

DEMOKRASİ VE BASIN

Önder ŞENYAPILI

Sağlıklı Çözömlmeler İçin Gereksinilen Kavram Açıklığı

Sanayi Devrimi «kitle üretimi» ni olanaklı kıldı. «Kitle» sözcüğü yaygın olarak kullanılıyor ama, bu yazının yazarı «yığın» karşılığını yeğliyor. Dolayısıyla, «kitle üretimi» değil, «yığın üretimi»; «kitle toplumu» değil, «yığın toplumu»; «kitle partisi» değil, «yığın partisi»; «kitle demokrasisi» değil, «yığın demokrasisi»; «kitle iletişim araçları» değil, «yığın iletişim araçları» diye geçecek bu yazıda.

Dile ilişkin bir açıklama yapılmaya çalışılırken, bir nokta daha aydınlandı: Başına «yığın» sözcüğü eklenmiş çok çeşitli kavram var.

Burada, ivedilikle şu da vurgulanmalı: «Yığın üretimi» ne olanak sağlayan Sanayi Devrimi, öteki «yığın» lı kavramların gelişimine de yol açtı.

— «Yığın» sözcüğü Sanayi Devriminden önce kullanılmıyor muydu?

Kullanılıyordu. Kullanılıyordu ama, bugünkü içeriğiyle değil. Sözcüğün yabancı dillerdeki karşılığının, örneğin, İngilizce'deki «mass» sözcüğünün, 15. Yüzyıldan bu yana, çeşitli anlamlarda kullanılageldiği biliniyor. Anılan Yüzyılda, yoğrulabilen ya da dökülebilen — öteki bir söyleyişle — döküme elveren bir maddenin yapısını anlatmak için kullanılmaktaymış. Sözcüğün kökeni, belki de, «hamur yoğurmak»tan geliyor. Bir de yukarıdaki anlamının bir uzantısı olarak, bir maddenin çokluğunu belirtmek amacıyla da kullanılmakta Onbeşinci Yüzyılda. Sonra, önemli ama, ayrımlı anlamların geliştirildiği gözleniyor. Bir: «belirli bir biçimi olmayan ve ayırdedilemeyen» anlamına; iki: bir «yoğun birikim» i anlatmakta kullanılmaya başlanıyor.

Gerek toplumsal gelişmelerle ilişkili araştırma kaygılarının, gerekse «sanayileşme» nin önce yabancı ülkelerde önemsendiği ve başladığı gözden uzak tutulmazsa, «yığın» sözcüğünün açıklanmasında yabancı dillerdeki karşılığına başvurulması yadırganmamalıdır.

Shakespeare'in Othello'sunda şöyle geçiyor:

«Yığınla şey anımsıyorum ama, açık - seçik değil.»

Onaltıncı ve Onyedinci Yüzyıllardan kalan kitaplarda «yığın» sözcüğünün şu ya da bu anlamıyla kullanıldığına tanık olunuyor. Bugünkü kullanılışındaki «toplumsal» içeriğini 1789 Fransız Devriminden sonra kazandığı izleniyor.

1833 yılında yazdığı ve «İngiliz Sanayi İşçileri» ni konu alan kitabında Gaskell'in, «buhar makinesi nüfusu yoğun yığınlar halinde bir araya topladı» yargısına vardığı okunuyor.

Bu yazının başında, «yığın» kavramının Sanayi Devrimi aşamasında kazandığı önem vurgulanmıştı. Sanayinin «kitle üretimi» ne olanak verdiğine ve aynı zamanda nüfusun belirli noktalarda aşırı biçimde yığılmasına yol açtığına değinilmişti. Gerçekten de, geçen Yüzyıl İngiltere'sine bakıldığında, sanayi gelişimine koşut olarak, kırdan kopan nüfusun sanayi yer aldığı «kentler» de yığılmaya, birikmeye başladığı görülüyor. Ondokuzuncu Yüzyıl İngiltere'sinde ortaya çıkan bu gelişimin sanayileşmesi gecikmiş Türkiye'de, özellikle, 1950 yılında izlenmesine karar verilen ekonomi politikasıyla birlikte yaşanmaya başladığı bilinen bir olgu, 1950'den beş yıl önce de, tek partiden «çok partili demokratik rejim» e geçilmesi kararı alınmış, 1946'daki ilk birden çok partinin katıldığı genel seçimlerden sonra, 1950'deki ikinci genel seçimlerde iktidar el, daha doğrusu, parti değiştirmişti.

İktidara gelen Demokrat Parti, ilk «yığın partisi» ydi Türkiye'de.

1950'den bu yana 38 yıl geçti. «Demokrasi» nin benimsenmesinden bu yana ise 43 yıl. Henüz, yarım yüzyıl bile tamamlanmış değil. Ama, toplumumuz, «anarcı demokrasi» lerin, ya da «kentsoylu (burjuva) demokrasi» lerin geçtiği aşamaları, yeni koşullar altında, yeni evrensel ilişkiler içerisinde, teker teker aşıyor. Bugün yaşamakta olduğumuz olayları daha iyi anlayabilmek, bazı evrimleri iyi bilmeye bağlı. Bizim geçtiğimiz evreleri bizden önce geçmiş olan toplumlardaki gelişimleri incelemenin yararı, böyle bir bilme isteği ortaya çıktığında önem kazanıyor.

Örneğin, 38 yıl önce Türkiye'de yeni bir ekonomi politikası izlenmesi kararı verildiğinde, Türk toplum yapısının önemli değişimlere uğraması için de karar verilmiş oluyordu. Bugünün Türk toplumu bir «tüketim toplumu» dur. Ya da, bir «yığın toplumu» dur. Ve bir yığın toplumu, dolaysız olarak, sanayiinin gelişimine bağımlı olarak biçimlenen bir üründür. Sanayiinin, ya da bir öteki anlatımla, yalnızca tarıma dayalı bir ekonomik yapıdan, tarım dışı etkinliklerin de ağırlık kazandığı bir yapıya geçilmesiyle ve elbette, temel üretim ilişkilerine bağımlı olarak oluşan toplumların «yapısal» özelliklerini betimlemekte kullanılan niteler, ülkeden ülkeye değişmez. Her toplum için ayrımlı niteler kullanılmaz.

Güncel siyasal, ekonomik ve toplumsal olaylar yorumlanırken bazı kavramlar, çoğunlukla, ya içeriği savsaklanarak, ya pek fazla irdelenmeksizin, kolayca kullanılıp geçiliveriyor. Oysa, güncel gelişimlerin sağlıklı yorumu ve değerlendirilmesi, işte o bazı kavramların iyi belellenmesine dayalıdır.

Çağdaş Yaşamda «Yığınlar» Ne Anlama Geliyor?

Çağdaş kullanılışında «yığın» ya da «yığınlar» sözcüklerinin belli başlı iki anlam yüklendiği söylenebilir.

Birincisi olumsuz: Eski «avam» sözcüğüyle, giderek «ayak takımı» deyiimiyle anlatılmaya çalışılan; aşağılanan, hor görülen, cahil insanlar «kalabalık» ı anlamında kullanılıyor.

İkincisi, birincisiyle taban tabana zıt: Gene bir kalabalığı tanımlıyor ama, bu kalabalığı olumlu ya da potansiyel olarak olumlu bir toplumsal güç gibi görüyor.

«Yığın toplantısı» deyiimi ikinci anlamda, öteki bir söyleyişle, olumlu anlamında kullanıma örnek. Ortak toplumsal bir amaçla insanların, ya da istenirse, kalabalıkların bir araya gelmesi anlatılıyor. Ama, «yığınlar bazı kimselerin isteklerini kendi istekleri sanırlar» diye konuşulduğunda, «yığınlar» sözcüğü birinci anlamında kullanılmış demektir.

«Yığın toplumu» deyiimi birinci anlamı, öteki bir anlatımla, aşağılayıcı anlamı içeren bir deyim. Tıpkı, «yığın beğenisi», «yığın pazarı», «yığın uygarlığı», «yığın demokrasisi», «yığın eğlencesi», vb. gibi.

Öte yandan, «yığın eylemi», «yığın örgütü», «yığınların yükselişi», «yığın protestosu» gibi kullanımlar, ikinci anlamdaki kullanımlar. Türkiye'de «demokratik yığın örgütleri» nin işlevi, bugünlerde en çok tartışılan konulardan biri. Geçmiş iktidarların anılan örgütlere karşı tavır takındığı biliniyor.

Yukarıda sıralanan deyimleri biribirine karşı kavramlar olarak kullanıp «yığın» ya da «yığınlar» sözcüklerinin kullanışa göre nasıl ayrımlı anlamları amaçladığını sergilemek olanağı var. Örneğin, «yığın toplumu» na karşı «yığınların başkaldırması» beklenir; örneğin, «yığın iletişimi» ne karşı «yığınların protestosu» söz konusudur; örneğin, «yığınlaştırma» ya, —yani, özelliklerini yitirmesini sağlayarak «standardize etme» ye karşı «yığın örgütü» nün uyarıları ya da «yığınların örgütlenmesi» yle engel olunabileceği öne sürülür.

