



Kitap İncelemesi

Televizyon Üzerine


Başvuru Tarihi: 11.02.2021
Yayın Kabul Tarihi: 27.04.2021
Yayınlanma Tarihi: 30.04.2021

Bahtiyar Ahu Alpaslan¹

Yeditepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi,

Gazetecilik Bölümü, İstanbul

aerdogdu@yeditepe.edu.tr

 ORCID: 0000-0002-3296-3050

Televizyon, dijital medyanın gelişimi ile birlikte etkisini yitireceği düşüncesine rağmen bir hikâye anlatıcısı görevini hala sürdürmektedir. Geleneksel medya aracı olması etkisinden hiçbir şey azaltmamıştır. Eğlenceli ve renkli bir dünyanın temsilcisi olarak konumlandırılan televizyonun etkisi günümüzde etkin bir şekilde devam etmektedir.

Peki, televizyonun sahip olduğu nitelikler hangi kriterler üzerinden gerçekleştirilmektedir? Televizyon, medya olgusunda nasıl bir yere sahiptir? Medyada bilgi üretiminin esası nedir ve bilgi üretimi nasıl şekillendirilmektedir? Medya aracı olan televizyonda haberciliğin temel unsurları nedir? Gazetecilerin gazeteciliği realiteye ne kadar yakındır? Medyanın iktidar ile ilişki eksenini televizyondaki haberciliği ve gazetecileri nasıl etkilemektedir? Pierre Bourdieu' nun kaleme aldığı bu eserde, adından da anlaşılacağı üzere medya, habercilik, gazetecilik, iktidar kavramları çerçevesinde gelişen durum ve olaylar analiz edilirken televizyonun sembolik baskı aracına dönüştüğü takdirde gerek kültürel alanlarda gerekse gazetecilik faaliyetlerinde oluşabilecek bozulmalar aktarılmaktadır. Eserin incelenmesine geçmeden önce, fikir dünyasını anlamak amacıyla yazarı tanıtmak ilk adım olacaktır.

20. yüzyılın en önemli Fransız sosyologlarından biri olan Pierre Bourdieu, 1930 yılında Fransa'da doğmuştur. Sosyal bilimler alanında önemli bir iz bırakan Bourdieu hem fikir hem de eylem insanıdır. Fikir dünyası çok geniş olan Bourdieu, disiplinlerarası bir yaklaşımla sosyoloji, antropoloji, felsefe, tarih, ekonomi, kültür, sanat ve dilbilim alanlarında çalışmıştır. Farklı yaklaşımları bir arada toplama yetisi, Bourdieu'nun bütüncül bir bakış açısına sahip entelektüel bir figür olmasını sağlamıştır. Bu bakış açısı, Bourdieu'yu neredeyse bütün disiplinleri öğrenme, anlama, inceleme gerekliliği doğurmuştur. Öyle ki bir söyleşide ... *durmadan kendi kendime şöyle diyordum: Benim zavallı Bourdieu'um, m zavallı Bourdieu'm, sahip olduğun bu zavallı araştırma teknikleriyle bu işin üstesinden gelebilecek seviyede değilsin, her şeyi bilmek gerek, her şeyi anlamak, psikanalizi, ekonomiyi.* (Bourdieu'dan aktaran Gülsoy, 2012, s.14) ifadeleriyle sosyal bilimlerin öncüsü olmanın kolay olmadığını gösterirken; çok çalışmanın ve her disiplini öğrenme ve anlama gerekliliğinin de altını çizmiştir. Bu noktada; elimizdeki kitap, Bourdieu'nun birkaç sosyal bilim araştırmasıyla sınırlı kalmadığını, iletişim bilimleri üzerine de çalıştığını

¹ Doktor Öğretim Üyesi





gösteren bir kaynaktır.

Bourdieu'nun *Televizyon Üzerine* başlıklı eseri 102 sayfalık, önsöz sonrası iki bölüm ve ekten oluşan bir kitaptır. Birinci bölüm *Set ve Kulisleri*, ikinci bölüm *Görünmez Yapı ve Etkileri* başlığını alırken; *Gazeteciliğin Egemenliği* ise Ek bölümünü oluşturmaktadır. İçindekiler listesi bu şekilde iken; kitap bölümleri de kendi içinde konu konu başlıklarına ayrılmıştır. Bu başlıklandırma Bourdieu'nun derinliği olan yazım dilinin sistematik olarak sunulmasını sağlarken kitabın anlaşılmasını da kolaylaştırmakta ve konunun özelinde incelenmesine olanak vermektedir. Ayrıca okuyucuyu merkez odaklı bir noktada konumlandıran bu kitap, medya ve gazetecilik alanlarına ilişkin örneklendirme yöntemleri ile zengin bir içerik sunmaktadır. Televizyon üzerine yapılan derin çözümleme Bourdieu'nun belirttiği gibi eleştirel bir tavra sahiptir. Bu eleştirel bakış kitap bitimine kadar sürmektedir. Dil ve söylem bütünlüğü taşıyan kitap, karışık gibi görünen akışı toparlayan bir anlatım sunması bakımından oldukça başarılıdır.

