



MEDYA – SİYASET İLİŞKİSİNİN SOSYOLOJİK ÇÖZÜMLEMESİ

PROF. DR.CELELEDDİN ÇELİK*

Giriş: Medya ve Toplum

Medyanın, teknik anlamda daha çok kitle iletişim araçları olarak tanımlandığı bilinmektedir. Ancak medya salt iletişimi sağlamayı mümkün kılan teknik bir aracı ya da bir ilişki biçimini ifade etmekten çok daha geniş bir anlamlar ve ilişkiler sistemine işaret etmektedir artık. Bu gelişme sosyolojik boyutta da kendini göstermiştir; sosyolojide “toplum” bir iletişim ve ilişkiler sistemidir, medya kendisi bir kurum olarak hem eğitim, aile, siyaset, ekonomi, din ve boş zamanlar gibi kurumlar arasında hem de kurumlarla insanlar arasındaki etkileşimde önemli fonksiyonlar taşımaya başlamıştır. Bir başka deyişle medya, yapısal anlamda modern toplumun sosyal yapı ve sistemini, kültürel anlamda toplumsal ilişkileri, kültürel hayatı ve örüntüleri, sosyalleşme süreçlerini değer, davranış ve tutumları etkileyen merkezi bir kurum hâline gelmiştir. Medyanın ikili işlevi diyebileceğimizi bu durum özneler ve yapılar üzerinde ayrı ayrı etkili olmaktadır. Bu yazının konusunu genel anlamda medyanın bu ikili etkileşimine dikkat çekmekle birlikte, medya-siyaset ilişkisinin sosyolojik analizi oluşturacaktır.

Kitle iletim araçlarının bugünkü kadar gelişmediği ve yaygınlaşmadığı modern öncesi toplumlarda iletişimin kendine özgü yolları mevcuttu. Ancak bu iletişim son derece küçük çaplı, sınırlı ve etkileri de bir o kadar yaygın olmayan bir düzeyi temsil ediyordu. Ancak medya bugün geleneksel insanın tahayyül edemeyeceği kadar günlük hayatı yapılandırmakta, anlamlandırmakta ve biçimlenmektedir. Modern insan günlük hayatı medyanın siyasi, hegemonik süzgeçlerinden geçerek algılamak, aslında bir tür sosyalizasyon sürecinden geçmektedir. Medya bu anlamda insanları yalnızca çevrelerinde ve dünyada olup bitenlerden haberdar kılmamakta, aynı zamanda etki alanı içindeki insanları modern yapısal düzenlemelere hazır hâle getirmektedir. Medya bugün insanların kendileri, çevreleri, kimlikleri, dostları, düşmanları, kendi ve öteki algıları hakkındaki bütün algı, anlayış ve tasavvurlarının kaynağında yer almaktadır. Med-

* Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi.

yanın tek tek insanların yanlış doğru algılarını, değer ve tutumlarını, eğilim ve kanaatlerini, inanç dünyalarını çevreleyen bir etki gücü bulunmaktadır. Bu anlamda medya basitçe “toplumun aynası”, toplumu yansıtan tarafsız bir araç değil, toplumu ve kültürü dönüştüren bir mekanizmadır. Bilgiler, haberler ve anlamlar medya aracılığıyla yeniden üretilmekte ve hegemonik gücün denetiminde taşınmaktadır. Medya bir toplumsal değişme ve denetleme aracıdır. Bu gücünden dolayı kamuoyu oluşturma ve yönlendirme amacı taşıyan grup ve toplulukların kendilerini savunma ya da ifade etme adına her şeyden önce medyatik bir yapılanmaya girişmeleri anlamsız değildir.

Medyanın modern toplumda günlük hayatı belirleme gücü, siyaset, sermaye ve ideolojinin aktarılması ve yeniden üretilmesindeki işlevleri nedeniyle, bağımsız bir kurum veya endüstri olması neredeyse imkânsızdır. Üstelik giderek gelişen iletişim ve enformasyon teknolojileri bireyin bu teknolojilere ve onlar aracılığıyla bir kurumlar ağına bağımlılığını da pekiştirmektedir. İnternet tam bir iletişim devrimidir. İnternet, cep telefonu/bilgisayarı bağlamında yeni gelişen teknolojiler insanların klasik kitap, gazete okuma alışkanlıklarında uzak olmayan bir gelecekte keskin bir dönüşüme yol açacaktır. Elektronik kitaplar ve gazeteler, artık dijital ortamda depolanmakta, insanlar istedikleri her zaman ve mekânda onlara ulaşabilmektedir. Medyanın bu küreselleştirici boyutu, bilginin daha hızlı taşınmasına ve ulaşılabilir bir mahiyet kazanmasına, dolayısıyla toplumsal ve kültürel hayatın değişimine yol açmaktadır. İnternetin yaygınlaşması yeni iletişim ve sosyal ağlar vasıtasıyla insan ilişkilerinde, davranışlarında yeni ve farklı yönelimler ortaya çıkarmıştır. Bu durum aile yapısında, eğitimde, ekonomide ve boş zamanları değerlendirmede günlük hayatın kültürel kalıplarını sarsmakta, yeni ilişki ve davranış örüntülerini üretmektedir.

Modern insan günlük hayatı medyanın siyasi, hegemonik süzgeçlerinden geçerek algılamakta, aslında bir tür sosyalizasyon sürecinden geçmektedir.

Medya ekonomik bakımdan sahip olduğu reklam ve tanıtım işlevleri açısından tüketim kültürünü besleyen ana damarlardan birisidir. Endüstriyel ürünlerin piyasaya arz edilmesi ya da ihtiyaç duyulan teknolojik ürünlerin üretimi, medya dolayımında tasarlanmakta, projelendirilmekte ve yaygınlaştırılmaktadır. Gerçekte ihtiyaç duyulmayan bir ürünün zorunlu bir ihtiyaç gibi gösterilmesi, kitlelerin tüketime yönlendirilmesi ya da tam aksi yönde sağlıklı bir hayat ve çevre için bilinçlendirilmesi, düşünce ve eylemlerin organize edilmesi medyanın imkân alanı içindedir. Medya ekonomi ilişkisinde medyanın popüler kültür ile ilişkisi çok belirleyici bir öneme sahiptir.