«Yığın psikolojisi» ni anlamak, «yığınların görüşü» nü almak, «yığın beğenisi» ni araştırmak, «yığın pazarı» nı denetlemek, «yığın iletişim araşları» ndan yararlanmak gibi siyasal içerik dışındaki, bir anlamda bilimsel ya da «nötr» çağdaş kullanımları anlamak da yerinde olacak. Çok zaman, «geniş yığınlar», «geniş halk yığınları», «halk yığınları» gibi deyimlerin sık sık kullanıldığı da bilinmektedir. Bu kullanımlarda belirlenmek istenenler, çalışanlar, emekçiler, işçiler, düşük gelir toplulukları ya da toplumun alt-orta tabakalarını oluşturan nüfustur genellikle. Zaman zaman da, daha bölümlü anlatımlar için yararlanılmaktadır. Örneğin, «yoksul halk yığınları» diye vurgulanmakta; örneğin, «dar gelirli yığınlar» diye altı çizilmektedir.

Özetlenmek istenirse, özellikle sanayiinin gelişimiyle birlikte, tarım dışı etkinliklerin mekanı olan «kentler» e yığılmaya başladı nüfus. Kentler kalabalıklaşmaya başladı. Dolayısıyla, fiziksel bir yığılma, nüfusun fizik mekanın bir noktasında yoğunlaşması olayı doğdu. Bu bir. İkinci olarak, işçilerin iş yerlerinde, sanayi işletmelerinde ya da daha yaygın deyimle, fabrikalarda yoğunlaşması oluştu da görüldü böylece. Bu ikinci tür yığılma, yoğunlaşma, bir anlamda, makineyle yapılacak üretim etkinliğinin gerektirdiği, genetiksel bir yığılma; bir anlamda da, büyük ölçekli ve kollektif üretimin gerçekleşmesi sonucu zorunlu olarak ortaya çıkan iş ilişkilerini dile getiren toplumsal yığılma anlamında. Son olarak, anılan yığılmalarla ilişkili biçimde, bir örgütlü (ya da önce, örgütle-

nen) işçi sınıfı ortaya çıkıyor ki, bu da, «toplumsal ve siyasal» bir yığılmayı gündeme getiriyor.

Açıklamalardan şu çıkıyor: «Yığınlar» sözcüğü, sanayileşme dolayısıyla beliren ve az önce sıralanan yığılmalardan herhangi birini anlatmakta kullanılan bir terim.

Sıralanan yığılmalar biribirileriyle ilişkili olduklarından ötürü terimin belirli bir birlik içerisinde kullanıldığını öne sürmek de olanaklı. Örneğin, kentleşme dolayısıyla «yığınlar bir araya geliyor», terim olarak «yığınlar toplantısı» gerçekleşiyor. Fabrika, dolayısıyla, bir bakıma işçilerle de ilişkili ama, daha çok yapılan şeylere bağlı olarak «yığın üretimi» terimi kullanılıyor. Çalışan sınıflar dolayısıyla «yığın eylemi» kavramı türetiliyor. Türetilmiş.

«Yığın» ya da «yığınlar» sözcüklerinin, özellikle siyasal kullanımında görülen ayrımlar, — ayrımlı anlamlar, yığınların toplumsal eylemler içerisinde özne ya da nesne olarak değerlendirilmesinden kaynaklanıyor.

Yığın Toplumu

Türkiye'de Yirminci Yüzyılın ikinci yarısından sonra yaşamaya başlanan gelişimler, Avrupa'da Ondokuzuncu Yüzyılın sonlarında yaşamaya başlanmıştı. Ya da, şöyle bir anlatım da yeğlenebilir: Önce kendi toplumunu bir «yığın toplumu» yapısına sokan Avrupa'daki çağdaş anamalcı (kapitalist), daha sonra, kazancını maksimize etmek (kazanç düzeyini olanaklı en üst düzeye çıkarmak) amacıyla öteki toplumlara uzattı kolunu.

Türkiye'de 1950 yılında izlenmesi kararlaştırılan ekonomi politikasının, eninde sonunda bir «yığın toplumu» yaratması kaçınılmazdı. Nitekim, bugün tüm anamalcı ülkeler toplumları için kullanılan terimler Türkiye için de geçerli. Tüketim malları sanayii gelişti ve bu dalda «yığın üretimi» yapılıyor. TV yayınları başlayınca da «yığın eğlencesi» ne olanak veren sinema salonları sayısı baş döndürücü bir hızla arttı. Örneklenirse: 1945 yılında Türkiye'deki kapalı sinema salonu toplam sayısı 200 iken, 1970'te 1550'ye yükseldi. Sinema izleyicisi sayısı, gene aynı yıllar arasında 20 milyondan 110 milyon kişiye ulaştı. «Yığın reklâmı» konusunda herhangi bir örnek vermeye ise, gerek yok. Basın organları, işitsel ve görsel iletişim araçları, sokak duvarları, karayollarının

iki yanı, dağ, taş, bayır tüketim mal ve hizmetlerinin gerek biçimsel, gerekse içeriksel düzeyi «yığın» sözcüğünün, yukarıda açıklanan aşağılayıcı anlamını doğrulayıcı adilikte reklâmlarıyla dolup taşıyor. Yıllık reklâm harcamaları toplamı çoktan 1 milyar TL'ni aştı. Ve her yerden fişkırان bu reklâmlar, bir «yığın pazarı» yaratmayı becerdi. Öteki bir anlatımla, aşırı bir iştihâ ile tüketmeye, daha çok tüketmeye alıştırdı yığınları. Böyle bir «yığın pazarı» yaratılmasında, «yığınlar» a ulaşabilecek araçlar, reklâm araçları gerekmektedir her şeyden önce. Dolayısıyla, öncelikle «yığın basını» gerçekleştirildi. Daha sonra da, öteki ve çok daha güçlü «yığın iletişim aracı» olan TV yayıma geçirildi. Pazarı, tüketim pazarını daha da büyütebilmek amacıyla.

Basın organları, bu gelişim süreci içerisinde üstüne düşen işlevi yerine getirebilmek kaygısıyla, daha 1950'lerde gerekli uyarlamaları yaptı ve ilk «yığın pazarı», gazetelerce gazete için oluşturuldu. Ama, anılan pazarın oluşturulabilmesi toplum açısından yararlı mı, yoksa zararlı mı oldu sorusuna yanıt aranıyorsa, özetle şunu vurgulamak gerekli: Basın organları, ikidebir yakınılan ve de aşağılanan «yığın kültürü»nü kökleştirdiler.

Burada, gene tartışmanın başına dönmek gerekiyor: Tüm bu gelişmeler, yalnızca tarıma dayalı bir ekonomik yapıdan, tarımdışı etkinliklerin de ağırlık kazanacağı bir ekonomik yapıya geçişi ve bu geçişte temel üretim araçlarının özel ellerde toplanmasına olanak veren bir ekonomik sistemin uygulanmasını öngören temel kararın sonucu. Türkiye'de 1950'de kurulan ilk DP ve de ilk Menderes Hükümeti Programı, belirtilen özellikleri taşıyan bir ekonomi siyasası ve ekonomik sistemin benimsendiğinin belgesi.

Bir anımsatma daha yapmak gerekiyor: Yukarıda, önce kendi toplumunu bir «yığın toplumu» yapısına sokan Avrupalı çağdaş anamalcının, daha sonra ülkesi dışındaki toplumlara kol uzattığına değinilmişti. İşte, 1950'li yılların başında verilen kararlarda «dış dinamikler»in önemli payı olduğunu da vurgulamak gerekiyor.

Bu anımsatma ve vurgulamalardan sonra ise, 1950'li yıllarda Türkiye'de anamalcılığın (kapitalizmin) kurallarıyla tutarlı yapısal değişimler gözlemlendiği belirtilmeli.

Kırdan kopan, tarımla geçinme olanağını yitiren nüfus, yeni «iş» olanakları vaadeden kır-dışı yerleşimlere — «kentler» e — göç-

etmeye koyuldu. Hızla. Kentler kalabalıklaştı. Bir süre sonra, toplum yaşantısında, kentlerdeki nüfusun ağırlığı duyumsanmaya başlandı. Nitekim, siyasal iktidar değişikliği, 1973 genel seçimleri sonunda, ilk kez kentlerde gerçekleşti.

Yalnızca kırsal kesimin oylarına dayanarak iktidarda kalmayı plânlayan ve kalmaya çabalayan siyasal kuruluşlar, etkinliklerini yavaş yavaş yitiriyorlar. Nitekim, son iktidar değişikliğinin, gene, yalnızca kentleri ilgilendiren «yerel yönetim seçimleri» nden sonra gerçekleşmiş olmasını bir zamanlama tesadüfü olarak yorumlamaya olanak yok.