Kitabın konusu televizyonun medyadaki konumu, televizyon ve gazeteciliğin egemenliğini belirleyen sembolik mekanizmayı anlama ve anlatma üzerine şekillenen bir tahlildir. Bourdieu, kitabın önsözünde televizyon üzerine yaptığı eleştirel çözümler ile televizyonun sembolik bir baskı aracına dönüştüğünü vurgulamaktadır. Bu dönüşümün kültürel alanlar, siyasal ve demokratik süreçler, gazetecilik faaliyetleri için bir tehdit oluşturduğunu anlatmaktadır. Bourdieu'nun amacı, televizyonun sembolik bir baskı aracına dönüştüğünde sanat, edebiyat, bilim, felsefe gibi kültürel üretim alanlarında nelerin yaşanabileceğini göstermektir. Ayrıca Bourdieu, sembolik düzenin korunmasında rol oynayan etkenleri açığa çıkarmayı hedeflemektedir. Böylelikle, toplum üzerinde etkisi olan sembolik araçların şiddet aracı olarak kullanılmadığında, demokratik yaşama karşı bir tehdit unsuru olmaktan çıkacağını, bunun aksine demokrasinin gerçekleşmesine vesile olacağını belirten Bourdieu, yaptığı eleştirel çözümlerinin televizyon haberciliğine katkı sunacağı kanaatindedir.

Çözümlemenin *Set ve Kulisleri* adlı birinci bölümünde *Görünmez Sansür, Göstererek Gizlemek, Bilginin Döngüsel Dolaşımı, İvedilik ve Fast Thinking, Gerçekten Yanlış ve Gerçekliği Yanlış Olan Tartışmalar, Çelişkiler ve Gerilimler* başlıkları yer almaktadır.

Bourdieu, bu bölümde çözümlemenin öznesi olan gazetecileri ve gazetecilik faaliyetlerini analiz edişinin bir karalama kampanyası ya da saldırı olarak nitelenebileceğine işaret etmektedir. Bunun kişisel düzeydeki bir yozlaşmadan ileri gitmeyeceğini, sadece “yapısal yozlaşmayı maskeleye yarayacağını” ifade etmektedir. Akabinde bir gazetecinin, akademisyenin ya da uzmanın neden televizyonda yer almak istediğini sorgularken, televizyondan davet alanlara dayatılan koşullar doğrultusunda davranışlarına dikkat ederek hareket etmelerinin bir otonomi kaybına yol açtığına dikkat çekmektedir. Bourdieu, televizyonda konuşmanın cazibesine kapılan gazeteci, bilim insanı ya da sanatçının *insanlığın memurları* olarak topluma karşı sorumluluk olmaları, edimlerini paylaşmaları gerektiğini söylemektedir. Bunun devamında, Bourdieu





televizyon ekranının narsist bir sergi alanına dönüştüğünü söylemekte ve gazetecilerin ya da diğer uzmanların kendilerini gösterme, beğendirme çabası içinde olduklarını aktarmaktadır (Bourdieu, 2019, s.19).

Bu bölümde öne çıkan konu sembolik şiddetin bir dizi mekanizmaya bağlı gerçekleştiği üzerinedir. Bourdieu'nun literatüründe televizyon, bağımsızlığı az olan, gazeteciler arasındaki toplumsal ilişkilerden kaynaklanan bir dizi baskının öznesi haline gelen bir iletişim aygıtıdır (Bourdieu, 2019, s. 45). Bu iletişim aygıtının temel baskı mekanizmaları sansür, rekabet ve reytingdir. Bourdieu, sansürün siyasal ve ekonomik olarak ve göstererek gizlemek esasına dayalı gerçekleştiğini söylemektedir. “Gösterilmesi gerekenlerden başka şeyler göstererek, yani bilgi vermekten kaçınarak ya da gösterilmesi gereken şeyi önemsiz bir olay haline getirecek şekilde sunarak veya onu gerçeklerle hiçbir ilgisi olamayacak şekilde kurgulayıp gizlemekle mümkün olur” şeklindeki ifadesiyle Bourdieu (2019, s.21) göstererek gizlemenin nasıl olduğunu açıklamaktadır.