Medya Sosyolojisi

Kitle iletişim araçları ve medya teknolojilerinde yeni gelişmelerin insan ve toplum hayatındaki çok yönlü etkileri bilimsel anlamda farklı disiplinlerin ilgi odağı olmaktadır. Küreselleşmenin özellikle enformasyon, teknoloji ve kültürel boyuttaki muazzam etkileri, medya sayesinde, modern insanın zamana ve mekâna bakışındaki kaygı ve endişelerini artırmakta, sosyopsikolojik sorunlar kadar kimlik ve kültürlerin kendilerini savunma tepkilerini gündeme getirmektedir. Medya, toplum ve kültür hayatında bütünleşme ya da çatışma yönünde yarattığı etkileriyle değişim ve dönüşümlere

yol açmakta, bu durum medya sosyolojisi dediğimiz bir alanı karşımıza çıkarmaktadır.

Bugün modern toplumda yaşanan kaygıların ortaya çıkmasında ve yaygınlaşmasında medya baş etken konumundadır. Sosyal olaylar, medyanın gücü sayesinde, suya düşen taş misali halka halka yayılarak gerçek etkisinden daha fazlasına ulaşmakta ve ortak bir zaman diliminde toplumun bütün kesimlerini sarmaktadır. Suç ve şiddetin, haber ve şov programlarıyla sürekli gündeme getirilmesi, toplumsal güven krizlerini tetiklemekte, sosyal ilişkilerde korku, tedirginlik ve endişeyi artırmaktadır.

Medya sayesinde şekillenen kamuoyu, kendi özgün gündemini kaybetmekten, gerçekliğin ele avuca sığmaz bir şekilde yapılaştırılmasından, en ciddi konuların ve problemlerin bile sözde uzmanlar aracılığıyla popülerleşmesinden, mahremiyetin alelihihale dönerek ifşa olmasından, temel toplumsal kurumların güvenilirliğini kaybetmesinden dolayı medyaya kuşkuyla bakmaktadır. Modern medya için her şey tüketim kültürünün ve medyanın kendi varoluşunun amaçları için belli bir süre kullanılabilir ve atılabilir niteliğiyle metalaşmaktadır. Medyada gerçekliğin hikâyeleştirilmesi, hikâyelerin gerçek gibi algılanması, toplumun güdülendirilmesi ve yönlendirilmesinde çift yönlü bir silah gibi tehdit ve şantaj aracına dönüşmesi riski her zaman mevcuttur. Medyanın toplumsal sınıflar ve kültürler arasında bir gerilim ve çatışma yaratma gücü, hatta topyekun bir toplumun kanaatlerini, his ve eğilimlerini, tutum ve davranışlarını etkileyebilme potansiyeli, medya sosyolojisinin her zaman başlıca ilgi konusunu oluşturmuştur.

Sosyolojik bakımdan Mills'in de işaret ettiği üzere, medya tek yönlü bir süreç olup o bir yandan az sayıda insanın büyük insan gruplarıyla iletişimini sağlarken, diğer yandan kitlelerin medyaya yönelecek tepkilerini iletmede etkin yollara sahip olması zorlaşmaktadır. Zira yapısı itibarıyla bürokratik organizasyonlar olan ve şirketleşen kitle iletişim araçlarının buna imkân vermesi zordur. Bütün bu bakımlardan medyanın totaliter ya da demokratik bir yönetimin hâkim bulunduğu toplumlardaki denetimsel işlevleri benzerdir. Sansürün uygulanması bu anlamda ya sıkı devlet kontrolünde ya da ticari, maddi ilişkiler bağlamında gelir ki, sonuç itibarıyla aralarında fark yoktur. Ancak yine de medya çoğulcu demokratik toplumlarda sivil inisiyatifin kendini ifade etmesi, farklılıkların sesini duyurabilmesinde son derece fonksiyoneldir. Bununla birlikte medyanın modern toplumların zihin hayatına ne denli hükmettiği konusu tartışma götürmeyecek denli açıktır. Sosyologlar bu bakımdan yeni medya teknolojilerinde bu toplumu dönüştüren ve zihinlere tahakküm eden gizli güce yönelik araştırmalarla ilgilerini gösterirler. Zamanla sosyolojik incelemeler, medyanın insanlar üzerindeki etkisinin statü, sınıf, toplumsal bağlam, değerler, inançlar vb. durumlara göre değiştiğini ortaya koyar. Son dönem sosyolojik çalışmalarda medya çeşitli yönleriyle inceleme konusu olmuştur. Öncelikle psikososyal etkileri itibarıyla çocuklar ve gençler üzerinde medya yayınlarının antisosyal davranışlar ve şiddet eğilimlerine etkileri; kültürel hayat ve sosyal yapı üze-

Medyanın modern toplumda günlük hayatı belirleme gücü, siyaset, sermaye ve ideolojinin aktarılması ve yeniden üretilmesindeki işlevleri nedeniyle, bağımsız bir kurum veya endüstri olması neredeyse imkânsızdır.

rinde bütünsel değişimi amaçlayan ideolojik etkileri; güdüleme yapma, gündem belirleme, haberleri çarpıtma, kamuoyu oluşturma, toplumun dikkatini başka yöne ve sorunlara çekme, demokratik süreçleri siyasal kampanyalarla belirlemedeki etkileri; medya kuruluşlarının giderek tekelleşmesi ve programların ticarileşmesine olan etkileri gibi değişik bakımlardan araştırılmaktadır (Marshall 1999: 484-485).

Medya sorununa her teorik yaklaşım kendi perspektifinden açıklamalar getirmiştir: Medya yoluyla üretilen ve yaşayan popüler kültür, Frankfurt Okulu'nun vurguladığı gibi bireylerin eleştirel düşüncesini felç etmekte, kitleleri manipüle ederek yabancılaştırmakta ve insanları kültür endüstrisinin pasif tüketicileri hâline getirmektedir. Oysa liberal yaklaşım, medyayı çoğulcu sistemlerin ayrılmaz bir parçası olarak görüyor, bilgilendirme ve farklı görüşleri temsil etme işlevleri nedeniyle, siyasal sistem içinde yasma, yürütme ve yargı güçlerini toplum yararına denetleyecek bir dördüncü kuvvet olarak düşünüyordu. Ancak günümüzde medyanın etkileri daha çok gündelik hayatın ve kültürün kurumları üzerindeki rol ve etkileri tartışılmaktadır. Genel kuramsal bir değerlendirmeden ziyade, siyaset ve kültür üzerindeki etkileri önemsenmektedir. Diğer yandan da medyanın toplumsal eşitsizlik ve adaletsizlikleri örten, meşrulaştıran onları yeniden üreten yapısına dik kat çekilmektedir (M. Ayşe İnal 67-69).