Kent yaşantısına yabancı «yığınlar» a yeni alışkanlıklar kazandırmak ve aynı «yığınlar» ın kent yaşantısıyla uyum kuramamaktan ya da kentte umduğunu bulamamaktan kaynaklanarak olası olumsuz tepkilerini önlemekte çeşitli araçlardan yararlandı. Örneğin, birer «yığın eğlencesi» olan futbol ve yukarıda değinilen sinema; örneğin, bir «yığın iletişim aracı» olan gazete, vb., yeni bir kültürün oluşmasını, «yığın kültürü» nün yerleşmesini sağladı.

Ana güdek, «yığın kültürü» nün ana ögesinin «tüketim» olmasıydı. Çünkü, «yığın toplumunun anamalcısı» nı ayakta tutacak tek destek, sağlam destek, «tüketim» idi.

«Yığın toplumu» dünyaya gelmesini, çağdaş anamalcı diye anılan «yığın toplumu anamalcısı» na borçlu.

Şimdi şu soruyu sormak gerekiyor: «Yığın toplumu» neden anamalcının çıkarına uygun düşüyor?

«Yığın Toplumu Kapitalisti»

Konu üzerinde kafa yoranların dediklerine bakılırsa, «yığın toplumu anamalcısı (kapitalisti)» eski anamalcıyı göre çeşitli ayrımlar gösteren, daha zeki, daha işbilir, daha uyanık bir girişimci. Eski anamalcı ne denli dar görüşlü ise, bugünkü, öteki deyişle, «yığın toplumu anamalcısı» o denli geniş görüşlü. İmgelemi, eski sözcükle, «hayali» oldukça geniş. Eski anamalcı ürettiğini satıp artırabildiği ile zengin olurken, şimdiki malının satılması için kollarını kavuşturup beklemiyor. Satamıyorsa, satabilmenin çaresine bakıyor. «Kendi pazarını kendi yaratıyor».

Kendi pazarını kendi yaratmaktan öte, böyle bir olanağı sağlayacak ortamı yaratıyor öncelikle. Biliyor ki, elverişli bir «top-

lumsal» ortam yoksa, başarıya ulaşması olanağı da yok. Biliyor ki, elverişli bir «ekonomik» ortam yoksa, başarıya ulaşması bir düş.

Nasıl bir elverişli ortam?.. Ya da elverişli bir ortamı nasıl yaratıyor?..

Çağdaş anamalcı, çeşitli gelişimleri kendi yararına kullanmasını biliyor. Elverişli ortam, çeşitli gelişimlerin, ustalıkla, yararlı duruma sokulması sonucunda doğuyor. Örneğin, kentlerin kalabalıklaşması, nüfusun yoğunlaştığı yerleşimler olarak ortaya çıkmaları, kökünde, sanayiın gelişmesine bağlı; daha önce değinildiği gibi, tarım-dışı etkinliklerin de ekonominin genel yapısı içerisinde önemli bir pay almaya başlamasıyla birlikte bu olgu görülüyor. İşte, söz konusu kalabalıklaşma, çağdaş anamalcının işine geliyor. Eninde sonunda çağdaş anamalcının çıkarına hizmet ediyor. Çünkü, nüfus açısından böylesine yoğunlaşan bir yerleşim, üretilen mal ve hizmetlerin pazarlanmasına, çeşitli yeni hizmetlerin, örneğin, dinlenmeye ve eğlenmeye yönelik yeni hizmetlerin üretilmesi için gereksinimlerin belirmesine yol açıyor. Dolayısıyla, kentler nüfusunun artışı, kentlerin genel nüfus yapısı içerisinde daha yüksek oranda nüfusu barındırıyor duruma gelmeleri, sonunda, ürettiği mal ve hizmetler için iyi bir pazarın oluşmasını sağladığından ötürü çağdaş anamalcının işine geliyor. Kentler nüfusunun artışı sürdürmesi de.

Ama, elbette, satın alma gücü düşük, daha başka bir anlatımla, ekonomik açıdan yoksul kalabalıklar yeterli değil. Kentleri dolduranların mal ve hizmetleri satın alacak, tüketecek paraları da olmalı. Bu bakımdan, çağdaş anamalcı, kentleri dolduran kalabalıkların olanaklı ölçüde çok para harcamalarını sağlayıcı politikaların izlenmesini de istiyor. Dolayısıyla, iktidarların böyle bir politika izlemelerini sağlayacak gerekli girişimlerde bulunmaktan da geri durmuyor. Bir yandan da tüketim eğilimlerini kamçılayıcı her türlü önlemin uygulanmasına çaba gösteriyor.

Üretilen mal ve hizmetlerin çok çok satın alınmasını sağlayıcı yollar, görünüşte, geniş halk katlarının yararı gözetilerek alınmış önlemler gibi bir izlenim bırakıyor çok kimsede. Gerçekte öyle mi, değil mi diye düşünmek gerek. Örneğin, emekçilerin çalışma sürelerinin gerek yasalarla, gerekse toplu sözleşme gibi yasalara dayalı hakların kullanılmasıyla kısaltılması, paralı tatil günlerinin artırılması, sonuçta en çok kimin çıkarına yaramaktadır?.. Ücretli

izin kullanma süresi artırılmış emekçi yığınlar, iş dışında geçen saatlerinde «dinlenmek ve eğlenmek» gereksinimlerini gidermek için bütçelerinden önemli paylar ayırıyorlar ve bu işle uğraşanların kasaları doluyor böylece. Gene, kentlerde toplu ulaşımın geliştirilmesi, böylece işten-eve, evden-işe gidiş gelişin «ucuz» a sağlanması, üretilen günlük, kısa erimli tüketime yönelik mal ve hizmetlerin satın alınması için gerekli küçük birikimlerin oluşmasını sağlamayı amaçlamıyor mu kökende?. Evlerde, işyerlerinde vb. sürekli olarak değişiklikler yapılması; değişiklikler yapılmasının özendirilmesi de, daha rahat yenilikler taşıyan barınma ya da çalışma mekanları yaratma arzusundan çok, tüketim alışkanlığını canlı tutmak amacına yönelik. «Ben hazır burada değilken, şu büroda biraz değişiklik yapın, içim kararıyor» diyerek seyahate çıkan reklâmdaki iş adamı, döndüğünde «yenilenmiş» bir büro buluyor ve yüzü gülüyor. Reklâm edilen «yenilik» in yürütülen iş'te ya da işin veriminde köklü bir değişime yol açacak bir yenilik olmadığı açıktır. Yere boydan boya halı döşendiğinden ötürü «içlerinden takla atmak gelen» bürodaki görevliler, bu taklayı, çağdaş anamalcı adına atmaktadırlar kökende.

Kalabalık kentler, kentleri dolduran «yığınlar», çağdaş anamalcı için «doğal pazarlar» oluşturuyorlar. Sürekli olarak artan reklâm harcamalarının da yardımıyla, kentli halk, üretmekten çok tüketmeye değer veren bir «kentli yaşantısı»nın tutsağı oldukça doğal pazar niteliğini koruyacak. Çağdaş anamalcı bu gerçeği biliyor. Ve bu pazarı canlı tutabilmek amacıyla, sürekli olarak, yozlaşmış değerler şırınga ediliyor topluma.

Yığınlar, taksit taksit, yıllar boyu ödemek zorunda kaldıkları, günlük temel gereksinimlerinin karşılanmasından özveride bulunarak girdikleri borç yükünün altında, kendilerini nasıl bir gelecek beklediğini merak ederek «bakla atarken», «yığın toplumu anamalcısı» kazanç çizgesindeki sürekli tırmanışı izledikçe, zevkinden takla üstüne takla atıyor.

Nasıl atmasın?.. «Yığın toplumu» diye anılan toplum türü, onun eseri.

Coca-Cola İle Maneviyat da İyi Gider

Yirminci Yüzyılın son çeyreğinde, Türkiye'de de, artık, kimse sanayiye karşı değil. Herkes sanayileşmekten yana. Anayasa buy-

ruğuyla hazırlanan Kalkınma Plânları sanayileşme yatırımlarına öncelik tanıyor. Biribiri ardından kurulan hükümetler sanayileşmeye ağırlık vereceklerini vurguluyorlar programlarında. Biribiri ardından fabrika temelleri atılıyor. Ortaklaşa kurulmuş hükümetler dönemlerinde, hükümete katılmış partilerin önderleri, «daha çok temel atma» yarışına girişiyorlar.

Çok komik. Ve düşündürücü. Türkiye'nin «muhafazakâr» partisi olarak nitelenen MSP «ağır sanayi hamlesini başlattığını» savunuyor. O kadarla da yetinmiyor, İkinci Milliyetçi Cephe Hükümetinin gidip CHP - Bağımsızlar Koalisyonunun kurulmasıyla sonuçlanan son iktidar değişikliğini, başlattığı «ağır sanayi hamlesi» nin başarıya ulaşacağını değerlendiren iç ve dış mihrakların, salt bu atılımı engellemek amacıyla gerçekleştirdiklerini savlıyor. Yineleyip duruyor bu savını. Ama, bir de «manevi kalkınma hamlemiz» gibisinden lâflar da gevelenince, MSP'nin savı inandırıcı olamıyor.

