDER, Donald R. (1987). **News That Matters: Television and American Opinion**, Chicago: The University of Chicago Press.

- IYENGAR, Shanto ve SIMON, Adam (1993). "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", **Communication Research**, Vol. 20 No3, June 1993, s. 365-383.
- İNAL, Ayşe (2003). "Roland Barthes: Bir Avant-Garde Yazarı", **İletişim:araştırmaları**. Sayı 1(1), s. 9-38.
- İNCEOĞLU, Yasemin ve ÇOMAK, Nebahat A. (2009), **Metin Çözümlemeleri**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- JACOBS, R.N, TOWNSLEY, E. (2011). **The Space of Opinion: Media Intellectuals and the Public Sphere**, New York: Oxford University Press.
- JENKINS, Richard (1992). **Pierre Bourdieu**, London: Routledge.
- KARAKAŞ, Burcu (2016). **Yalan Dünya: Reytingler, Tıklar ve Şimdi Reklamlar**, İstanbul: P24 Medya Kitaplığı.
- KAYA, Ali (2016). "Pierre Bourdieu'nun Pratik Kullanımının Kildi: Alan Kavramı", **Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi** (Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan (Der.), İstanbul: İletişim Yayınları, s. 397-420.
- KAYA, Raşit (2016). **İktidar Yumağı: Medya, Sermaye, Devlet**, Ankara: İmge Kitabevi.
- KELLNER, Douglas (2002). **The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation**, <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/Illumina%20Folder/kell16.htm> (Erişim tarihi: 15.01.2017).
- KIVANÇ, Ümit (2017). **O Meslek Bunahmda: Gazeteciliğin Kendine, Neoliberalizm ve Sanal Âlemin Basına Ettikleri**, İstanbul: P24 Medya Kitaplığı.
- KOYUNCU, Büke (2014). **"Benim Milletim...": AK Parti İktidarı, Din ve Ulusal Kimlik**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- LIVINGSTONE, Sonia ve LUNT Peter (2001). **Talk on Television: Audience participation and public debate**, London: Routledge.
- LOVELL, Terry (2005). "Bourdieu, class and gender: The raturtn of the living dead, **Feminism After Bourdieu**, Lisa Adkins ve Beverly Skeggs (eds.), Oxford: Wiley, s. 37-56.
- LOUW, Eric (2010). **The Media and Political Process**, London: Sage Publications.
- MARCHETTI, D (2005). "Subfields of Specialized Journalism", **Bourdieu and the Journalistic Field**, Rodney Bensonand Erik Neveu (eds.), Cambridge: Polity Press, s. 64-84.

- MARKS, Karl ve ENGELS, Friedrich (2004). **Alman İdeolojisi (Feuerbach)**, Sevim Belli (çev.), Ankara: Sol Yayınları.
- MARTIN, John L. (2003). **What is Field Theory?**, American Journal of Sociology, Vol. 109, No.1, s. 1-49.
- MATHES, Rainer ve PFETSCH, Barbara (1991). "The Role of the Alternative Press in the Agenda-building Process: Spill-over Effects and Media Opinion Leadership", **European Journal of Communication**, Vol. 6 (1991). S. 33-62.
- MATON, Karl (2010). "Habitus", **Pierre Bourdieu: Key Concepts**, Michael Grenfell (ed.), Durham: Acumen Publishing, s. 49-66.
- McCOMBS, Maxwell E. ve SHAW, Donald L. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 36, No.2, s. 167-187.
- MCLELLAN, David (2012). **İdeoloji**, Barış Yıldırım (çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- MCLUHAN, Marshall (1994). **Understanding Media: The Extensions of Man**, Cambridge, Massachussets: The MIT Press.
- MOI, Toril (1991). "Appropriating Bourdieu: Feminist Theory and Pierre Bourdieu's Sociology of Culture", **New Literary History**, Vol.22, No.4, s. 1017-1049.
- MURDOCK, Graham (1997). "Blindspots about Western Marxism: A Reply to Dallas Smythe", **The Political Economy of the Media Vol.1**, Peter Golding and Graham Murdock (eds.), Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., s. 438-464.
- NEVEU, Erik (2005). "Bourdieu, the Frankfurt School, and Cultural Studies: On Some Misunderstandings", **Bourdieu and the Journalistic Field**, Rodney Benson and Erik Neveu (eds.), Cambridge: Polity Press, s. 195-213.
- NIMMO, Dan ve COMBS, J.E. (1992). **The Political Pundits**, New York: Praeger.
- ÖKTEN, Nazlı (2014). "Devlet Üzerine: Son Bir Hesaplaşma", **Pierre Bourdieu**, Cogito, 76, s. 79-88.
- ÖZTAN, Güven G. (2016). "Türk Sağında Devlet Fetişizmine Dair", **Türk Sağı: Mitler, Fetişler, Düşman İmgeleri**, İnci Öztan Kerestecioğlu ve Gürkan Öztan (der.), İstanbul: İletişim Yayınları, s. 425-458.
- SAID, Edward W. (1996), **Representations of the Intellectual**, New York: Vintage Books.