Medya ekonomik bakımdan sahip olduğu reklam ve tanıtım işlevleri açısından tüketim kültürünü besleyen ana damarlardan birisidir.

Medyanın sosyolojisi insanlar ile kitle iletişim araçları arasındaki etkileşimi tek yönlü ele almanın yanlışlığını, ön yargıların aksine insanların, grupların veya kitlelerin güdümlü medyanın kurbanları ya da piyonlarına indirgenemeyeceğini öne çıkarır.

Medyanın sosyolojisi insanlar ile kitle iletişim araçları arasındaki etkileşimi tek yönlü ele almanın yanlışlığını, ön yargıların aksine insanların, grupların veya kitlelerin güdümlü medyanın kurbanları ya da piyonlarına indirgenemeyeceğini öne çıkarır.

Medya ve Siyaset İlişkisi

Medya ve siyaset ilişkisi, modern toplumun kurumsal yapılanması içerisinde genel toplumsal sistemden ayrı düşünülemez bir boyuta sahiptir. Siyaset başlı başına toplumsal sistemin bir alt kurumu olmakla beraber, çoğu zaman o sistemin geneline hükmeden bir mihver kurum mahiyeti de kazanabilir. Siyaset, insanların örgütlenmiş hayat sürdükleri her yerde vardır. İnsanın birlikte olduğu diğer insanlarla ve çevresiyle iletişim kurma ve bu iletişimi bir denetim ve kontrol amacına bağlı olarak resmileştirme eğilimini yansıtır. Ancak siyaset hiçbir zaman toplumun yapısı kültürü ve değerler sisteminden ayrı şekillenmez, aynı zamanda sosyokültürel yapılar da siyasetin etkinlik ve sonuç görmeyi amaçladığı esas eksenini temsil ederler. Toplumda egemen olan değerler sistemine göre siyasetin, siyasal değerler ve davranışların, kısaca siyaset kültürünün rengi değişebilir. Bir başka açıdan bakıldığında siyaset, kişilerin belli değerler ve davranışlar sistemine veya kültürüne yöneltmenin de aracıdır. Siyaset birbiriyle mücadele eden düşünce sistemleri veya hayat tarzlarının var olma veya egemenlik kurma hedeflerinin yegâne zeminidir. Siyaset yapısal olarak sosyal gruplar arasındaki iktidar mücadelesinde olduğu kadar, öznel olarak da bireyler açısından sosyal hayatla iletişim kurma, ideallerini gerçekleştirme, yüksek statü edinme, sınıf atlama, sosyal çevre değiştirme gibi amaçlar için vazgeçilmezdir.

Giddens, siyaset alanının bu bakımdan devlet kurumlarının çok ötesine uzanan kapsamına ve işlevselliğine işaret eder. Ama her şeyden önce siyasetin güç, otorite ve

devlet kavramlarıyla derin ilişkisini irdeler. Çünkü kabul etmek gerekir ki, siyasal hayatın tamamı güç kavramının gölgesinde gelişir (Giddens 2000: 360). Belki de siyaset-medya ilişkisinin ana hatlarından birini de her ikisinin de bu kavrama yüksek düzeyde ortak bir ilgiye sahip olması teşkil eder. Güç, bireye veya gruba kendi çıkarlarının ya da düşüncelerinin dikkate alınmasını sağlama yeteneği veren bir şeydir. Otorite ise, gücün meşru kullanımını sağlar. Bir hükûmetin otoritesine boyun eğenlerin rızası meşruiyeti sağlar. Devlet burada, belirli bir toprak parçası üstünde egemen olan, bir meşru sisteme dayanan ve politikalarını yürütmek için otoriter güç kullanma yeteneğinde olan bir siyasal aygıttır (Giddens 2000: 361).

Modern ulus devlet, geleneksel toplum yapısının aksine bireyin kendilerini yönetenlerin farkına varan ve yönetim üzerine düşünen, etki süreçlerine katılan, düşüncelerinin temsil edilmesine ilgi duyan bir vatandaş olgusunu öne çıkarmıştır. Vatandaşlık, siyaset kurumu aracılığıyla toplum fertlerinin politik topluluğa aidiyetini daha fazla mümkün kılmakta, sorumluluk ve görev bilincine kapı açmaktadır (Giddens 2000: 361).

Demokrasi, halkın kendi hayatını doğrudan etkileyen kararlarla ilgili süreçlere müdahil olmak ve etkin olmak için imkân veren bir sistemdir. Bu sistemde halk kendi düşüncelerini veya eğilimlerini temsil eden partilere oy vererek, haklarını, çıkar ve düşüncelerini farklı siyasal pozisyonlar yardımıyla koruma bilinciyle hareket edebilmektedir. Demokratik sistem, sosyal kültürel grup ve eğilimlere bu imkânı verirken, insanlar arasında rekabet ve yarışma duygularını da harekete geçirir. İşte burada medya, yani kitle iletişim araçları bu mücadelede müthiş bir kaynak sunma potansiyeliyle öne geçer. Medyanın siyasetle ilişkisinde, yalnızca demokratik sistemde rekabet eden farklı görüşler ve anlayışlar için bir propaganda aracı olması söz konusu değildir. Medya bazen partileri, grupları ve hatta hükûmeti de aşarak, tek tek bireyler üzerindeki zihinsel denetimleri ve kontrolleri de devreden çıkartma yan etkisine sahiptir. Bugün Arap Baharı adıyla tanımlanan Tunus, Mısır, Suriye gibi otokratik yönetimlerin yaşadığı olgu, bir bakıma medyanın küreselleştirici etkisinin bireylere ve halklara yansımalarıyla ilgilidir. İnsanlar uydu yayınları ve İnternet medyası sayesinde kendilerini artık, diğer kültürler, ülkeler ve yönetimlerle kıyaslamakta, tepkilerini de bu sistemin anlayacağı şekilde dönüştürmektedir.

Küresel medya bize, aynı zamanda demokrasinin beşiği olan Batı ülkelerinin de kendi içinde yaşadıkları sistem krizlerini haber vermekte, küresel kapitalizme ve onun yarattığı çevresel sorunlara karşı, kendi içindeki tepkisel eleştiri ve protestoların nasıl etkisizleştirildiğini göstermektedir. Sermayenin küresel hareketi, ulus devletlerin demokratik sevk ve idare potansiyelini aştığı ölçüde, insanların kendi hükûmetlerine güvenleri azalmakta, dolayısıyla siyasete katılma istekleri zayıflamaktadır. Oysa medya, modern demokratik toplumda esas meşruiyetini bireysel özgürlükler ve sivil toplumun kendini ve haklarını ifade etme-korumaya dönük işlevleriyle sağlamaktadır. Bununla birlikte sermayenin medyaya yaklaşımı, medyanın şirket mantığıyla ilişkisi, bir şekilde

Sosyologlar bu bakımdan yeni medya teknolojilerinde bu toplumu dönüştüren ve zihinlere tahakküm eden gizli güce yönelik araştırmalarla ilgilerini gösterirler.

demokratik sistemin meşruiyetini sarsacak katılım sorunlarına yol açmaktadır.