Maneviyat kavramı, ağır sanayi ile bir arada gitmiyor da, o yüzden.

Ağır sanayi bir yana bırakılsa bile, «Coca-Cola ile her şey daha iyi gider» deniyor ya, maneviyat kavramını Coca-Cola'yla birlikte yutturmanın olanağı bile yok. Terslik de bu.

Çünkü, bikez makine aracılığıyla üretim benimsenmişse eğer, manevi değerler ve manevi ilişkiler de ağırlıklarını yitirmişlerdir. Sinaî üretim düzeni içerisindeki toplumsal ilişkiler sorunu ağırlık kazanmıştır. Sanayi öncesi kavramlarla, maneviyat, vb. ile bu ilişkiler sorununu denetleyebilmenin olanağı bulunamaz.

Türkiye'de, ilkokullarda, elmalar ile armutların toplanamayacağı öğretiliyor. Ama, birilerinin elmalar ile armutları toplamaya çalıştığı sık sık gözleniyor. Toplamaya çalışanlar, küçük, ilkokullu ya da ilkokul öncesi çocuklar değil üstelik. Koca koca adamlar. Siyasal kuruluşlar ve sabah - akşam konuşmayı marifet sanan sözcüleri, elmalar ile armutların toplanamayacağı kuralını, kurallıktan çıkarmaya çalışanların başında geliyorlar. Örneğin, bir yandan «CHP'yi iç-dış güçler iktidara getirdi» diyorlar, hemen ardından «böylece, solcu görüş iktidara geldi» diye ekliyorlar. Bu sözlerin açıklaması şöyle yapılabilir: İki elma artı bir armut eşittir meyve salatası, ya da daha doğru anlatımla, lâf salatası.

Verilen örnek, kavramsal duruluğa ulaşmamış kafalarıyla topluma seslenenlerin ülkeyi yönetmeye kalkışmalarındaki dramı bize daha vurgulamayı sağlıyor.

Burada, iki tümceyle bir özet yapılmak istenirse: Üretimin makineleşmesi çok şeyi değiştirdi, «yığın üretimi» ne olanak verdi: «Yığın toplumu» doğdu. Bu özetten sonra da, sıra «demokrasi» cephesine bir göz atmaya geldi.

Demokrasi cephesine göz atınca şöyle yargılara varılıyor: Üretimin makineleşmesiyle birlikte, ilk aşamada, ilk ilginin yığincıl üstünlüğün azınlık değerlerini tehdit etmesi üzerinde toplandığı görülüyor. Çünkü, sanayide çalışmaya başlayan ve kentlere yığılan yeni kalabalıkların, «yığınlar»ın gücü hakkında genel bir kuşku duyuluyor. Nitekim, Türkiye demokrasiye geçtiğinde çok kimsenin son derece huzursuzluk duyduğu biliniyor. Giderek DP 1950 Genel Seçimlerini kazandığında, bazı güçlü çevrelerin İsmet Paşa'ya isterse iktidarı bırakmayabileceğini önerdikleri de biliniyor. Uzun süre, «demokrasi var» alt-yazılı karikatürler çizildiği, yığınların kentsoylularca geliştirilmiş gelenek ve görenekler ile kuralları, demokrasiye sığınarak nasıl çiğnediğinden yakınıldığı da biliniyor.

Ne var, bir zaman sonra, toplumun tümünce geliştirilen değerlerin eski bireysel ahlâk ve uygulama anlayışından daha geçerli bulunduğu bir döneme girildi. Bu dönemde, «yığınların isteklerine yanıt verme» kaygısının ön plâna geçtiği izlendi. Ama, bu kaygının yozlaştırılıp alabildiğine kötüye kullanıldığı da bir gerçek. Basın kötüye kullandı. Siyasal kuruluşlar ve siyasal kişiler kötüye kullandı. Anamalcı kötüye kullandı. Yalnız, bir noktayı açıklığa çıkarmalı: «Kötüye kullandı» yargısı toplum yararı açısından değerlendirme yapıldığında varılan bir yargı. Yoksa, kötüye kullananlar, kendi açılarından iyi kullandılar söz konusu kaygıyı. «Yığınlar ne istiyorsa ya da halkın istediği verilir» tutumu, yürürlükteki sistemden çıkar sağlayanların daha uzun yıllar kötüye kullanabilecekleri düşük düzeyli bir kültür ortamı ve düşün yapısını kökleştirdi. «Yığın toplumu» böyle yaratıldı.

Özellikle son beş-altı ya da on yıla sığın çok çalkantılı bir toplum yaşantısı, egemen çevrelerin demokrasiye geçildiği yıllardaki korkularının yenilenmesine ve daha güçlenmesine yol açmış bulunuyor. CHP, iktidara beş yılda (yarım yamalak) gelebildi yı-

ğınların desteğine karşın. İyi bir denetim düzeni kurulduktan sonra iktidar CHP'ye verildi.

Yalnızca bizde değil, çok ülkede yeni yeni denetim düzenleri işletiliyor. Ama, gene de rahatlar kaçıyor. Yığın iletişim araçlarının koyduğu çerçeve içerisinde «yığın demokrasisi» diye bir kavramın gittikçe önem kazanması rahatsızlığın başlıca kaynağı.

Rahatlar neden kaçıyor?

Bu soruyu biraz ayrıntılı tartışarak yanıtlamak gerek.

Rahatlar Neden Kaçıyor?

Demokrasi bir bileşik sözcük: Demos - halk, kratos - yönetim anlamına geliyor. Ve bu iki sözcük bir arada, halkın (kendi kendini) yönetimi ya da «yöneten halk» demek. Ama, sözcüğün anlamı bazı soruları yanıtlamaya yetmiyor. Çağdaş kavramsal yorumlarına da bir göz atmakta yarar var.

Kavramın iki geleneksel yorumu var: 1 — Toplumcu görüşe göre, demokrasi, yığincıl güç anlamını korumakta. Öteki bir anlatımla, halk çoğunluğunun istekleri her şeyin üstünde ve bu istekler (uygulamada) gene çoğunlukça karşılanmakta ve denetlenmektedir. Bugünün Türkiyesinde yaygın olarak kullanılmakta olan «halk iktidarı» deyimi, temelinde, toplumcu görüşün demokrasi anlayışını açıklayan bir deyim. 2 — Liberal görüş ise, demokrasiyi, halkı temsil edeceklerin açık seçimle saptanması ve bu seçimlerin yapılabilmesi; siyasal tartışmaya olanak verecek belirli koşulların, örneğin konuşma özgürlüğü, basın özgürlüğü gibi «demokratik hak»ların sağlanması olarak anlıyor.

Bugün, anamalcılığı benimsemiş ülkelerin tümünde liberal görüşün yorumladığı demokrasi yürürlükte. Anılan ülkelerdeki demokrasiyi «anamalcı demokrasi», «burjuva demokrasisi» ya da «kentsoylu demokrasi» diye adlandırmak ve bu tür demokrasinin yalnızca «seçim»e önem verdiğini, öteki bir anlatımla, temsilcilerin seçilmesine ve temsilcilerin seçilebilmesi için özgür siyasal tartışma olanaklarını korumaya birincil önemi verdiğini vurgulamak gerek. «Kentsoylu demokrasi» yığınların (kendi kendini) yönetim ilkesini «temsil» ilkesine dönüştürmüş ve böylece, bugün çözüm aranan bir çok bunalımın kaynağını yaratmış bulunuyor.

Anamalcılığı benimsemiş ülkelerin tümünde «liberal görüş» ün yorumladığı demokrasinin yürürlükte olması, toplumların yöneten sınıflarına belli bir erinç sağlıyor. Çünkü, sonuçta, ekonomik gücü varolan sınıflar halkın oylarıyla seçilen temsilcileri denetlemek olanagını ellerinde tutuyorlar. Giderek temsilcileri halktan önce seçen, saptayan, yöneten sınıflar. TV dizilerini izleyen herkes, bunun böyle olduğunu öğrendi. «Kaptanlar ve Krallar» ın Başkan adayı «Rory» si ile, «Zengin ve Yoksul» un senatörü «Rudy» nin izlenen serüvenleri, anamalcı demokrasilerdeki seçim düzenleri ve gerçek «tek seçiciler» in kimler olduğunu ayrıntılarıyla sergiledi. Halkın kimin seçtiğini seçmekte olduğunu bu diziler çok iyi anlattı ve sanırız, çok iyi anlaşıldı.

