

Medya ve Demokrasi İlişkisinin Bağ ve Bağlantıları Üzerine Yeniden Düşünmek

Cengiz ANIK*

Giriş

Hakkında en çok yazılan ve konuşulan konulardan birisi medya-demokrasi ilişkisidir. Demokrasi kavramı geçtiği için siyaset bilimciler bu konu ile ziyadesiyle ilgilenmektedir. Demokrasi ile medya konusunda sosyologlar, sosyal psikologlar ve psikologlar da epey eser üretmiştir.

Bu konu, sadece akademisyenler için değil, uygulamacılar açısından da oldukça caziptir. Her kurum ve hatta kişi teveccüh ve takdir görmek ister. Takdir ve teveccüh popülariteyi, popülarite itibarlı olmayı sağlamakta, itibar da güç kazandırmaktadır. Bütün bunlar için öncelikle, medya uzmanlığına ihtiyaç vardır. İkisi de birbirini besler. Dolayısıyla, bu besin kaynaklarına uygulamacıların fazlasıyla ilgi duyması doğaldır.

Demek ki, alanla ilgili derleyici, toparlayıcı bir yazı ortaya koymak çok kolay değil. Bununla birlikte, konuyu binlerce sayfalık kitaplarla ne yazmaya ne de okumaya tahammül var. Dahası konu, o kadar hızlı içerik ve kılıf değiştiriyor ki, bu yazıyı yazarken bile “bir önceki cümle bayatladı” deseler şaşırırmam.

Konuya bir dönem sansür, özgürlük, denge-denetim gibi kavramların açılımları ile bakılıyordu. Sonra, medyanın “ehlileştirilmiş siyasal aktör var etme” misyonu popüler hale geldi. Sınırsız etki kuramlarının pek çoğu, özellikle de tazeliğini hâlâ koruyan “sihirli mermi”, bu popülizme örnektir. Bir süre “medyanın demokratik fonksiyonu neden sınırlı” diye tartıştık. Çünkü, iletinin sosyal katmanlarca süzüldüğüne ve filtrelendiğine tanık olduk. Bu, medyanın demokratik işlevlerinin katalizör rolden ibaret olduğu anlamına geliyordu ve “medyayı abartmayalım” dedik. Uzunca bir süredir de, demokratik fonksiyonu ya da medyanın etkileri sınırlı olsa bile kurumsal, sürekliliği olan, organize medyatik sunumlarla netice alabileceğimizi

* Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, cengizanic61@gmail.com.

vaat ediyoruz. Aksi takdirde, medyatörlerin ve iletişimcilerin mesleki performanslarına ihtiyaç olmadığı inancı yerleşik hâle gelecek ve kale alınma ihtimalimiz büsbütün ortadan kalkacak.

Şu ana kadar yazıp çizdiğimiz her şeyi, bütün söylediklerimizi, vaat ettiklerimizi bugünlerde çöpe atıyoruz. Daha doğrusu çöpe atmaya mahkum olduk.

Bir dönem efsanevi medyada haber bülteni sunucuları (*anchorman*) vardı. Çok muteber, çok namlı gazeteler hem ulusal hem de uluslararası düzeyde gündemi belirlerdi. Bunların pek çoğunda, onlardan daha da namlı yarı tanrı köşe yazarlarının başyazılar, haber yorumları yayınlanırdı. Örneğin, 2014'te kaybettiğimiz Maurice Duverger'in köşe yazıları, elçilikler tarafından kendi dillerine çevrilerek derlenir ve servis edilirdi. Birinci Dünya Savaşı'nda, hangi cephede galibiyet hangisinde mağlubiyetlerin yaşandığı bilgisi, onu aktaran muhabirin haberinden daha önemli sayılmazdı. Hitler'in propaganda üstadı Joseph Goebbels, bütün generallerden daha fazla işe yaradı. Watergate olayında, yeryüzünün en güçlü başkanını koltuğundan eden bir medyatördü.