Burada özellikle medya siyaset ilişkisini hangi eksenle analiz etmeliyiz sorusu önem kazanmaktadır. Siyasal ve ekonomik iktidar araçları, güç oluşumları ile medya ilişkisinde “olması gereken”le “olan” arasında kapatılmayan daimî bir açıklık söz konusudur. İdeal olanla reel olan arasındaki bu ilişkiyi belirleyen mekanizma ya da sebepler modern devletin yapısında aranmalıdır. Medya bu anlamda ister otokratik despotik rejimlerin isterse liberal, kapitalist devletlerin elinde olsun, hiçbir zaman güç ve iktidar ilişkilerinden bağımsız değildir. Devlet aygıtı ve siyasal iktidar sosyal hayatın ekonomiden eğitime, siyasetten aile kurumuna kadar bütün kısımlarında yapısal ve hatta kültürel etkileşimin yönetim, denetim ve kontrolünü hem bürokrasi hem de kamuoyu oluşturma gücü olarak medya yoluyla sağlamaktadır. Ancak özellikle liberal ekonomilerde medya, piyasa güçlerinin yüksek bir iştahla sarıldığı ve hatta zorunlu olarak elinde tutmak istediği önemli bir enstrümandır. Bu enstrümanı elinde tutan iktidar sahipleri için, medyanın kamu yararına yönelik işlevleri, pratikte hep göz ardı edilebilir durumdadır.

Ancak siyaset hiçbir zaman toplumun yapısı kültürü ve değerler sisteminden ayrı şekillenmez, aynı zamanda sosyokültürel yapılar da siyasetin etkinlik ve sonuç görmeyi amaçladığı esas ekseni temsil ederler.

Medya belli bir dünyanın siyaset biçimlerini meşrulaştırmakta ya da yaygınlaştırmakta mıdır? Modernliğin küreselleşmesinde temel rol oynayan kitle iletişim araçları, bir yandan uzakları yakın etmiş, diğer yandan ise yerel olanı küresele taşımış, dünya çapında toplumsal ilişkilerin yoğunlaşmasını temin etmiştir. Bu diyalektik süreçte yerel kültür ve hayat dünyaları küreselin bir parçası hâline gelmekte, toplumsal etkileşim ve ilişkiler giderek artan bağımlılık kalıpları içinde şekillenmektedir. Ulusal kültür ve kimliklerin derin bir krize sürüklendiği modern küresel çağ, medya yoluyla bu krizi hem kişilik katlarında hem de evrensel boyutlarda yaygınlaştırmaktadır. İnsanlar gündelik hayatın yeme içme, giyim kuşam, dil ve iletişim gibi rutinlerinde ait oldukları ulusal kimlik ve kültüre özgü simgelerin zayıflaması ya da kaybolmasına ilişkin bir kaygıyı hissetmektedirler. Ancak medyanın bu süreci tersine çevirebildiğini de vurgula-

yan entelektüel varsayımlar ya da çevreler, bir nebze olsun yerel kültür çevrelerine ferahlama duygusu vermekteler. Bu varsayımı doğrulayan örnekler ise ne yazık ki, bu etkileşimin dengede olduğunu gösterecek düzey ya da derinliğe sahip görünmüyor.

Öte yandan küreselleşmenin ekonomik ve kültürel boyuttaki bağımlılık ilişkilerini hâkim kılıcı etkisi, ulus-devletlerin yönetsel güçlerinin de bir ayrılmaya uğramasına ve ulus devlet sisteminin giderek eski anlamından uzaklaşmasına yol açmaktadır. Modern devletin kendi sınırları içindeki özerkliği tartışma konusu olmakta, dünya üzerinde bazı Batılı ulusların bağımsız yönetimleri azalırken, bazı Uzak Doğu ülkelerinki artmaktadır (Giddens 1994, 63-65).

Türkiye’de Medya-Siyaset İlişkisinin Tarihsel Gelişimi

Türk siyasi hayatında medya ve siyaset ilişkisinin kökleri Tanzimat öncesine kadar uzanır. Osmanlının hemen bütün alanlarda Batı karşısında gerilediği ve yenilgi his-

sinin giderek kabul gördüğü bu dönemde, basın işlevi de daha çok Batı toplumunun gelişmişliğini teyit etmeye ve Osmanlının kurtuluşu için modernleşmenin etkilerini tartışmaya yöneliktir. Bir başka deyişle “basın” Tanzimat Döneminde, aydınlar vasıtasıyla toplumsal kurumların Batılılaşma ekseninde değişimine ve gündelik hayatın Batı kültürüne yakınlaşmasına hizmet etmiştir. Ancak basının bu dönemdeki siyasal problemlere ilişkin olarak, özellikle yönetimde yaşanan bozuklukların artışı, yönetimin halktan uzaklaşmasını, halkın ve kültürünün dışlanmasını ele alması ve bu konuların üzerine gitmesi de göz ardı edilmemelidir. Toplumun aydınlatılmasına dönük bu eğilim, basının tüketici kitlesine dönük paradoksal fonksiyonlarından da kaynaklanıyordu belki. Ancak devlet yöneticileri, memurlar ve bürokrasi üzerine yapılan eleştiriler, dönemin yöneticilerini medya üzerinde denetim ve gözetim yapmaya sevk etmiş, böylelikle özgürlüğü kısıtlanan basın bir anlamda “sansür” olgusuyla karşılaşmıştır. Basın diğer bütün değişimlere öncülük eden devlet desteğinden bağımsız olmadığı için resmî görüşün ötesine geçemiyor ve bağımsız fikir üretmiyordu. Bu yüzden basın, ayrılmış ve farklılaşmış sosyal sınıflardan ziyade, toplumu aydınlatmaya ve değiştirmeye adanmış aydınlara müthiş bir imkân sunuyordu. Zaten özel çıkarlarının ve hedeflerinin peşinde olan toplumsal gruplar ve sivil kuruluşların ortaya çıkması için daha çok zamana ihtiyaç vardı. Her ne kadar basında sosyoekonomik temelli sosyal grupların bir yansıması görülme de azınlıklar bağlamında etnik ve kültürel faaliyetler dikkat çekmektedir.