Düzen TV dizilerinin sergilediği biçimde sürüp gittikçe sorun yok. Ama, bir yığın iletişim aracı olan TV, bir yandan toplumlari edilginleştirmek için kıyasıya kullanılır ve bu yolda denetlenirken, öte yandan anamalcı ekonominin kurallarına bağımlı olarak «yığınlar» in ilgisini çekme uğraşı sonucu, aykırı konuları da işlemeye kalkışıyor. Gazeteler, dergiler de pek ayrımlı değil. Çok satabilmek amacıyla, geniş bir okur yığınina ulaşmak zorunluğui var. Bu durumda, geniş yığınların ilgisini çekmek gerek. Temsilci demokrasinin üstüne titrediğı «basın özgürlüğü» nün sağlandığı ortam içerisinde, ekonominin zorunlu kıldığı özgür —tecimsel— yarışma koşulları altında her gün baklava - börek yedirmek, «köşeyi döndürecek» arabalar, tüpgazı, elektrikli fırın ya da ızgara, kat, oda takımı, vb. gibi bir takım tüketim malları dağıtarak akıllari çelegitmek olanaksız. «Yığınlar ne istiyorsa onu vermek gerek» kuralı, «yığın toplumu» yaratmanın başta gelen kuralıysa eğer, yığınlar, bazan da, içinden çıkamadıkları durumların açıklamasını gereksinirler. Ara sıra bu gereksinmeye yanıt vermek de var. Bir de «basın özgürlüğü»nden yararlanan, ekonomik açıdan «çelimsiz» organlar da var çünkü. Onlar da bir başka kapıdan pazara giriveriyorlar. Bu çelimsiz organlara «size basın özgürlüğünden yararlanma hakkı yok» denilemiyor.

Durum böyle olunca, anamalcı demokrasi, kendi silâhları ile tehdit edilme gibi bir tatsızlıkla karşı karşıya kaliveriyor. «Yığın demokrasisi» kavramının, «yığın iletişim araçları» nin fideliginde filizlendiğine değgin yukarıdaki sav da böylece açıklığa kavuşuyor.

Bu noktadan sonra iş çatallaşiyor. «Yığın toplumu» na, «yığın

beğenisi» ne ses çıkarmayanlar, «yığın demokrasisi» kavramına «evet» diyemiyorlar.

Çünkü, demokrasi, çoğunluk yönetimi anlamına geliyor. «Yığın» sözcüğünün bir anlamı da «avam» ya da «ayak takımı» diye anılan cahil insanlar kalabalığı, öteki bir deyişle olumsuz anlamda ama, bu anlamıyla da kullanılıyor. Öyleyse, «yığın demokrasisi», bir anlamda «ayak takımı demokrasisi» anlamına geliyor. «Ayak takımı yönetimi» demek oluyor. Böyle demokraside doğru dürüst bir yönetimden ya da eli yüzü düzgün bir toplumdaki söz edilemez; çünkü, yönetimi cahiller ya da şöyle böyle, — yarım yamalak bilgisi olanlar ele geçirmiş demektir.

— Yığınlar deyince kimleri kapsıyoruz?

Sorusunu sorunca, açıktan yapılamayan karşı çıkış da aydınlanıyor.

Bu yazının başında, «yığınlar»ın çağdaş yaşamda ne anlama geldiği açıklanmaya çalışılmıştı. «Yığınlar» terimiyle, çalışanların, işçilerin; alt-gelir topluluklarının ya da alt-orta tabakaların anlatılmasına çalışıldığına değinilmişti. Bu açıklamalar ışığında, demokrasi çoğunluğun yönetimiye, yığınlar çoğunluksa, ve de yığınlar çalışanları, işçileri - emekçileri anlatan bir terimse, birleştirilen noktalar ortaya şunu çıkarıyor :

İşçi - emekçi yönetimi.

«Yığın demokrasisi» teriminin rahatları neden kaçırdığına değgin sorunun yanıtı üç sözcükten oluşan bu tümceyle aydınlanıyor.

Demokrasi ve Basın

Liberal görüşün demokrasiyi, halkı temsil edeceklerin açık seçim yoluyla saptanması ve bu seçimlerin yapılabilmesi; siyasal tartışmaya olanak verecek belirli koşulların, örneğin, konuşma, düşünce, basın özgürlükleri gibi «demokratik haklar»ın sağlanması olarak anladığına değinilmişti. Bu tür demokrasilerin, yığınların (kendi kendini) yönetim ilkesini «temsil» ilkesine dönüştürmüş olduğu; yalnızca seçme ve seçilmeye, öteki deyişle, temsilcilerin seçilmesine ve seçimin yapılabilmesi için özgür siyasal tartışma olanaklarının korunmasına birincil önemi verdiği de vurgulanmıştı.

Anayasamızın 20. maddesi: «Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir» der. Arkasını da şöyle getirir: «Düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim ile ve başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklayabilir ve yayabilir».

«Basın özgürlüğü» ne ilişkin maddenin sayısı ise 22'dir ve şu buyruğu içerir :

«Basın hürdür; sansür edilemez.»

Maddenin sonraki fıkralarında basın ve haber alma özgürlüğünün hangi durumlarda yasayla sınırlanabileceği, gazetelerin hangi durumlarda kapatılabileceği belirtilmiştir.

23., 24., 25., 26. ve 27. maddeler de basınla ilgili. Anılan maddelerle düşünce ve basın özgürlüğü Anayasanın güvencesi altında Türkiye'de. Öteki bir anlatımla, demokrasinin temel ilkelerine uygun, demokrasinin temel ilkeleriyle tutarlı bir Anayasamız var.

Bu durumda, nasıl oluyor da, düşünce suçundan dolayı insanlar gözaltına alınıyor, yargılanıyor tutuklanıyor halâ?.. Nasıl oluyor da, basın özgürlüğü var mı, yok mu tartışması halâ sürüyor?.. 1978 yılının ilk aylarında Türkiye Gazeteciler Sendikası Genel Başkanı Semih Balcıoğlu, yeni Hükümetten «Basın affı» çıkmasını istedi. Demek ki, hükümet düzeyinde bir talebe yol açacak ölçüde cezalı ya da yargılanmakta olan basın üyesi var.

Olması doğal. Çünkü, Anayasanın ilgili maddesi, 22. maddesi, basın ve haber alma özgürlüğünün Devletin ülkesi ve milletiyle bütünlüğünü, kamu düzenini, ulusal güvenliği ve ulusal güvenliğin getirdiği gizliliği ya da genel ahlâkı korumak, kişilerin haysiyet, şeref ve haklarına tecavüzü, suç işlemeye kışkırtmayı önlemek veya yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak için yasayla sınırlanabileceği buyruğunu da içeriyor. Giderek ivedi durumlarda yasayla açıkça belirtilmiş «yetkili merci» nin toplama kararı verebileceğini de söylüyor.

Anılan madde, bu halini, 22.9.1971 günü yayımlanan 1488 sayılı yasayla aldı. Değişiklik yapıldığı sırada, Türkiye'de «demokratik» sayılamayacak bir yönetim vardı.

Şimdi, örneğin, işçi sınıfından söz açan bir yazısı dolayısıyla herhangi bir yazar, ya da «Türk toplumu sınıflı bir toplumdur» diye bilimsel bir gerçeği yineleyen bir yazar, Devletin ülkesi ve

milletiyle bütünlüğünü zedelemekle, bölücülük yapmakla suçlanabilir.

Şimdi, örneğin, bir seks yazısında yer verebilecek meme uçları açıkta bir kadın fotoğrafı «genel ahlâk» a aykırı bulunarak yayımcısı hakkında kovuşturmaya geçilebilir.

Elbette, yasalar uygulayıcılarının elinde ve onların yorumuna bağlı olarak olumluluk ya da olumsuzluk kazanır ama, basın, daha daha, düşünce özgürlüğünün üstünde bir «Demokles Kılıcı» asılı olduğu da öteki bir gerçek.

— Hani, anamalcı ülkelerde yürürlükte olan «liberal görüş» ün anladığı, «kentsoylu demokrasi» diye anılan demokrasiler, düşünce, konuşma ve basın özgürlükleri gibi «demokratik haklar» a birincil önemi verir, üstlerine titrerdi?..

Evet, titrer. Ama, anamalcılığı benimsemiş olan Türkiye'deki kentsoylu sınıfı (burjuvazi) köksüz bir sınıf olduğundan, demokratik bir düzenin vazgeçilmez özgürlüklerini, istediği, gerekli gördüğü, kendini tehlikede duyumsadığı zaman kısıtlayabilme olanakları yaratarak varlığını koruyabilme kaygısını taşıyor.

Düşünce ve basın özgürlüklerinin güncel konular arasından hemen hiç eksilmemesi ve zaman zaman «demokrasi» ile hiç bir biçimde bağdaşmayacak ölçüde kısıtlamalara uğraması anlatılan kaygılardan kaynaklanıyor. Kaygıların yoğunlaştığı dönemlerde «özgürlükler» olabildiğine kısılıyor. Böyle dönemleri çok yakın geçmişte yaşadık, herkesin belleğinde tazeliğini koruyor.