Bu efsanevi medyatik balonları ilk defa Humeyni patlattı. Medyatörlük maharetlerinden bütünüyle yoksun WHS kasetleri ile Humeyni, İran devriminin tohumlarını attı. Hiçbir medyatörlük bilgisi, eğitimi ve becerisine sahip olmayan Julian Assange, Wikileaks belgeleri ile kutsanan, göklere çıkartılan araştırmacı gazeteciliğin defterini dürdü. Nihayetinde yeni medya, artık her şeyin sonunu getirdi. Yurttaş gazeteciliği gibi pek bir anlamı olmayan, oyalayıcı ve geçici bir habercilik çabasıyla/iddiasıyla avunmak zorunda bıraktı bizi. “Yeni özgürlük alanları sosyal medya” diye çırpınıyoruz. Oysa bu yeni dijital esaret mecralarının adına, neden “social” dedik, biz de bilmiyoruz.

Velhasıl, yeni arayışların peşine düşmek, yeni kapıları çalmak icap etmektedir. Eğer, revan olabileceğimiz bir yol bulabilirsek...

Medya ve Demokrasi İlişkisinin Serencamı

Serencam kavramı can sıkıcı bir ifadedir: Sözlüklere bakarsanız, başa gelen bir olay ya da bir olayın sonu gibi tanımlar önerir (TDK Güncel Türkçe Sözlük, 2018). Oysa Farsça bir kelime olan serencam; ser ile encam sözcüklerinin birleşiminden türetilmiştir. Gayet anlaşılır: Ser = baş; encam = son demek. Baş ile sonu bir araya getirirseniz, mantıken çok saçma bir anlam oluşuyor.

Medya ile demokrasi ilişkisinin birbirini yiyerek tüketen ahvalini en isabetli biçimde “baş” ile “son” un hazin halini anlatan serencam kavramının yansıttığını düşünüyoruz.

Medya ne demek diye sorulsa, hepimizin cevabı hazır: Araç. İyi de; *tool, appliance, apparatus, means, equipment, vehicle, car*, hatta *implement, instrument*. Bunların hepsini araç sözcüğü ile çevirebilirsiniz. Medya bunlardan farklı olmalı.

Media, medium'un çoğuludur. Medyum, doğrudan doğruya ulaşılamayan kaynaklarla sizin aranızda bağ ve bağlantı kuran aracı demektir. Bu önemli. Demek ki herhangi bir alet, aygıt, gereç, düzenek, nakil aracı ya da belirli bir amaca/sonuca vesile olan ara amaç ama sonuç değil. Özgün bir anlamı var: Bir kere sadece insan varlıklarına ait bir *artefact*. *Artefact*, çünkü insan

varlığının keyfi olarak tasarlayıp var ettiği simgesel bir düzenek. İkinci olarak medya, dil başta olmak üzere, bütün göstergesel sistemlerin işlevselliğini anlatır. Neden medya? Çünkü medya olmasaydı, insan varlıkları arasında iletişim diye bir etkinlik olmazdı. İletişim etkinliğine aracılık ettiği, iletişim etkinliğini görünür kıldığı ve onu işlevsel hale getirdiği için medya, özgün bir anlam alanına sahiptir.

Bugüne kadar vurgulamamış olsak bile, demek ki, iletişim başka bir şey, medya başka bir şey. Medya iletişimi tebarüz ettirdiği için biz medyayı, iletişim zannettik. Alto Palo dışındaki hemen bütün iletişim bilimi ekolleri bu hayati yanılığa düştü ve aslında, bu cehaleti bugüne kadar durmaksızın yeniden ürettik. Bugün artık tüm bu iletişim bilimine ait model ve paradigmaları topyekûn çöp kutusuna atmak zorundayız; onca emek, eser, çalışmanın çöpe gidecek olması içimizi sızlatsa bile. Bu hazin son, kavramların özgün anlamlarına geri döndüğümüzde gözümüze budak gibi batıyor ve maalesef, onların işe yaramazlığını itiraf etmek zorunda kalıyoruz.

Demokrasi kavramının hali-i pürmelali medyadan biraz daha hazindir. “Demokrasi nedir?” denildiğinde daha yüksek sesli bir koro ile “halk yönetimi” deriz. Durun, bu kavrama da sakince bir bakalım: Halktan kast edilen herhalde *people (public)* olmalı. Yönetimin yabancı dillerdeki karşılığı *government; administration* ile *management* kavramları da yerine ve bağlamına göre kullanılır. Demokrasiyi oluşturan *demos* ile *kratos* kavramlarının halk ya da yönetim ile hiçbir ilgisi yok. Bu denli kutsadığımız ve hatta tapındığımız bir kavram, bu denli sahte ve riyakar olabilir mi? Olabilir.