Osmanlı Devleti de basının iç ve dış kamuoyunu etkileme gücünden yararlanmaya çalışmış, bu anlamda örneğin II. Mahmut, azınlık basını birtakım maddi destek ve ödeneklerle yönlendirmiştir. İlk Osmanlı gazetesi olan Takvim-i Vekayi ise halkı iç ve dış olaylardan haberdar etmek amacıyla desteklenmiştir. Basının bir bakıma kamuoyunu yönlendirme işleviyle özdeşleşmesi, Tanzimat Dönemi yöneticilerinin onu bir siyasi araç gibi görmelerine yol açmıştır. Ancak bu aracın siyasi görevi, devletin ve toplumun Batı'ya yaklaşması ve Batılılaşması yönünde bir değer ifade ediyordu. Elbette basına atfedilen bu siyasal güdümlenme gücü, devlet dışındaki yapılanmaların da iştahını kabartmış, bu yüzden Abdülaziz zamanında basının denetim altında tutulması gerekliliği benimsenmiştir.

Sonraki dönemlerde özel çaba ve sermayelerle bazı gazetelerin çıkarıldığı (ilk özel gazete, 1860, Tercüman-ı Ahval), ancak bunların da taşıdıkları içerik nedeniyle büyük ölçüde aydın kesime hitap ettiği anlaşılmaktadır. İçeriği belirleyen bu durum esasen halk kesimlerinin gündelik hayatında gazete okumak gibi bir alışkanlığın henüz yaygınlaşmamasıyla da ilgilidir. Ancak diğer yandan basının toplumsal değişimde kendisine biçtiği toplumu aydınlatma yönündeki temel işlev de bir anlamda onun muhatap çerçevesini daraltıyordu. Bununla birlikte ilk gazetelerin süreç içinde nispeten resmî görüşün dışına çıkarak yaygınlaşabilmek amacıyla toplumun dertlerine ve okuyucuların fikirlerine yer vermeye başlaması da kaçınılmazdı. Toplumsal sorunlara basının ilgisi, eğitimden politikaya, ekonomik meselelerden yönetim sistemine kadar pek çok konuda zaman zaman eleştirel tavırların ortaya çıkmasına zemin hazırlamış, ancak bu eleştiriler mesela Tercüman-ı Ahval'in yayın hayatına başladıktan altı ay sonra kapatılması

Demokrasi, halkın kendi hayatını doğrudan etkileyen kararlarla ilgili süreçlere müdahil olmak ve etkin olmak için imkân veren bir sistemdir.

na yol açmıştır. Basından beklenen görev, daima mevcut durum ile uyumlu çalışması, resmî görüşün dışına çıkmaması ve olumsuzluklardan ziyade yapılan olumlu işleri halka yansıtması şeklinde olmuştur.

Toplumsal değişimin niteliğini ve yönünü belirleyen “özgürlük, yenilik ve ilerleme” gibi sembolik kavramlar halka basın yoluyla iletilebileceği için, Şinasi ve Namık Kemal gibi aydınlar da siyasi mücadelelerinde bu yolu seçmiştir. Gazeteler sosyal ve siyasi olayları kamuoyuna aktarma, iktidarın kötü yönetimini ortaya koyarak halka bu yolla özgürlük fikrini aşılama etkin araç konumuyla muhalif düşünce ve eylemlerin de odağını oluşturmuşlardır. Muhalif düşünce ve akımların basın yoluyla yürüttükleri siyasal mücadele, basının çeşitli vesilelerle susturulmasına yol açmış; bu durumda bazı gazete ve dergilerin yurt dışında, sürgünde çıkarılması söz konusu olmuştur. Bu bağlamda örneğin Ali Suavi yönetiminde yurt dışında yayınlanan “Muhbir” gazetesi, Yeni Osmanlıların görüşlerini savunma ve siyasi mücadelelerini yürütmelerine

Medya bu anlamda ister otokratik despotik rejimlerin isterse liberal, kapitalist devletlerin elinde olsun, hiçbir zaman güç ve iktidar ilişkilerinden bağımsız değildir.

imkân sağlamıştır. Batı'yla karşılaşmanın entelektüel etkisini, öncelikle siyasal projelerle yönetime ve topluma yansıtma isteyen Tanzimat aydınları, bu uğurda medyanın kitleleri harekete geçirici gücünden yararlanmak istemiştir. Basının gerek sosyal dönüşüm projelerinde gerekse siyasi mücadele ve sosyal muhalefette taşıdığı kitlesel etkileme potansiyeli, gazetelerin çıkış isimlerinde bile kendini göstermektedir: “İstikbal, Asır, Medeniyet, Terakki vd.” Basın yoluyla iktidar seçkinleri kendi politik mevzilerini sağlama alma, sınıfsal imtiyazlarını muhafaza etmeye çalışırken, muhalefetini medya üzerinden sürdürebilen sosyal gruplar da bir anlamda kendi seçkinlerini üretmiş oluyordu.

Basına sansürün en yoğun olarak yaşandığı II. Abdülhamit döneminde, rüşvet ve şantaj gibi yollarla muhalif sesler susturulmaya ve mali ödeneklerle âdeta besleme bir basın oluşturulmaya çalışılmıştır. Basına yönelik bu baskı araçları ve sansür eğilimindeki artış, yönetimin yapısıyla birlikte toplumsal çözülme ve karışıklığın yarattığı güvensizlik ikliminden de besleniyordu. Bir devrin “İstibdat” dönemi diye adlandırılmasında, pek çok sebebin yanı sıra özellikle basın üzerindeki sıkı denetim ve kontrolün, yazar ve aydınlarla yönelik baskı, sürgün, mahkûmiyet gibi caydırıcı yöntemlerin etkisi fazlasıyla öne çıkmaktadır.