Ama, basın özgürlüğü yalnızca yasalara dayalı olarak mı kısıtlanıyor? Yanıtı, tek sözcük: Hayır.

— Peki, başka hangi yolla?..

Sıra öteki yolları tanımaya geldi.

Eski İstekler, Yeni Durum

Bir yandan Türkiye Gazeteciler Sendikası Genel Başkanı Semih Balcıoğlu yeni hükümetin «basın affı» çıkarmasını isterken; öte yandan özellikle çok satışlı gazetelerimizin yöneticileri, Türkiye'de basına eskisi gibi siyasal baskı yapılmadığı görüşünde, hemen hemen birleşiyorlar. 1977 yılı Ekim ayının son pazarlarından birinde,

TV'de tartışan dört çok satılı gazetenin yöneticileri, daha çok, kâğıda yapılan zamlarla öteki araç - gereç fiyatlarındaki pahalılıktan yakındılar. Türk Ceza Kanununun 141. ve 163. maddelerine dayanılarak gazetecilerin mahkûm edilmelerini benimseyemediklerini belirttiler. Gazetecinin değil, gazete okuyucusunun dövüldüğünden söz açıldı. Bir yönetici, siyasi kişilerin gazeteye sahip çıkmak istediklerini ama, gazete onun fikirlerini yansıtmadığı zaman da gazeteyi reddetmediklerini savundu.

MC Başbakanı Süleyman Demirel'in, çizgi sanatçısı Bedri Koraman'a «ben Başbakanlıktan gidersem sen aç kalırsın» dediğini Koraman kendisi açıkladı. MC Başbakanının bu sözleri, basın üzerindeki siyasal baskının ne denli hafiflediğinin bir belirtisi olarak benimsendi. İktidardaki siyasal kuruluş ya da kuruluşların basına karşı yumuşak bir tutum içerisinde olmaları, giderek Başbakanın bir basın üyesine böylesine hoşgörülü sözler söylemesi, yakın geçmişte basına yapılan siyasal baskının ağırlığı henüz unutulmadığından ötürü oldukça önemsendi.

Çünkü, gerçekten de, 1960'lara değin Türk Basını «siyasal baskı» ya karşı kıyasıya bir savaşım verdi. 1950'li yıllarda yüzyüze geline olaylar, genellikle, «siyasal baskı» nın varlığını görüntülüyordu. Örneğin, «basın suçu» her suçtan daha çok önemseniyor, bu suç için ağır cezaları öngören yasalar çıkarılıyordu. Örneğin, kolayca suçlamaya olanak veren «esnek hükümler» konuyordu basınla ilgili yasalara. Örneğin, gazeteler, rahatça, kapatılabiliyordu. Örneğin, kâğıt tahsisi iktidarca yapılıyor, böylece, «iktidara karşı gelen» gazeteler hizaya sokulmak isteniyordu. Profesör Muammer Aksoy'un hesabına göre, 1950-1960 yılları arasının iktidar partisi bu türde yirmiden çok engel yaratarak basın özgürlüğünü dolaylı yoldan yok etmeye çalıştı.

Anlatılan türdeki önlemler de yetersiz bulunuyor, gazeteciler zorbalıkla görevlerinden alıkonulmak isteniyordu. Örneğin, 1959 yılı ilkbaharında Muhalefet Partisi Başkanı İsmet İnönü Ege gezisine çıkmış ve Uşak'ta taşlanmıştı. Yalnızca İnönü başından yaralanmakla kalmamış, geziyi izleyen bir çok görevli gazeteci de çeşitli saldırılara uğramışlardı.

Olay üzerine Cumhuriyet'ten Mazhar Kunt, Yeni Sabah'tan Şemsi Kuseyri, Akis dergisinden Hamdi Avcıoğlu, Kim dergisinden Orhan Birgit, Milliyet'ten Nedret Selçüker, Ulus'tan Doğan

Kasaroğlu, Akşam'dan Güngör Yerdeş ve Abbas Goralı, Dünya'dan Bekir Çiftçi, Vatan'dan Hilmi Yavuz, Demokrat İzmir'den Hüseyin Baradan, Vatandan Yalçın Kılan ve Manisa - Doğuştan Ömer Öz-kaya ortaklaşa bir bildiri yayımlayarak :

«... Türk Basınına karşı yakışsız, çirkin, adap dışı sözlerle ve hepimize fiilen yaptıkları tecavüzlerden halk efkârını haberdar (ve) ... esef verici tecavüzü tertipleyenlerle buna müdahale etmeyen vazifelilerin tecziyelerini umumi efkâr önünde talep» etmişlerdi.

O yıllarda gazetecilerin duyduğu özlemlerin ne olduğuna da, Vatan gazetesi Yazı İşleri Müdürlerinden Mesut Özdemir'in 7 Mayıs 1959 günü yayımlanan «Gazeteciler Ne İstiyor?» başlıklı yazısından öğrenmek olanaklı. Şöyle yazmıştı Özdemir :

«Gazeteci, can ve mal emniyeti içinde çalışmak ister.

«Gazeteci, haber alıp verme hürriyetinin tahdit edilmemesini ister.

«Gazeteci; kendisine, yeni hak ve garantiler tanınmak istenmese bile hiç olmazsa mevcut kanunlarda vazedilen hükümlerin tam manasıyla tatbik edilmesini ister.

«Gazeteci vazifesi başında iken, Batılı ülkelerdeki meslekdaşlarına sağlanan kolaylıkların kendisine de uygulanmasını ister.

«Gazeteci kendi mesleğinin, her türlü siyasî görüş ve çekişmelerin üstünde mütalââ edilmesini ister.»

Sıralanan istekler, bugün büyük ölçüde karşılanmış gözüküyor.

Hiç değilse, güncel olaylardan yararlanarak gülmece öyküleri yazan rahmetli Adnan Veli'nin (gene 1959'daki) bir öyküsünde belirlediği:

«Mademkileyin bunun adı basın, öyleyse sopayı basın...»

Döneminden epeyce uzaklaşıldı. Gerçi, 1971/12 Martıyla başlayan olağan dışı yönetim döneminde de bir çok gazetecinin başı yanmadı değil ama, 1950-1960 ve 1971-1973 dönemleri yaşandıktan sonra MC İktidarının başı bir gazetenin çizgi sanatçısına «ben gi dersem aç kalırsın» diye takılınca, bu, önemli bir gelişim sayılıyor

Sayılmaması yanlış değil. Ama, siyasal baskının büyük ölçüde hafiflemesi, «demokrasi» nin gerektirdiği ve üstüne titrediği «düşün-

ce özgürlüğü» nün ve buna bağlı «basın özgürlüğü» nün tam anlamıyla elde edildiğine kanıt sayılabilir mi sorusunun yanıtı, olumlu olarak, kolayca verilemez.

Basın üzerindeki siyasal baskılar, 27 Mayıs 1960 Devrimi ile yönetimi ele alan Millî Birlik Hükümeti'nin 29 Kasım 1960 günlü ve 143 sayılı yasayı çıkarmasıyla büyük ölçüde azalmıştır ama, «basın özgürlüğü» nü kısıtlamanın yolu yalnızca siyasal baskılar mı? Ya da basın özgürlüğüne gölge düşüren başka «denetimler» yok mu?

Kısaca toparlanınca, şöyle bir soru sorulabiliyor :

Türk Basını özgür mü?

Sorunun yanıtı yalnızca Türkiye için değil, Türkiye ile birlikte aynı ekonomik sistemi benimsemiş ülkeler için verilebilir :

— Değil.

— Neden?

— Çünkü, ekonomik sistemden kaynaklanan engeller var uyulması zorunlu. Sistemin koyduğu denetimler siyasal denetimlerden daha güçlü.

— Ama...

— Ne söyleneceği belli. «Bu denetimler siyasal iktidarlar için dahi etkili, gerekli görürse siyasal iktidarı bile değiştiriyor» denecek.

Doğru...

Kendini Baskı Altında Tutan Özgür Basın

Özellikle tüketim malları ve bunlara bağlı hizmetleri pazarlamakta kullanılacak, geniş yığınlara ulaşabilen ve yığınları tüketime özendiren basın organları geliştirmek amaçlandı 1950'li yıllarda. Çünkü 14 Mayıs 1950'de iktidara gelen DP'nin izlemeyi kararlaştırdığı ekonomi siyasası böyle bir gelişimi gerektiriyordu. Çarpık bir kapitalistleşme sürecini tamamlayıcı araçlardan biri olarak yeni bir öz ve biçim kazandırıldı gazetelere, dergilere.

Türkiye'de üretilen ilk tüketim malı gazete oldu. Gazeteler önce kendilerini pazarladılar.