- SARAÇOĞLU, Cenk (2016). “Türkiye Sağ, AKP ve Kürt Meselesi”, **Türk Sağ: Mitler, Fetişler, Düşman İmgeleri**, İnci Öztan Kerestecioğlu ve Gürkan Öztan (der.), İstanbul: İletişim Yayınları, s. 243-282.
- SAVRAN, Sungur (2014). “İslamcılık, AKP, Burjuvazinin İç Savaşı”, **Neoliberalizm, İslamcı Sermayenin Yükselişi ve AKP**. Neşecan Balkan, Erol Balkan, Ayşe Öncü (haz.), İstanbul: Yordam Kitap, s.53-142.
- SCHUDSON, Michael (2002). “The News Media as Political Institutions”, **Annual Review of Political Science**, 2002:5, s. 249-269.
- SHOLLE, David (1988). Critical Studies: From the theory of Ideology to power/knowledge, **Critical Studies in Mass Communication**, 5:1, s. 16-41.
- SHOLLE, David (1995). Access Through Activism: Extending the Ideas of Negt and Kluge to American Alternative Media Practices, **Javnost - The Public**, 2:4, s. 21-35.
- SIGAL, Leon V. “Sources make the news”, **Reading the News**, R.K. Manoff ve Michael Schudson (eds.), New York: Pantheon Books.
- SIUNE, Karen ve BORRE, Ole (1975). “Setting the Agenda for a Danish Election”, **Journal of Communication**, 25, s. 65-73.
- SMYTHE, Dallas W. (1997). “Communications: Blindspot of Western Marxism” **The Political Economy of the Media Vol.1**, Peter Golding and Graham Murdock (eds.), Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., s. 412-437.
- SÖZERİ, Ceren (2014). “Dönüşen Medya, Değişmeyen Sorunlar”, **Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş**, Esra Arsan, Savaş Çoban (Haz.), İstanbul: Evrensel Basım Yayın, s. 70-85.
- STEVENSON, Nick (1996). **Understanding Media Cultures**, London: Sage Publications.
- SWARTZ, David (2013). **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- TAŞKIN, Yüksel (2012). “Türk Müslümanlığı inşa çabaları ve köktenci itiraz”, **Birikim**, 276, s. 6-13.
- THOMPSON, John B. (1990). **Ideology and Modern Culture**, Cambridge: Polity Press.
- THOMPSON, John B. (2013). “Editor’s introduction”, **Language and Symbolic Power**, Cambridge: Polity Press, s.1-31.
- THORNHAM, Sue (2007). **Women, Feminism and Media**, Edinburgh: Edinburgh University Press.