Basının Osmanlı'nın sosyal hayatında bir kitle iletişim aracı olarak devreye girdiği dönem, aslında İmparatorluğun tam da bir çöküşe sürüklendiği zamana tesadüf etmiştir. Sosyal, siyasi ve ekonomik sorunlarla mücadele eden devlet, diğer yandan medya-siyaset ilişkisinde daha önce yaşamadığı bir olgunun hukuki ve kültürel sonuçlarıyla karşı karşıyaydı. Basın yoluyla fikirler, yorumlar, tenkitler Osmanlı'da Müslim ve gayrimüslimleriyle birlikte ayrılmış bir toplumun rutinlerini, katmanlarını daha önce görülmemiş bir şekilde etkileme, yönlendirme ve dönüştürme potansiyeliyle sarıyordu. Dolayısıyla bu süreçte medya-siyaset ilişkisi her şeyden önce bir “güvensizlik” temelinde geliyordu; bir yanda bütünlüğü ve varlığı tehdit adında olan bir devlet ve toplum algısı, diğer yanda yönetimi yaptıklarıyla ve yapamadıklarıyla rahatsız eden bir basın. Basının Türk tarihinde siyasetle ilişkisindeki bu güvensizlik boyutu, hem siya-

setin yapısında hem de medyada olumsuz bazı etkiler bırakmıştır. Sosyolojik anlamda medyanın kamuya verebileceği hizmetler, siyaset tarafından daha çok bir kamuoyu yönlendirme ve denetim altına alma işleviyle çarpıtılmış; medyada ise siyaset çoğu zaman karşılıklı çıkar ve iş birlikleri için bir sıçrama tahtası gibi görülmüştür.

Medya ve siyaset gibi toplumsal yapı içinde birbirinden bağımsız düşünülemez ve birbiriyle çok iç içe geçmiş iki kurumun ilişkisi, ancak ortak görev ve sorumlulukların bilinçli bir muhafazası ve koordinasyonu ile sağlıklı bir şekilde sürdürülebilir. Medyanın demokratik bir toplum içinde, kamuoyuna karşı halkın bilgi alma ihtiyacını karşılama, sosyal olay ve problemleri bütün boyutları içinde gösterme, toplumsal sorunlar karşısında taraf olan bütün düşünce ve eğilimlere eşit bir şekilde yer verme gibi görevleri vardır. Diğer yandan medya yönetilenler ile yöneticiler arasında bir aracı kurum olarak, yöneticileri toplumun sorunlarına karşı daha duyarlı hâle getirebilir. Bir başka deyişle medya, demokrasinin anlamına yaklaştıracak şekilde yönetilenlerin yöneticileri uyarma ve onları eleştirebilmelerine imkân sağlayan kurumdur.

Türkiye’de medya-siyaset ilişkisi, Osmanlıdaki serencamından itibaren, siyasal sistemden etkilenmiş ve şekillenmiştir. Siyasetin medyaya ilgisinin ötesinde, bireylerin siyasal tercih ve eğilimleri ile okudukları gazete ve dergiler arasında daima besleyici bir ilişki olmuştur. Hatta Türkiye’de siyasetin diğer kurumlar üzerinde fazlasıyla belirleyici olduğu dönemlerde (özellikle 80 öncesi) insanlar okudukları gazeteye göre siyasi kamplara ayrılıyor, gazete ve dergiler siyasi yelpazeye göre tanımlanıyor, günlük siyasi yaklaşım, eğilim ve kanaatler basın yayın tarafından siyasi grup ve cemaatlere taşınıyordu. Kısaca gazeteler, belli aktüel haberlerinin dışında siyasi bültenler gibi yayımlanıyor, belirleyici üst kültüre alternatif siyaset ekseninde gelişen paralel alt kültürler inşa edilmeye çalışılıyordu. Gazetelerin fikrî farklılıkları ifade etme, farklı düşünce ve anlayışların kendilerini ifade edebilmesinde önemi inkâr edilemez. Ancak siyasi bülten gibi çalışan gazetelerin tiraj rakamlarına göre bir kamuoyu baskısı oluşturma, tiraj üzerinden bir siyasi görüşün niceliksel egemenliğini sağlama gibi muhtemel yan etkileri, çoğu zaman medyanın kamuoyuna karşı esas görevlerinin önüne geçebilmektedir.

Medya sahipliği medya-siyaset ilişkilerinin doğasını büyük oranda etkilemektedir. Bir başka deyişle medyanın mülkiyet yapısı, medya araçlarının kimlere ait olduğu ve sahiplerinin siyasal tercihleri daima tartışmaların ekseninde yer almıştır. Medyada tekelleşme, rekabet ve kalite arayışını zayıflatan iktisadi tekelleşme gibi ciddi riskler içerir. Tekelleşmiş bir medya demokratik çoğulculuğu, kültürel farklılıkları ve sivil toplumu tehdit eden, insanların karar ve eğilimleri üzerinde otoriter bir kontrole imkân veren bir olgudur.

Esasen medyanın demokratik bir toplumda yasama, yürütme ve yargı erklerinin yanında, onları denetleyip, dengeleyen dördüncü bir erk olduğuna ilişkin varsayım, medyada tekelleşme ya da salt bir iktidar organı hâline gelme eğilimlerini olumsuzlaştırmaktadır. Tarafsızlık ve bağımsızlıkla ilgili bu teorik varsayımın birlikte pratikte med-

“Basın” Tanzimat Döneminde, aydınlar vasıtasıyla toplumsal kurumların Batılılaşma ekseninde değişimine ve gündelik hayatın Batı kültürüne yaklaşmasına hizmet etmiştir.

ya kuruluşları ile siyasal iktidarlar ya da küresel güçler arasında hep bir bağımlılık ilişkisi olmuştur. Toplumun haklarını gözetme ve temsil etmek yerine, belli güç odaklarının hizmetine koşulan bir medyanın saygınlık ve güvenilirliği de giderek azalmaktadır. Medya-siyaset alanındaki bu bozuk işlevini, eğlence, magazin ve popüler kültüre anjaje olarak muhtemel tepkileri nötrlemeye ve telafi etmeye yönelebilmektedir. Siyasal sistemle ilgili kurumsal fonksiyonlarını kaybeden medya, popüler kültür ve tüketimin yaygınlaşması işinde önemli işlevler kazanır.