Demos, Antik Yunan’da orta tabakanın adı: Agora ehli. Daha üst sosyal katman akropolde yaşıyor. Onlar yöneticiler, savaşçılar ve rahiplerdir. Bugünkü laik kavramına esin teşkil eden *laos*, en alttaki sosyal katman. Onlar vatandaş bile sayılmıyor. Orta katman, yani *demos*, demokrasi kavramının ilk kelimesidir, *kratos* ikinci kelime. *Kratos*’un güç gibi bir anlamı var ama *power* anlamına gelmiyor. Hikaye şu: Kratos isimli Zeus’un bir fedaisi varmış. Kratos, Tanrı dağı Olimpos’taki bilgi ateşini çalıp insanoğluna veren huysuz evlat Prometheus’u yakalamakla görevlendirilmiş. Kratos, görevini layıkıyla yapmış ve zincirlerle bağladığı Prometheus’u Zeus’un ayaklarının altına sermiş. Yani Kratos, insan azmanı bir figür. Buna göre demokrasiyi, tam olarak şöyle tanımlamamız lazım: Lümpen ve niteliksiz agoralıların kontrolsüz gücü. Daha doğrusu, ne tür bir *big brother*’ın emrine amade olduğu kolaylıkla kestirilemeyen kitlelerin gücü demek.

Haklısınız, eğer demokrasi buysa, ben de demokrat sıfatını kullanmak istemem. Ama medyayı, katalizör rolüne vurgu yaparak demokratik işlemci ve işlevselleştirici olarak o kadar çok niteledik ki, demokrat sıfatına yapıştırılan bu etiketi asla hazmedemeyiz. Bu yüzden her bir iletişim bilimci, kendisine şu soruyu sormak zorunda: Medyanın demokrasi ile nasıl bir bağ ve bağlantısı olabilir?

Evvela literatürde yazıldığı gibi otoriter, totaliter, demokratik, vs. kavramlarını uydurup, bunlarla şu veya bu biçimde ilişkilendirilmiş bir medya sistemi hayal edip, bunun yaşadığımız hayata denk düştüğüne dair kanıt (parametre) toplama telaşı içinde olmayalım. Çünkü bu güne kadar “totaliter veya demokratik idare işte şu” diyebileceğimiz bir prototip olmadı. Demokratik prototip, Birleşik Krallık ya da Birleşik Devletler mi? Asla, firavunlar nemrutlar da dahil, insanlık

tarihinin en ideolojik devletinin ABD olduğuna dair bugün açık veya örtülü bir mutabakat vardır. Nazizm, Faşizm ya da Stalinizm, bugünün ideolojik devletleri gibi ideolojik aygıtlara sahip olmadıkları için uzun ömürlü olamadılar. Dolayısıyla bazı siyasal sistemler ile kimi medya örgütlerinin ilişkileri arasındaki irtibat bize akademik bir çıkış yolu sağlamaz. Kaldı ki artık, geçmişe dair bazı emareleri önümüze koyup, “ey ruh, geldiysen bize yol göster” nidaları atarak alanımıza ilişkin geçerli ve güvenilir bir paradigma kuramayız.

Regülasyon ve deregülasyon sorunu, bilindiği gibi, 1980’li yıllardan beri kendisini durmaksızın tekrarlayan tartışma konularıdır. Siyasal iktidar ve kamusal iradenin, medya piyasasını ve sektörünü düzenleme girişimlerinin sınırlarına dair uzlaşma umudu hiçbir biçimde zuhur etmedi. Asıl önemlisi ise, medya sektörünün ve piyasasının aktörlerinin siyasal iktidar veya kamu iradesine karşı nasıl bir deontolojik tavır geliştirmesi gerektiğine dair hiçbir etik kural ve hatta öneri geliştirilmedi. Liberal bakışa ilişkin iddialar, devrimci ya da muhafazakar bakışlara ilişkin iddialar, bu tür uzlaşma ihtimallerinin önünü tıkadı. Oysa ki, yaşanan hayatta hiçbir gerçek kişi veya tüzel kişiliğin pür liberal, pür devrimci ya da pür muhafazakar görüşü olamaz. Nitekim, bazı durumlarda inanılmaz reformist davranan bir siyasal iktidar veya kamu iradesi ya da medya kuruluşu, belirli bazı konjonktürler zuhur ettiğinde akıl almaz bir muhafazakar tavır içinde olabiliyor. Böylesine kaygan bir yaşam alanı üzerinde nasıl paradigma kurabiliriz? Geçerli ve güvenilir bir paradigmamız yoksa, fakültelerde öğrencilere ne anlatacağız, yüksek lisans veya doktora tezlerinde hangi paradigmanın, prototip ya da modelin eksen alınmasını öğütleyeceğiz?