Ve elbette, bu pazarlama çabası da, benimsenmiş ekonomik sistemin kurallarına uygun biçimde yürütüldü. Kıyasıya bir tecimsel

yarışma içerisindeki gazeteler, geniş yığınların özlemlerini sömürerek, geniş yığınlara yeni eğilimler aşıl原因arak, hem «yığın kültürü» nün kökleşmesine yardımcı oldular, hem de Türk toplumunun «yığın toplumu» özelliklerini ve niteliklerini edinmesini sağladılar. Böylece, çağdaş anamalcının, ya da öteki anılışıyla, «yığın toplumu anamalcısı» nın istediği elverişli ortamı yaratmış oldular.

Kıyasıya tecimsel yarışma başka gelişimlere yol açtı. Örneğin, bugün Türkiye'de yeryüzünde varolan en ileri basın teknolojisi kullanılıyor. Çok satışlı gazetelerimizin yöneticileri böylesine ileri teknoloji kullanımına yöneltilen eleştirilere karşı bir yandan savunma yaparlarken, bir yandan da farkında olmaksızın yakınıyorlar.

1977 yılının Ekim ayının son pazarlarından birinde, TV'de tartışılan çok satışlı dört gazetenin yöneticisi ilginç bazı açıklamalarda bulundular. Bu açıklamalara göre, örneğin, Türkiye'nin en çok satan gazetesinin bir teki 310-326 kuruşa mal oluyordu. Satış fiyatı ise, 250 kuruş. Demek ki, her bir tek gazete başına 60-76, kuruş zarar söz konusu. Ve de maliyetin bu denli yüksek olması, ileri teknolojinin kullanılmasından kaynaklanıyor. Yöneticiler öyle demiyorlar ama, söylediklerinden çıkartılan yargı böyle: Çünkü, bu teknolojinin gerektirdiği araç - gereçlerin büyük bölümü dıştan alımla sağlanıyor. Dolayısıyla pahalı. Bu paha, elbette, gazete maliyetine yansıyor. Ama, yöneticiler, halâ, ileri teknoloji kullanılmasını savunuyorlar.

Soru şu: Bir tek gazetede 60-76 kuruş zarar ediliyorsa, nasıl oluyor da basın şirketleri iflas etmiyorlar?

Sorunun yanıtı başka soruların da yanıtı: Gazetelerin temel kazancı, gazetenin satış gelirlerinden sağlanmıyor artık. Reklâm gelirlerinden sağlanıyor.

Reklâm gelirlerinin ne ölçüye vardığı hakkında bir fikir edinilmek istenirse, «Türk İşadamları ve Sanayiciler Derneği» nin yayın organı «Görüş» te verilen bilgilere göz atmak yeter: Basın yoluyla yapılan reklâm harcamaları tutarı, 1974 yılında 233, 1975 yılında 323, 1976 yılında 440 milyon TL. Belirtmeye gerek yok ki, satış sayısı yüksek olan gazeteler bu tutarlardan en yüksek payları alıyorlar.

Siyasal baskının hafiflemesindeki neden biraz biraz belirginleşiyor mu?..

Gazetenin yaşaması satışından elde ettiği gelire (giderek satışından uğradığı zarar demeli) değil, tümüyle reklâm gelirlerine bağlı. Dolayısıyla, bu gelirlerini yitirmemek için çabalayacak. Böyle bir çabanın daha çok reklâm verenleri küstürmemeye dönük olmasından doğal ne var?.. Demek ki, siyasal baskı hafiflerken, ekonomik baskı artıyor ve de ikincisi birincisinden daha etkili.

Bir de, basının şirketleştiğini, yürürlükteki ekonomik düzenin kurallarına göre, öteki bir deyişle, herhangi tecimsel bir «iş»in uymak zorunda olduğu kurallara uygun bir yapıya kavuştuğunu unutmamak gerek. Daha çok reklâm alabilmek için, daha geniş bir okuyucu yığına seslenmek zorunlu. Bu zorunluluk, yukarıda değinilen pahalı teknolojinin dıştan alımını gerektirdi. Karmaşık ve pahalı teknolojiye, basım araçlarına gereksinim, daha büyük sermaye gereksinimini doğurdu. Çünkü, daha büyük sermaye daha büyük kazanç şansı demek. Böylece, eski amaçlar, para kazanmak tek amacına dönüştü.

Özetlemek gerekirse; genişleyen (okuyucu) pazar ve tecimsel yarışmanın yoğunlaşması, basın uğraşını servetler yapılabilen ama, yalnızca tek şey düşünen ve açığözce hesaplar peşinde koşanlarını tutunup yaşayabildiği bir «iş» dalı kimliğine kavuşturdu. Bu konuyla ilgilenenlerden biri şöyle diyor :

«Demokratik ülkelerde iki görünüm ile karşı karşıyayız: demagogların megafonu ya da yüz­süz para yapıcılarını sıkı biçimde koruyan bir basın.»

«Basın özgürlüğü» yolunda yürütülen savaşım­lar demagogların megafonu görevini yüklenen bir basın yaratmak amacıyla mıydı?..

Siyasal baskıyla basını denetim altına alma çabalarının modası çoktan geçti. İktidarlar ve başbakanlar o yüzden rahat konuşup hoşgörülü söyleşilerde bulunuyorlar.

Bu dönemde, kendisine reklâm vererek yaşamasını sağlayan «iş çevreleri» nin baskısı altında basın. İş çevrelerinin denetiminde.

İş çevreleri deyince, kapsamına basın sanayii de giriyor. Çünkü, 24 saatlik ömrü olan bir gazete, ya da bir haftalık organ, bir tek amaçla, geniş ölçüde tüketilmek için üretiliyor. Her üretim gibi, basın dalındaki üretimin sonul ereği de tüketim. Her türlü üretimde olduğu gibi, bir üretimin gerçekleştirilmesi süreci içerisinde yer

alan yatırım, hammadde, işletme giderleri, satış, gelir, vb. kavramlar, bu iş dalında da yer aldığına göre; kazanç ve kazancın olanaklı en üst düzeye çıkarılması kavramları da geçerli. Kısaca, basın uğraşı da bir tecimsel «iş». Dolayısıyla, iş çevreleri deyince basını da bu çevrelere katmak gerekiyor. O zaman da, şu yargı ortaya çıkıyor :

Öyleyse, iş çevrelerinin baskısı, aynı zamanda, basının kendi üstüne koyduğu, kendi kendine uyguladığı bir baskı niteliğini de taşıyor.

Bugünkü basının tanımını şöyle yapılabilir bu durumda: Kendi kendini baskı altında tutan özgür basın...

Kaba Yöntemler

Gazetesini, dergisini belirli bir dikkatle okuyup izleyen okuyucuların çoğu, sürekli izlediği basın organındaki «tutumusal dalgalanmalar»ın nedenini merak eder. Ya da herhangi bir gazete atılım yapıyor diye bir duyuru kulağına çalındığında neyin değiştiğini ya da değişeceğini merak eder. Bir başka örnek istenirse, falanca gazetenin satışı sürekli olarak düşüyor, sürekli olarak okuyucu yitiriyor gibisinden söylentiler dolaşmaya başlayınca ortalıkta, okuyucu olayın niçinini merak eder. Gözden düşen gazetenin okuru olsa da, olmasa da meraklanır.

Merakı köklü olarak gidermenin tek yolu, basındaki bu değişmelerin yürürlükteki ekonomik düzenin kurallarıyla ilişki kurarak değerlendirme yapmaktan, yorumlamaktan geçer. Basın organıyla iş çevreleri arasındaki ilişkilerin iyi bilinmesi gerekir.

Bu noktada akla takılan ilk soru iş çevrelerinin basını nasıl kötüye kullandıklarıdır.

«Batı türü demokrasi»nin beşiği ABD. Böyle adlandırılan demokrasinin şampiyonluğunu ABD yapıyor. Ve bikez daha yinelemekte yarar varar var: Bu tür demokrasi düşünce özgürlüğünün, basın özgürlüğünün üstüne titrer. ABD anılan demokrasinin şampiyonu olduğuna göre, orada basın eksiksiz özgürdür öyleyse. «Watergate Skandalı»nı iki gazetecinin sergilediği anımsanınca, bu yargı kökleşir.

Oysa, bu yargı sanıldığıınca güçlü değildir. Örneğin, Türkçeye «Kamunun Kongre Gözetimi» diye çevrilebilecek bir adla anılan ku-

ruluşun yönetmeni ve «Dev Şirketi Ehlileştirme» başlıklı bir kitabın yazarı olan Mark Green, ABD'de iş çevrelerinin basını nasıl etkilediklerine değgin bazı masum örnekler veriyor. Örnekleri bir konuşmasında vermiş, New York Times gazetesi 18 Aralık 1977 günlü sayısında özetliyor.