Türkiye’de medyanın siyasetle kurumsal ilişkisi Cumhuriyet Döneminde farklı dönemlere ayrılabilir. Evrelerde farklılaşan rol ve görevleriyle ele alınabilir. Cumhuriyetin ilk yıllarında siyasi ve ekonomik gelişmenin yapısına uygun bir şekilde basının, daha çok iktidarın sesini topluma duyuran bir resmî gazete niteliğinde olması söz konusudur. Basın Kongreleri ve Matbuat Kanunları gibi düzenlemelerle basının modernleşme, çağdaş medeniyetler seviyesine ulaşma, inkılaplar ve yenilikleri halka an-

Basından beklenen görev, daima mevcut durum ile uyumlu çalışması, resmî görüşün dışına çıkmaması ve olumsuzluklardan ziyade yapılan olumlu işleri halka yansıtması şeklinde olmuştur.

latma gibi amaçlara hizmet etmesi sağlanmaya çalışılmıştır. 1939-1945 yılları arasında II. Dünya Savaşının başlaması ve İstanbul bölgesinde sıkıyönetim ilan edilmesi basın özgürlüğünü olumsuz etkilemiş, bu dönemde Bakanlar Kurulu gerekli gördüğü anda dilediği gazeteyi dilediği kadar kapatma hakkına sahip olmuştur. Çok partili hayata geçinceye kadar Türk basınının tek parti yönetimine özgü birtakım baskı ve engellemelere maruz kaldığı görülür. Siyasal olumsuzlukların yanı sıra iletişim alanındaki altyapının ve ulaşım imkânlarının yetersizliği, okuyucu potansiyelinin düşüklüğü, ilan ve reklam gelirlerinin zayıflığı gibi sosyoekonomik sebeplerde buna eklenince gazetelerin siyasetle ilişkisi bir destek ve itaat ilişkisine mecbur hâle geliyordu. 1950’li yıllara kadar geçen dönemde medyanın siyasal yapıdaki merkezîyetçi, devletçi ve milliyetçi karakteristiklerle özdeşleştirile-

bileceğini görüyoruz. Medya, çevreye karşı merkezin hegemonik söyleminin ve çıkarlarının temsilcisidir daha çok. 1950’li yıllarla birlikte siyasal sistemin yapısında meydana gelen değişme, medya-siyaset ilişkilerine de özgül bir yansıma bırakacaktır. Ancak bu dönemde de zaman zaman muhalif basını susturmaya yönelik yasal düzenlemelerin yapılması dikkate değerdir. Çok partili hayat her ne kadar demokratik liberalleşmenin yolunu açsa da bu dönemde de siyasal iktidarın yandaş bir basın yaratmak için, yasal düzenlemeler dışında resmî ilan ve kâğıt tahsisi gibi ekonomik müeyyideleri kullandığı görülmektedir.

1960-1980 arası dönem, Türkiye’de üç askerî müdahalenin yaşandığı ve siyasal düşünce akımlarının kutuplaştığı, radikalleştiği bir dönemdir. Darbelerde basın özgürlüğü kısıtlanmış, gazeteciler tutuklanmış ve basın sıkı denetim altına alınmıştır. Darbe sonrası dönemlerde yapılan yasal düzenleme ve anayasalarda ise basın özgürlüğü güvence altına alınmaya çalışılmıştır. Ancak yine de muhtıra ve darbe dönemlerinin hemen akabinde yürürlüğe giren olağanüstü hâl ilanları yöneticilere her türlü basılı malzemeyi incelemeyi, sansür ve matbaaları kapatmaya kadar yetki verir. 1980’li yıllara kadar çok sayıda gazeteci ve yazar tutuklanmış ve çeşitli cezalara çarptırılmış, bazı ga-

zete ve dergiler toplatılmış, yayınevleri ve matbaalar kapatılmıştır. Darbelerle siyasal alanda yaşanan kırılmalar, medyada da karşılığını bulmuştur. 1983 yılında Anavatan Partisinin iktidarıyla Türkiye’de siyasal, ekonomik ve toplumsal hayatta neo-liberal politikalar yönünde bir değişim başladı ve bu değişimden medya da nasibini aldı. Bu dönemle birlikte hem iletişim alanında altyapı yatırımları artmış hem de iletişimde özelleşme ve teşvik olgusu artık tek kanal olan televizyonun yanında özel radyo ve televizyon yayınlarının başlamasına zemin hazırlamıştır.

Siyasal yasakların kalkması, medya için biraz daha özgürlük anlamına geliyordu. Öte yandan yeni dönemi simgeleyen neo-liberal politikalar, büyük ölçüde iletişim imkânlarıyla birlikte yürüyebileceği için Özal iktidarı medyanın bu gücünü kullanma konusunda bütün fırsatları kullanmıştır. Turgut Özal siyasi arenada medyanın müthiş etkisini devreye sokmak için, devletin bazı imkanlarını medyaya transfer etmede cimri olmadı. 80 sonrası dönemde medyanın öne çıkardığı mesleklerden birisi de reklamcılıktı. Reklam sektörü hem siyasette hem de şirketler bağlamında medya sayesinde yıldızı parlayan bir alandı. 80’li yıllarla birlikte yüksek teknolojinin desteğinde kurulan yeni medya devleri gazete ve televizyonlar magazin ağırlıklı popüler kültürün üretiminde de başrolü oynuyordu. Medyanın kendi içinde ise medya sahiplerinin holding ve şirket bağlantıları, tekelleşme olgusunun çatışmalarına sahne oluyordu. sonuçta yaşanan bu gelişmeler, kamuoyunda medyaya olan güveni sarsıyor, medya ise bu hengamede kendine yeni rol ve işlevler keşfederek çıkmaya çalışıyordu. 1990’lı yıllarla birlikte medya-siyaset ilişkisi yoğunlaşarak, medya sahipleri ellerinde bulunan gazete ve televizyon kanallarını âdeta bir silah gibi kullanmışlardır. Medya patronları bu silah sayesinde iktidarlara ve diğer güç odaklarına yakınlık kurarak büyük mali fırsatlar elde etmişlerdir.

Medyanın bu yeni dönemde kitleler nezdinde artan etkisi, diğer demokratik kurumlar olan siyasal partilerin ve sivil toplum kurumlarının halkın beklentilerini yeterince karşılayamamasına ve etkisizliklerine bağlanmıştır. Medya, artan siyasi parçalanmışlık içinde siyasi popülizmin aracı hâline gelmiş, kararsız seçmenlerin oylarını etkilemek için medyada etik olmayan bazı usuller devreye sokulmuştur. Medya sadece seçim kampanyalarında bir iletişim aracı olarak kalmamış, artık kamuoyu yoklamaları ile halkın siyasal tercihleri üzerinde etki yapılmaya çalışılmıştır.