Son on yıllarda pek çok tartışma yapıldı; diyalojik demokrasi, ideal iletişim gibi. Etkililik, ılımlı çatışma, çoğulculuk, balans gibi terimler üzerine oturtulmuş modellemelerin varlığı inkar edilemez. Ama bunların hepsi, medya sektöründeki mülkiyet ilişkilerinin biçim ve içeriğini yok sayıyor. Bu model ve yaklaşımların, medya üretim araçlarının hegemonyasına dair, medyaya yönelik klasik eleştirileri görmezden gelen akademik tercihler olduğu sır değildir. Bu biçim ve içerik değişmediği sürece, her model ve yaklaşımın statükoyu yeniden üretme dışında bir faydasının olmayacağı açıktır. Dolayısıyla tüm bunların akademik anlam ve değerine ihtiyatla bakmak gerektiği unutulmamalıdır.

Hikayeyi uzatmak mümkün. Ama ne kadar uzatırsak uzatalım geçerliliği kalmadığı için, sonu görünen eskiler dışında elimizde işe yarar yeni bir birikim sanki yok. Biz de belki bu yüzden, en baştan başlamalıyız ve önce kavramlardan anlaşılması gerekeni doğru anlamalıyız.

Onu oluşturan teçhizatlar olması hasebiyle, demokratik yönetim mekanizmalarını kritize edebileceğimiz dört kavram; (1) siyasal eşitlik, (2) denge ve denetim, (3) popüler baskı ve (4) siyasal özgürlüktür.

Adı üstünde mekanizma, organik bir sistem değildir. Mekanizma tamamen bizim tasarlayıp, parçalarına bizim biçim ve içerik kazandırdığımız, her bir parçayı istediğimiz gibi söküp takabileceğimiz, değiştirebileceğimiz; işlevini, çalışma tür, şekil ve dozunu tümüyle bizim ayarlayabileceğimiz bir aygıttan ibarettir. Yani demokratik yönetim mekanizması, bizim var ettiğimiz epistemolojik bir gerçekliktir sadece. Olmazsa olmaz unsurları olamaz. Dokunulması, çıkarıp atılması, değiştirilip dönüştürülmesi imkansız bir yanı, yönü, parçası da olamaz. Önce

bunda uzlaşmamız lazım. Elbette mekanizmanın bu denli işletilebilir olmasının nedeni, sürekli olarak işleyebiliyor olmasından kaynaklanıyor. Bunu da unutmamak lazım. Organik bir sistem doğar, yaşar ve ölür. Ama mekanik sistem biz istersek doğar, biz istediğimiz süre yaşar ve biz ondan vazgeçersek ölür. Bu sayededir ki mekanik sistemler, organik bir sisteme göre, konjonktüre daha kolay uyum sağlar ve değişen koşullara daha çabuk ayak uydurur.

Dolayısıyla, demokrasiyi kritize etmek istiyorsak demokratik yönetim mekanizmasının aparatları olan dört parçayı yeniden anlamlandırmalıyız. Ayrıntıya girmeyelim ve sadece şu cümleleri kuralım: Siyasal eşitlik, her reşit ve mümeyyiz yurttaşın belirli bir takım rol, görev ve yükümlülükler üstlenebilme yeteneği ile mücehhez olduğu ön kabulüne dayanır. Bugün görünen şudur: İnsanlık tarihinin hiçbir döneminde, hiçbir fert, bugün olduğu yoğunluk ve kapsamda yeni medya aygıtları tarafından motive ve manipüle edilmiyordu. Dolayısıyla artık siyasal eşitlik kavramına bu gerçek ışığında yeniden bakılmalı. Denge ve denetim; yasama, yargı, yürütme, kamuoyu, sivil toplum gibi ayrıştırmalar dolayımı ile artık asla anlaşılabilir. Zira bunlar kimi zaman tümüyle yekvücut, kimi zaman da binbir parçaya bölünmüş haliyle tebarüz etmektedir. Popüler baskının kaynağının bireysel irade ve inisiyatif olduğunu günümüzde artık kimse savunamaz. Bütün bir insanlık, “*selfie* sarhoşluğu” içinde başka bir aleme göç etmiş iken, kim çıkıp “özne burada” diyebilir ki? Siyasal özgürlük de keza aynıdır. Özgürlük (*freedom*) ile serbestiyet (*liberty*) arasındaki hayati farklılığın anlam ve değeri insanlık tarihinin hiçbir döneminde bu denli anlamsız (*meaningless*) hale gelmemiştir.