- TILIÇ, Doğan (2015). “Medya ve Etik: Yapısal Çürümüşlüğe Karşı Bireysel Erdem?”, **Ayrıntı Dergi**, Sayı 11, Ağustos/Eylül 2015, s. 50-56.
- TUCHMAN, Gaye (1978). **Making News: A Study in the Construction of Reality**, New York: The Free Press.
- TUTAL CHEVIRON, Nilgün (2014). **Küresel İletişim**, İstanbul: Ekslibris Yayıncılık.
- TUTAL CHEVIRON, Nilgün (2014). **Televizyon ve İlimizdeki Şiddet**, İstanbul: Ekslibris Yayınları.
- TÜRK, H. Bahadır (2012). “AKP ve kanaat teknisyenleri”, **Birikim**, 276, s. 29-37.
- VOLOŞİNOV, V.N. (1973). **Marxism and the Philosophy of Language**, (Ladislav Matejka ve I.R. Titunik (çev.), New York: Seminar Press.
- WACQUANT, Loic (2014a). “Bourdieu’yle Birlikte”, **Pierre Bourdieu**, Cogito, 76, s. 445-450.
- WACQUANT, Loic (2014b). “Simgesel iktidar ve grup oluşumu”, **Pierre Bourdieu**, Cogito, 76, s. 204-229.
- WACQUANT, Loic (2016). “Pierre Bourdieu: Hayatı, eserleri ve entelektüel gelişimi”, **Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi**, Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan (der.). İstanbul: İletişim yayınları, s. 53-76.
- WEBER, Max (2004). **The Vocation Lectures: Science as a Vocation, Politics as a Vocation**, David Owen, Tracy B. Strong (eds.), Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- WILLIAMS, Kevin (2003). **Understanding Media Theory**, London: Arnold.
- WILLIAMS, Raymond (2003). **Television**, New York: Routledge.
- WOLFSFELD, Gadi (2005). “Political Waves and Democratic Discourse: Terrorism Waves During the Oslo Peace Process”, **Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy**, Lance Bennett ve Robert M. Entman (Eds.), New York: Cambridge University Press, s. 226-251.
- WOOLLACOTT, Janet (1982). “Messages and Meanings”, **Culture, Society and the Media**, Michael Gurevitch (et al.), London: Methuen, s. 87-109.
- YAŞLI, Fatih (2016). **Türkçü Faşizm’den “Türk-İslam Ülküsü’ne**, İstanbul: Yordam Kitap.
- YILMAZ, Zafer (2016). “Korkuyu beklemek ya da demokrasiyi kazanmak”, **Birikim**, 332, s. 10-40.

ÖZGEÇMİŞ

1978’de Ankara’da doğdu. TED Ankara Koleji’nden 1996’da, ODTÜ Sosyoloji Bölümü’nden 2000 yılında, ODTÜ Kentsel Politika Planlaması ve Yerel Yönetimler Ana Bilim Dalı yüksek lisans programından “Gated Communities as a New Upper-middle Class ‘Utopia’ in Turkey: The Case of Angora Houses” başlıklı teziyle 2003 yılında mezun oldu. Üniversite eğitimi yıllarında belgesel sinema ile ilgilendi, çeşitli yapımlarda yönetmenlik ve yönetmen yardımcılığı görevleri üstlendi, Ankara Uluslararası Film Festivali’nde belgesel film bölümü koordinatörlüğü yaptı. 2005 yılından beri televizyon haber kanallarında çalışmaktadır. Sırasıyla CNN Türk ve NTV’de editörlük, dış haber editörlüğü ve muhabirlik yapmıştır. Ağırlıklı olarak görev yaptığı savaş ve çatışma bölgelerindeki gözlemlerini 2014 yılında Ayrıntı Yayınları’ndan çıkan “Arap İsyanları Güncesi” kitabında toplamıştır. Kariyeri boyunca birçok internet sitesi ve süreli yayının yanı sıra, BBC, CNN International, WDR gibi uluslararası yayın kuruluşlarında Türkiye ve çevre ülkelerle ilgili görüş, analiz ve haberleri yayınlanmıştır. 2017 Güz döneminden itibaren Bahçeşehir Üniversitesi Yeni Medya Bölümü’nde ders vermektedir.

TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite	Galatasaray Üniversitesi
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı Soyadı	Ayberk Can Ertuna
Tez Başlığı	Türkiye’de Ana Akım Haber Kanallarında Tartışma Programları ve Kanaat Teknisyenleri
Savunma Tarihi	27 Aralık 2017
Danışmanı	Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu

JÜRİ ÜYELERİ

Ünvanı, Adı, Soyadı

İmza

Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu

Prof. Dr. Nilgün Tatal Cheviron

Prof. Dr. Arzu Kihitir

Doç. Dr. İtir Erhart

Doç. Dr. Ceren Sözeri

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. M. Yaman ÖZTEK