Seçim sonrası dönemlerde ise iktidar partileri yaptıkları icraatları halka duyurabilmek için medyaya büyük gereksinim duymuşlardır. Bu dönemde medyayla ilişkileri iyi kuramayan iktidar ya da muhalefet partilerinin çok ağır medyatik yıpratmalara ve kampanyalara maruz kalmaları özel bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya ve ekonomik-siyasal güç merkezlerinin karşılıklı bağımlılığının arttığı dönemlerde medya çoğu zaman dolaylı veya doğrudan müdahalelerle yönlendirici bir siyasal aktör hâline gelmektedir. Medya bazen de belli dönemlerin ruhuna uygun yayınları yönlendirerek öne çıkardığı söylemlerle, bu söylemleri temsil eden partilerin başarılarını artırmakta ya da zayıflatmaktadır. Medya ile siyasetçiler arasındaki etik olmayan

Siyasetin medyaya ilgisinin ötesinde, bireylerin siyasal tercih ve eğilimleri ile okudukları gazete ve dergiler arasında daima besleyici bir ilişki olmuştur.

ilişkiler çoğu zaman her iki kurumun da zararına olabilecek sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum özellikle holdinglerin ve büyük iş çevrelerinin medyaya el attığı 80 sonrasında gelişme kaydetmiştir. Kuşkusuz bu süreçte kapitalist tüketim kültürünün ve reklam olgusunun büyük holdingler açısından taşıdığı önem teşvik edici olmuştur. Ancak piyasa olgusu sadece ekonomik verileri kontrol altında tutarak yönlendirilememekte, bunun için siyasetin de bu denetim işinde rol alması gerekmektedir. Zaten medyanın siyasete ilgisi ve ilişkisi de daha çok buradan gelmektedir. Dolayısıyla bu süreçte bilgilendirmeye sınır getiren, özgürlükleri tehlikeye atan ve güven sarsan bir tekelleşme söz konusu olmaktadır.

Sonuç

Günümüz dünyasında medya bireyin öznel dünyasından küresel topluma kadar bütün sosyal ve kültürel dünyayı etki altında tutmaktadır. Küreselleşme sürecinde medyanın, mesafeleri ve sınırları izafileştiren, farklı kültürleri benzeştiren, eş zamanda uluslararası gruplar, kurumlar, hareketler ve değerler üreten özel işlevleri bütün yönleriyle tartışılmaktadır.

Darbelerde basın özgürlüğü kısıtlanmış, gazeteciler tutuklanmış ve basın sıkı denetim altına alınmıştır.

Medyanın siyasetle ilişkisi de çok boyutlu olup, bu etki birey düzeyinde siyasi tutum ve davranışlardan parti ve siyasi politikalara, siyasi grup ve söylemlerin nüfuzunun artması veya azalmasından, hükümet politikaları veya uluslararası siyasetin yönlendirilmesine kadar uzanır. Ancak toplumsal bir kurum olarak medyanın siyasi eğilim, tutum ve davranışlardan, süreç, söylem ve stratejilere kadar geniş bir yelpazeye yayılan sosyopolitik ortamı manipüle etmeksizin, ka-

musal alana yönelik birtakım sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluklar salt basın ahlak yasası gibi yasal düzenleme ve mevzuatlarla kayıtlı olmayan daha geniş bir ahlak ve değerlendirme çerçevesini içermektedir. Bir toplum ve kültür çevresinde varlığını sürdüren medya araçları, yayın politikalarında her şeyden önce ait oldukları toplumsal çevrenin tarihsel ve kültürel dünyasından gelen değerler ve hassasasiyetlerine saygı göstermek durumundadır. Medya, seslendiği kitlenin köklerinden gelen sesine kulak vermez, onu anlamaz ve sorunlarına duyarsız kalırsa, artık içinden çıktığı toplumun medyası olmaz, daha ziyade yabancılaşmayı ve yozlaşmayı vurgulayan kavramlarla tanımlanır.

Medya modern çağın devasa kurum ve problemleri karşısında giderek katılımsız özneler hâline gelen bireylerin, kendilerinin ve çevrelerinin farkında olmalarını sağlayacak özel bir kurumdur. Kitle iletişim araçları bu farkındalığı sağlamanın yanı sıra hayatın her alanında insani ve toplumsal bilinci risk ve tehlikelere karşı uyarma, sorunların çözümü için uygun zeminler hazırlama, kültür ve sanat alanında nitelikli çalışmalarını destekleme, sosyal gerilim ve çatışmaları azaltma gibi fonksiyonları da icra edebilecek en yaygın ve uygun zemindir. Medya-siyaset ilişkisinde toplumsal ve kültürel hayata yansıyan etkileşimin boyutları dikkate alınır, yukarıda içeriği verilmeye çalışılan sorumlulukların daha da hassas bir düzey kazandığı anlaşılır. Bu bilinç ve duyarlılığı dikkate almayan bir siyaset-medya ilişkisi, sosyokültürel hayatın sürekliliğini riske edecek çatışma potansiyeli taşır. Toplumun birlikteliğini temin eden değerler ve normların, medya-siyaset ilişkisinde de göz önünde tutulması gerekmektedir. Siyasi tutum ve dav-

ranışları belli güç odaklarının çıkarlarına hizmet edecek şekilde yönlendirmeye çalışan bir medya, hem siyaset hem de iletişim kurumlarına olan güvenin sarsılmasına yol açacaktır. Türkiye’de medya-siyaset ilişkileri, sosyopolitik iktidar yapılanmasına göre dönem dönem şekillenmiş, otokratik dönemlerde yasal düzenlemelerle baskı altına alınan ve verili siyaseti meşrulaştırmaya koşulan medya, neo-liberal politikaların güçlendiği dönemlerde de ulusal ve küresel sermaye eksenindeki siyasi manipülasyonlara açıklık niteliği kazanmıştır. Dolayısıyla medya ve siyaset gibi alt sistemlerin genel sosyal ve kültürel sistemden bağımsız salt küresel piyasa ekseninde yapılanması, sonuçta liberal siyasetin öncü kavramları olan özgürlük, çoğulculuk, hukukun hâkimiyeti, özel hayatın dokunulmazlığı ve farklılıkların bir arada yaşayabilmesi gibi modern değerleri içi boş, anlamsız sloganlara dönüştürebilecektir.

Kaynaklar

- Giddens, Anthony (1994), *Modernliğin Sonuçları*, çev. Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, Anthony (2000), *Sosyoloji*, Yay. hzl. Hüseyin Özel-Cemal Güzel, Ankara: Ayraç Yayınları.
- Kürne, Halis (2008), *Türkiye’de Medya Siyaset İlişkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İnal, M. Ayşe: “Medyanın Etkisi Sorunsalına Başka Bir Bakış”, *Medya ve Toplum* (ed. Sevdâ Alan-kuş), İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları.
- Marshall, Gordon (1999), *Sosyoloji Sözlüğü*, çev. Osman Akinhay-Derya Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Yağma, Gülçin (2010), *19. Yüzyıl Siyaset ve Medya*, Kocaeli Üniversitesi Stratejik Araştırma Merkezi.