Demek ki, demokrasiyi kritize edebileceğimiz için tüm aparatların biçim ve içeriklerini yeniden anlamaya, tanımlamaya ve mümkünse betimlemeye mecburuz. Diğer yandan medya, tanımı gereği tüzel bir kişilik değildir. Medya, aracı bir mekanizmadır. Dolayısıyla, ona efsanevi bir güç atfetmek, medyanın anlaşılmasını perdelmektedir. Medya da tıpkı demokratik yönetim mekanizması gibi mekanik bir sistemdir. Geleneksel medya ile dijital medyanın teknolojik birer aygıt olmaları *mass media* için bir örnektir. Kişiler arası ve kişilerle grup, topluluk, kurumlar-kuruluşlar arası ilişkilere aracılık eden göstergesel sistem (en önemli unsuru yazılı-sesli-sessiz dil olan ve bu dilleri görünür kılan) ise medyaya örnektir. Her iki medya da mekanik bir sistemdir. Göstergesel sistemlerin en bariz ögesi olduğu için, medyatik mekanizma da toplumsal uzlaşma ve uyuşmalar ile var edilmektedir. Medya, çeşitli taraflar/partnerler arasında etkileşim ve iletişim aracı olmakla birlikte, gerçek bir kişi veya tüzel kişilik değildir. Onların etkileşim/iletişimlerini gerçekleştirmek için, tıpkı medyum gibi, onların adına inisiyatif icra etmektedir. Dolayısıyla yanlış, medyanın aracılık ettiği taraflar/partnerlerle bütünleştirilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu yanlışın sonucunda, medyaya “dördüncü güç” olma gibi misyonlar yüklenmektedir. Medyaya neden bu tür kutsal misyonlar yüklendiğinin izahı, “Modernite kurumlara, en çok da devlet kurumlarına neden misyon yüklemiştir?” sorusunun cevabında bulunmaktadır, ama bunun analizini başka bir yerde yaptık.

Sonuç olarak, ayrıntıyla daha fazla boğulmadan, aracılık işlevi ile yükümlü medya ile demokrasinin ilişkisini iki kavramla açıklayabiliriz. Bunlardan ilki bağ (*contact*), ikincisi bağlantıdır (*connection*).

Her kurumun/kuruluşun bünyesinde faaliyet gösteren medya bulunmaktadır. Her gerçek kişi, nasıl ki, gündelik yaşamını iletişimle yürütmek için, medyatik bir etkinlik icra etmek zorunda ise, her tüzel kişilik bünyesinde de, biraz daha organize ve profesyonel ellerle medyatik etkinlikler icra edilmektedir. Bu bağlamdaki ilişki, *contact* bir ilişkidir. Dolayısıyla, demokratik bir ortamda, her gerçek kişi ve tüzel kişilik, ne denli isabetli/etkin medyatik faaliyetler yürütüyorsa, demokratik ortama o kadar katkı sağlıyor demektir. Dolayısıyla, demokratik ortam, *contact* ilişkiler sonucunda sürdürülen medyatik etkinliklerle beslenir ve bu etkinliklerden nemalanır. Demokratik ortam bu şekilde beslendikçe, kendisini geliştirir ve o da, *contact* ilişkilerle yürütülen medyatik etkinlikleri tahrik eder. *Contact* ilişkilerle yürütülen medyatik etkinlikler ile demokrasinin bağı esasen bu kadar basittir.