Bourdieu (2019, s.20), görünmez sansürün temel beslenme kanalının reyting olduğunu söylerken televizyonun sembolik mekanizmasının haberdeki yansımaları *omnibüs olaylar* kavramıyla açıklamaktadır. Bourdieu (2019, s.20) omnibüs olayları şu şekilde betimlemektedir: “Herkesin anlayabileceği, tehlike arz etmeyen, bölünmelere neden olmayan, fikir birliğine vardır, ilgi çeken fakat önemli meselelere de temas etmeyen ve kimseyi şok etmeyen olaylardır”.

Omnibüs olayların, sansasyon basınının biricik malzemesi olduğunu vurgulayan Bourdieu, kan, cinsellik, drama ve cinayet haberlerinin her zaman iyi sattığını söylemektedir. Bu nedenle 3. sayfa haberleri, sansasyon haber anlayışının vazgeçilmez ana malzemesidir. Ayrıca Bourdieu, bu malzemelerin yer aldığı önemsiz olayların çok önemli olduğu izlenimi uyandırması için televizyon haberlerinde içi boş bir ciddiyet oluşturulduğunu ifade etmektedir.

Televizyonun bu görünmez sansürü kullanarak toplumlara etkileme gücünün yüksek olduğunu belirten Bourdieu, buna karşın gazete okuma oranlarının düşük olması nedeniyle haber kaynağı olarak televizyona bağımlılık durumunun daha da önem kazandığının altını çizmektedir.

Ticari talepler, yöneticiler vb. baskı mekanizmaları karşısında kendi özerk alanını korumak adına gazeteciliğin bağımsızlığını savunanlar kadar; bir de baskı mekanizmalarının kurduğu tahakküme teslim olup maddi bir kazanç ile hareket eden gazetecilerin geriliminden söz edilmektedir. Bu gerilimi yaşayan gazeteciler için Bourdieu, *gözlük* benzetmesine başvurmuştur. Gazeteciler bu *özel gözlüklere* göre habercilik yaptıklarında bazı olayları görmezken, gördükleri olayları da belirli şekilde anlamlandırabilmektedir. Bazı olayları göz önünde tutan bu gözlük, bazı olayları ise göz ardı eden bir niteliğe sahiptir. Özel gözlüğün ele aldığı konular ise sansasyonel haberciliğe uygun olan yapıya hizmet etmektedir.





Bourdieu medyada var olan rekabetin medyadaki içerik üretimini çeşitlendirdiğine dair yaklaşımların bir *sanrı* olduğunu ifade etmektedir. Bu durumu anlatmak üzere Fransa'daki haftalık dergi kapaklarını örnek vererek dergi başlıklarının hemen hemen aynı olduğunu söylerken basındaki tek tipleşirmeyi ve aynılığı vurgulamaktadır. Bu aynılığın radyo gazeteleri ve televizyon için de geçerli olduğunu tekrarlayan Bourdieu, ilişkinin görünmeyen yüzü olan iktidar yanının anlaşılması amacıyla daha öteye gidilmesi gerektiğini dile getirmekte ve bu konuya dair yaptığı analizi ikinci bölümde ortaya koymaktadır.