Green, günümüzden örnekleri sergilemeden önce, 1900'lerin Amerika'sından söz açıyor. O yıllarda, basınla Amerika Mal Sahipleri Derneği arasında bir «sessiz sözleşme» varmış. İlâç sanayiine değgin bir kararname çıkarılması ya da bir yasa tasarısı hazırlanması, giderek bir soruşturma açılması olasılığının belirdiği zamanlarda, Amerika Mal Sahipleri Derneği yerel ya da ulusal basın organlarına birer şantaj telgrafı göndermekte gecikmezmiş. «Bakın, genel kamu huzurunu bozmaya kalkışırsanız, karışmayız haaa ..» Diye. Tehditler sonucu, 1900'den 1930'lara değin genel sağlıkla ilgili tüm yasalar basının olumsuz tepkisiyle karşılaşmış.

Mark Green, o yıllarda iş çevrelerinin kullandığı yöntemlerin «kaba» olduğunu, bugün aynı amaca yönelik «etkileme» çabalarının çok daha «süzme» olduğunu vurguluyor.

1970'lerin Türkiye'sinde kaba ve süzme yöntemleri yan yana, iç içe, bir arada gözlemek olanaklı. Ekonomisi gelişmekte olan bir ülkenin basını «etkileme» yöntemleri de gelişmekte olduğundan, yontulmuş ile yontulmamış kolkola geziyorlar.

«Süzme» Yöntemler

«Basın özgürlüğü bir basın organına sahip olanlar için vardır.»

Deyiş, A. J. Liebling'in. Birçok şirket bu deyişe uyarak bir basın organı alma çabasında ABD'de. 1968 yılında ITT (Uluslararası Telefon ve Telgraf Şirketi), kısaca ABC diye anılan yayın şirketini satın alma yollarını aramış ve Federal Haberleşme Komisyonu'nun onayını da sağlamıştı. Daha sonra, Adalet Bakanlığının antitröst bölümü devreye girdi de, ABC'nin ITT'ye satılması önlendi.

Atlantic Richfield Şirketi, parasal sıkıntı içerisindeki İngiliz pazar gazetesi Observer'i satın alınca, Mobil Şirketi de Washington Star gazetesini satın almaya kalkıştı.

Bağımsız basın ile kâr amaçlı şirketler arasında kaçınılmaz bir gerginlik bulunduğu kesin. Wilmington'da «du Pont» Şirketinin sa-

hip olduğu iki gazetede, 1974 içerisinde, dört yazı işleri müdürü «du Pont» ailesini güç duruma düşüren haberler yayımladıkları gerekçesiyle yönetim kurulunca işlerinden atıldılar.

Birinci süzme yöntemin basın organını ele geçirmek olduğu, örneklerden anlaşılıyor.

İkinci süzme yöntem ise, bilinen «reklâmlar.» ABD'de, mal ve hizmet üreticileri, ürettiklerini pazarlamak amacıyla 33 milyar dolar harcıyorlar yılda. Bu miktarın 500 milyon ilâ 1 milyar arasında bir bölümü basın organlarının payına düşüyor.

Bir Amerikalı gazetecinin sözleri ilginç: «Basın özgürlüğüne inanıyoruz — satırı 1 dolar 16 cent olan basın özgürlüğüne».

Bir öteki süzme yöntem şu başlıkla anılıyor: «Konserve Yorumları».

1964 yılında Ben Bagdikan adındaki Amerikalı bir yazar: «Son üç yıl içerisinde Ulusal Sanayiciler Derneği, en aşağı 600 günlük gazetenin, Derneğin adını açıklamadan, Derneğe yollama yapmadan yayımladığı yorumlar (editorial) gönderdi basın organlarına» diyor. İki yıl sonra, Ulusal Sanayiciler Derneği raporlarında, Dernek Basın Servisi'nin böyle konserva yorumları, enaz 3500 haftalık basın organına da gönderdiği açıklanıyordu. Konserva yorum gönderilmesinin sürdürüldüğü, özellikle az satışlı, küçük gazetelerde yer alan yorumların birbirilerine tıpatıp benzemesinden anlaşılıyor.

Chrysler Şirketi, geçtiğimiz yılın sonlarında 660 günlük ve 5 500 haftalık basın organına konserva karikatürler göndermeye başladı. Böyle bir uygulamayı başlatan Frank Wylie'nin bu yıl Kamu İlişkileri Derneği'nin başkanlığına getirileceği biliniyor. Wylie, şöyle savunuyor :

«Üzerine şirketlerin reklâmları basılmış kâğıt peçeteleri kullananlardan daha suçlu sayılamayız».

Bir öteki süzme yöntem ise, gizliden gizliye akçalamak. 1960'ların sonlarında, bir Sigara Enstitüsü, sigaradan yana konuşmalar hazırlatıp «dost» doktorlara dağıtmıştı. Aynı Enstitü, sigarayla ilgili haberler yazan ama, bu haberlerin kaynağını açıklamayan muhabirlere haftada 1 000 dolar ödüyordu.

1976 yılında 200 gazete «Bahçe ve Bahçecilik» eki veriyordu okuyucularına. 16 sayfalık bu ekleri hazırlatıp bastıran Ortho adındaki bahçe araç - gereçleri üreten bir firmaydı kökünde.

Dikkatli gazete okurları anımsayacaklar: Bir ara, şeker hastalarının kullandığı «sakarin» in yan etkileri olduğu öne sürüldü ve yasaklandı ilâcın satılması. Yasaklama kararını ilk alan ABD hükümetiydi. Gazetelerde :

«BÜYÜK HÜKÜMET'in gelişi güzel tutumuna bir yeni örnek daha» diye başlayan sayfa sayfa ilânlar görüldü. İlânların altında «Kalori Denetim Konseyi» imzası okunuyordu. Ama, bu Konseyi, perhis ilâçları ve gıdaları üreten bir üreticiler topluluğunun oluşturduğunu hiç bir gazete açıklamadı.

Bugünün yaşlı dünyasında savunulan görüş, basının bir tecimsel «iş» olarak benimsenmesi yönünde. Norton Simon Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı David J. Mohoney :

«Gazetecilik büyük «iş» tir ve dolayısıyla, tek özgür basın kâr edebilen basındır» diye yazdı.

Nitekim, Fortune dergisinin dünyanın en büyük 500 şirketi listesinde 31. sırada RCA Şirketi, 452. sırasında ise Washington Post Şirketi yer alıyor.

Türkiye'deki en büyük şirketler sıralaması içinde de, son yıllarda, «basın şirketleri» nin yer aldığı biliniyor.

Sonuç

Bilimsel bir seminere sunulacak bildiride bir fıkraya yer vermek belki hoş karşılanmaz ama, bağışlanması dileğiyle, bir kıdemli gazeteciden dinlediğimiz bir fıkrayı aktarmanın yararlı olacağına inanıyoruz.

Nihat Subaşı anlattı :

Bir Fransız gazetesinin sürekli bir abonesi varmış. Her yıl, abone süresinin bitiminden çok önce, gazeteye mektup gönderir, «aman, abonem filan gün sona eriyor, yenileyin, gazete yollamakta bir aksama olmasın» diye uyarı üstüne uyarıda bulunmuş.

İki, üç, beş yıl böyle sürüp gitmiş. Bir süre sonra, ilgisi hiç eksilmeyen bu okurun tutumu gazetenin yetkililerini oldukça duygulandırmış. Yazı İşleri Müdürü okura özel bir mektup yazmış :

«İlginize teşekkür ederiz. Gazetemize gösterdiğiniz sürekli ilgide bunca yıldır bir azalma olmaması bizi son derece kıvandırıyor. Sağolun, varolun...»

İki gün sonra, okurdan bir yanıt gelmiş :

«Yanlış anladınız,» diye yazıyormuş okur, «gazetenizi sektirmeden alıyorsam, okumak için değil, kışımı silmek için alıyorum.»

Yazı işleri biribirine girmiş. Ama, soğukkanlılığını koruyan tek kişi Yazı İşleri Müdürü olmuş. Bir telgraf çekmiş gazetenin tüketicisine :

«Bu gidişle kışınızın kafanızdan daha akıllı olacağından kuş-kum yok.»

Türkiye'deki allı pullu, cicili bicili, rengarenk gazetelerden birine böyle bir okuyucu mektubu gitseydi, gazete yetkilileri nasıl bir yanıt gönderirlerdi. Herhalde şöyle :

«Poponuza renk kattığımız için çok memnun olduk. Sevgiler.»

Özetle şöyle bitirebiliriz: Bir demokrasicilik oyunu tutturulmuş gidiyor. Bu oyunun sürdürülmesi için basın da üstüne düşeni yerine getiriyor. Bir işlev yüklenmiş, yürütüyor.

Bir söz vardır basın aleminde. Denir ki :

«Gazetecileri tek tek ele alıp tartıya vurursanız, hepsi de ilerici kişilerdir. Ama, çalıştıkları gazetede yayımlanan haber yazılarına, attıkları başlıklara, fıkralara, makalelere göz gezdirdiğinizde, şaşır kalırsınız. Şaşmayın: O yazıları onlar değil, patronları yazmaktadır».