Connection ilişkiye gelince: Belirli bir tüzel kişiliğin bünyesinde faaliyet göstermeyen ve farklı gerçek kişi ve tüzel kişiliklerin etkileşimlerine/iletişimlerine aracılık eden *mass media* ile medyanın ilişki ağını *connection* kavramı anlatmaktadır. Esasen bağımsız ve tarafsız bir organ gibi görünmekle birlikte, *connection* ilişkilere aracılık eden medyatik etkinlikler, kendisi bir vücut değil, mevcudatın iletişim/etkileşimlerini irtibatlandıran bir aracı mekanizmadır.

Sorun şudur: *Contact* ilişkilere aracılık eden medyatik etkinliklerin amacı, hedefi, niyeti bellidir. Ne tür bir ideolojik tavra sahip olduğu bilinir. Siyasal proje ve projeksiyonları berraktır. Kimin adına çalışıyor, neye aracılık ediyorsa, bunu gizlemesine gerek yoktur. İzleyiciler, bu tür etkinlikler ile ilgili olarak bilinçli ve dirençlidir. Ancak *connection* ilişkilere aracılık eden medyatik etkinlikler şeffaf ve aleni değildir. Şu veya bu biçimde bu etkinliklerin gerisinde gizli bir senaryo vardır. Bu yüzden de *connection* tarzı medyatik etkinliklerden izleyiciyi sakındırmak çok mümkün değildir. Bu tür etkinliklere karşı izleyiciyi dirençli kılmak da çoğu zaman imkansızdır. Nitekim bu yüzden olsa gerek, günümüzün medyatik etkinlikleri, *contact* ilişkilere aracılık etmekten çıkmakta ve hızla *connection* ilişkilere aracılık etmeye yönelmektedir. Reklamlar bile böyledir. Neredeyse açık yapılan reklam kalmadı ve her yanımız gizli reklamın bubi tuzaklarıyla kuşatılmış durumda. En masum bir dramanın; sözgelimi, sıradan bir dizi filmin içinde bile gizli bir niyet, içine sinsice sindirilmiş ideolojik bir doku var.

İşte, demokratik ortamı tam da bu tür medyatik etkinlikler tehdit etmektedir. Bunlardan demokratik ortamı arındırmanın, izleyiciyi sakındırmanın ve korumanın, ona direnç kazandırmanın bir yolu olmadığı için, *connection* tarzı medyatik etkinlikler, günümüzün en fazla tehlike saçan odaklarıdır.

Enformasyon Özgürlüğünün İkiyüzlülüğü: İletişim Özgürlüğü Mü, Medya Özgürlüğü Mü?

Enformasyon özgürlüğü (1) bilgi alma, (2) bilgi verme ve (3) bilgi yayma özgürlükleri demektir. Enformasyon özgürlüğü; düşünce ve düşündüğünü ifade etme özgürlüğünü de kapsamaktadır. Buna göre özgürce düşünebilmek, özgürce düşünebilmeyi mümkün kılacak bilgi ve belgeleri elde edebilmek hakkına sahip olmak, elde ettiği bilgi ve belgeleri başkalarına aktarabilme imkanına sahip olmak ve elde ettiği, işlediği, yeniden anlamlandırdığı, yorumladığı

bilgileri *media* ve *mass media* aygıtlarıyla herkese duyurabilme özgürlüklerini kapsamaktadır. Bu özgürlük birinci insan haklarının ilan edildiğinden beri küresel olarak her bir insanoglunun en kutsal hakkı kabul edilmektedir.

Böyle anlatılınca ve sahifeler boyu böyle yazınca, hepimiz, hem çok kolay anlıyoruz hem de bu bizi çok mutlu ediyor. Ne kadar kutsal ve anlamlı bir mesleğimiz var. Bütün insanlığa hiçbir karşılık beklemeden hizmet ediyoruz, adamışız kendimizi. Demokrasiye, refaha, esenliğe, mutluluğa tüm insanlık enformasyon özgürlüğü sayesinde nail oluyor ve buna da biz aracılık ediyoruz. Her bir fert konuştuğça, konuşturulduğça, kendisini dinleyen birileri olduğça ve kuşkusuz ki bütün bunlara biz aracılık ettikçe, bütün insanlar kendisini daha özgür hissedecek, özgüven kazanacak ve kendilerini ziyadesiyle saygın hissedecekler. Bu hakkı işleyen, yaygınlaştıran, koruyan ve güvence altında tutan da biz iletişim bilimcileriz. Kendimizle ne kadar övünsek azdır.