Bourdieu birinci bölümün ardından *Görünmez Yapı ve Etkileri* başlıklı ikinci bölümde *Pazar Payı ve Rekabet, Sıradanlaştırma Gücü, Reytinglerin Kontrol Ettiği Çalışmalar, Televizyonun Egemenliği, İş birliği, Giriş Bedeli ve Çıkış Zorunluluğu* konularını ele almaktadır. Gazetecilik alanını bir *mikrokozmos* olarak tanımlayan Bourdieu, mikro alanların birbirini etkilediğini ve her birinin geniş bir uzama yani makro yapıya bağlı olduğunu dile getirmektedir. Gazetecilik faaliyetlerinin cinayet ve drama gibi sansasyonel haberlerle gerçekleşmesinin temel nedeni, televizyonun etki gücünün giderek yükselmesine olanak veren rekabet ortamı, yani pazar payının kazanımlarıdır. Bourdieu rekabet ortamını açıklarken, ezenler ve ezilenlerin yer aldığı bir savaş alanından söz etmektedir. Bu öyle bir evrendir ki alan içinde yer alan herkes uzamın gücünden yararlanarak evrendeki diğerlerine karşı rekabet etmekte ve kendine bir konum belirlemeye çalışmaktadır. Kanallar ve gazeteciler arasında gelişen bu rekabet okur, izleyici ya da öne sürülen pazar payı için gerçekleşmektedir. Yaşanılan bu çekişme ise yıllar geçtikçe televizyonun ekonomik ve sembolik bir güç olmasını sağlayarak gazetecilik alanının krizlerle karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Sansasyonel basının (*ilgi ve heyecan yaratarak tirajı ya da reytingi yükseltmeyi amaçlayan gazetecilik türü*) giderek yükselmesi toplumda korku ve iğrenme duyguları uyandıran haberlerin artmasına sebebiyet vermiştir. Bu durum, televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak toplumu etkileyen, yönlendiren ve manipüle eden güçte olmasının sonucudur. Çünkü gazetecilik faaliyetlerinin giderek yozlaşmasına neden olan televizyon, ciddi bir yayma gücüne sahiptir. Homojenleştirme ve sıradanlaştırma Bourdieu'ya göre, medyanın geniş kitlelere ulaşmada kullandığı en önemli araçlardandır. Bir basın organının ya da bir kanalın omnibüs olaylara odaklı habercilik yaparak kimseyi şaşırtmaması, bölmemesi ya da dışlamaması sıradanlaştırmanın söz konusu eylemleridir. Sıradanlaştırma unsuru haberler ile karşılaşan toplum, kabul etmediği bir durumu kabul eder hale gelmektedir. Bu bağlamda, *tam da bunun için yapılmıştır* düşüncesi sıradanlaştırmanın ürünüdür. Böylelikle televizyon halkın düşünce sistemine uyarlanmış olmaktadır. Bu uyarlanmada rol oynayan diğer etkenin reyting olduğu vurgulanmaktadır. Bu reyting kaygısı, televizyonun ve rakip televizyon kanallarının toplumsal fayda ilkesini zedelemesine neden olmaktadır.

Sansasyonel, çarpıcı ve sıra dışı içerik üretimine olanak tanıyan gazetecilik kurgusunda gazeteciler pazar payı için çalışan, iktidar odaklı hareket eden konumdadırlar. Bourdieu, konuyu yazılı basına çevirerek gazetecilerin bir tercih yapmakla karşı karşıya olduğunu işaret etmektedir. Ardından iki temel soru sormaktadır:





MEDIAJ

Egemen modelin doğrultusunda giderek, televizyon haberlerine benzeyen gazeteler mi yayınlamaları gerekir; yoksa aradaki farkı vurgulamak ve ürün farklılığı stratejisi oluşturmak mı?

Kültürel mesajın tanımına sadık kalan bir kitleyi kaybetmek ve her iki tarafta mağlup olmak pahasına rekabet içine girmek mi gerekir; yoksa farklılığı vurgulamak mı? (Bourdieu, 2019, s.66)

Bourdieu bu sorularıyla hem gazetecilik hem de televizyon alanının problemlerini ortaya koymaktadır. Televizyonun ve gazeteciliğin egemenliğini sağlama hususunda gazetecilerin güçlü ticari baskılara maruz kalmaları; kültürel üretim alanlarının da bu yapısal baskıdan etkilenmeleri Bourdieu'nun öne sürdüğü tahlillerdir.

Ek bölümünde *Gazeteciliğin Egemenliği* doğrultusunda gazetecilik alanının temel özellikleri anlatılmaktadır. Bu bölümde, birinci ve ikinci bölümde ele alınan başlıkların gazetecilik alanı kapsamında siyasal ve ekonomik alanlar ile ilişkilendirilerek sunulduğu görülmektedir.

Bourdieu, eleştirel çözümlenmeleri yaparken amacının fayda sağlamak olduğunu belirtmektedir. Gazetecilik nitelikli yapılabildiğinde; televizyon, reyting, rekabet gibi mekanizmalardan bağımsız hareket edebildiğinde, sembolik baskı aracına dönüşmediğinde televizyonun işlevleri daha faydalı hale gelmektedir.

Bu bağlamda kitap; akademisyen, gazeteci, medyadaki her birim ve çalışan için yol gösterici niteliktedir.

KAYNAKÇA

Bourdieu, P. (2019). *Televizyon üzerine*. Alper Bakım (Çev.), Sel Yayınları, İstanbul.

Gülsoy, N. Ö. (2012). "Cezayir deneyiminin Pierre Bourdieu' nün sosyolojik tahayyülüne etkileri: bilimsel bir habitusun doğuşu". *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(25). 1-30.