Buraya kadar her şey çok güzel. Şimdi, delinin biri kör kuyuya taş atsa ve dese ki “enformasyona bilgi dediniz. *Knowledge* da bilgi, hatta sözlükler *dataya* da bilgi diyor. Neden *knowledge* özgürlüğü ya da *data* özgürlüğü değil de *information* özgürlüğü”?

Gerçekten de Fransızca *savoir* ve *connaitre* kavramlarının her ikisini de bilmek eylemi ile çeviriyoruz. Örneğin Arapça kökenli alim-arif, malum-maruf, talim-tarif, malumat-marifet kavramları da bilgiye ilişkin. Sözelimi enformasyon özgürlüğü acaba alimlerin özgürlüğü mü, ariflerin özgürlüğü mü? Enformasyon özgürlüğünün icra edilmesine aracılık ettikçe, bizim yaptığımız işin adı, acaba, malumat verme mi oluyor, marifet mi?

Biz soru sordukça, kör kuyuya atılan taş büsbütün dibe batıyor. Belli ki, delinin attığı taş çıkarmak zor ve soruları uzatmak gereksiz. Ama belki de kavramları biraz daha yakından anlamayı deneyebiliriz.

Zihnimizdeki kayıtların tümünü gözden geçirdiğimizde, zihnimizde iki tür bilgi arşivi olduğunu anlayabiliriz. Müktesebatımızdaki tüm bilgiler ya bizim deneyimlerimiz ve tahkikat ile tetkiklerimizin sonucunda elde ettiğimiz kayıtlar ya da bir otorite tarafından bize telkin ve vâzedilen bilgilerdir. Biz zihnimizdeki kayıtları yeniledikçe; daha doğrusu, geçmişe ait bilgi izlerini ileriye yönelik hedef, amaç, ideallerimize göre yeniden işledikçe ya yeni tahkik ve tetkiklerle bilgilerimizi yeniliyoruz ya da otorite olduğunu kabul ettiğimiz bir iktidar kaynağına başvuruyor ve ona danışarak bilgileniyoruz. Çok açıktır ki zihnimizdeki bilgi arşivinin tümü iki farklı türdeki kayıtlardan oluşuyor. Bilgi kavramı da bu nedenden dolayı hem Batı dillerinde hem de Arapçada iki farklı kavramla anlatılıyor.

Knowledge, bizim zihnimizin çalışma kapasitesine (akıl-zeka-mantık-bilinç) göre, çevremizdeki her şeye ve her duruma ilişkin algılarımızın tahkik ve tetkik edilmesini ve daha sonra kullanılmak üzere kaydedilmesini tanımlamaktadır. *Information* ise tetkik ve tahkikatlar sonucunda elde edemeyeceğimiz için bir uzmanına, daha doğrusu o konuda otorite olduğuna inandığımız bir iktidar kaynağına sorarak edindiğimiz bilgileri tanımlamaktadır. Bu yüzden bir binaya girdiğinizde kapıdaki müracaat memurunun tabelasında *information* yazar. Özellikle turistik seyahat için gittiğiniz yerlere tümüyle yabancı olduğunuz için, oraları bilen, tanıyan,

nereleri gezmeniz, görmeniz gerektiğini takdir edebilecek bir uzmana, otoriteye danışsınız. Ya da hasta olduğunuzda doktorunuza danışsınız ve o ne derse yaparsınız. Kısacası deneyimleriniz ve tetkik ile tahkikleriniz sonucunda elde ettiğiniz bilgilerin adı *knowledge*, başkalarının tavsiye, telkin ve vaazları sayesinde elde ettiğiniz bilgilerin adı *information*dir. Keza Fransızcadaki *savoir* fiili bilmek, *cannaitre* tanımak anlamındaki bilgiyi anlatmaktadır. Yani sokağın başında babacan bir mahalle bakkalı amca olduğunu bilirsiniz ama babanızın kardeşi olan amcanızı tanırırsınız. İki hakkındaki bilgi kesinlikle farklıdır. Nitekim Foucault¹, *connaitre* fiili için “erüdisyon yüklü bilgi” ifadesini kullanmaktadır.

Sinir bozucu soru sahifemize yeniden düştü: *Information*, gerçekten de başka bir otoritenin tavsiye, telkin vaazları ise, nasıl oluyor da özgürlük gibi bir kavramı niteleyebiliyor? Çünkü, bilgileri size taşıyan aracı mekanizma *media* bir otoritedir. *Mass media* ise daha da kesif bir otoritedir. Daha da önemlisi, *media* ile *mass media*’yı kodlayan otorite, *data* olarak elde ettiği ham bilgileri, anlamlı hale getirme ayrıcalığına sahiptir. Haber; olay veya durumun (*case*) kendisi değil, muhabirin yeniden ürettiği bir olay veya durumdur. Bu nedenledir ki zaten, muhabirin kodladığı ve *media/mass media*’nın sana ulaştırdığı bilgiyi senin tetkik veya tahkik etmene gerek yoktur.

Bu şu demek: Enformasyon özgürlüğü, bilgiyi tüketenlerin özgürlüğü değildir. Bilgiyi alan, veren ve dağıtanların özgürlüğüdür. Bu tarz bilgi, belirli bir özgürlüğe konu olduğu için, onu tüketecek olanın ayrıca özgürlük iddiasında bulunması saçmadır. İzleyici/tüketici kendisine kolaylıkla tüketebilir olarak üretilmiş, hazırlanmış, ambalajlanmış bilgiyi tüketip keyfine, rahatına, konforuna bakmalıdır. Zihnini tahkik veya tetkikler ile yormamalıdır. Burada yazılanlar size saçma gibi geliyor ama enformasyon özgürlüğü bize ticari burjuvazinin hediyesidir.

Ticari burjuvazinin mantığında, bu durum son derece anlamlıdır. Nitekim parlamenter temsili demokratik sistemi yapı ve kurumlarıyla siyasal hayata kazandıran ticari burjuvazi, aynı mantığı ona da işlemiştir. Başka bir vesileyle yazmıştık ama şu kadarını söyleyelim: Siyaset ve yönetim işlerinde olduğu gibi burjuvanın entelektüel, edebi, artistik faaliyetler için zaman ayırmaya vakti ve mecali yoktur. Burjuva, rakiplerinin kıyasıya yarıştığı piyasaları izlemek, o piyasalarda dimdik ayakta kalmak, mümkünse rakiplerinin yerlerde sürünmesini temin etmekle meşguldür. Zihnini ve enerjisini başka bir alana taşıdığı anda, ekonomik piyasalarda tutunma şansını elinden kaçırarak, yatırımını, kapitalini, parasını kaybettiği zaman da her şeyini kaybedecektir. O halde, tıpkı parlamenter sistemde olduğu gibi, yani kayıtsız şartsız egemenliği uhdesinde tutan burjuvanın, stratejik karar alma mekanizmalarında kendisine sadık mümessilleri bulunduğu gibi (Duverger’in pluto-demokrasi dediği²), entelektüel, edebi, artistik alanlarda da kendisine sadık mümessilleri olmalıdır ki, *mediator* ve *mediatrix*’ler tam da bu iş için biçilmiş kaftanlardır. Dolayısıyla, onlara enformasyon özgürlüğü temin edildiği takdirde, onların tüketicileri için ayrıca özgürlükten bahsetmek bozgunculuk (tıpkı, burjuva dışında bir ulustan bahsetmenin ihanet olacağı gibi) olacaktır.

1 Bkz. Foucault (2016).

2 Bkz. Duverger (1977).

Bu demek oluyor ki, *mediator* ve *mediatrix*'ler enformasyon özgürlüğü haklarından ziyadesiyle yararlanabilirler. Ama iletişim özgürlüğü ya da iletişimci özgürlüğü gibi laflarla kafaları karıştırmanın anlamı yok. İletişim etkinliğinin, *intention* kavramı bağlamında zihinsel bir tetkik ve tahkik süreci olduğuna dair iletişim biliminin sorunsalı olamaz. İletişim bilimciler, iletişim etkinliğinin zihinde nasıl teşekkül ettiği konusunda ilgilenmemeli, medyanın nasıl bilgi aldığı, verdiği ve naklettiği sorunu ile ilgilenmelidir. Medya etkileri konularını kendilerine sorunsal haline getirmelidir ve bu çerçeveye uygun model veya paradigmlar geliştirmelidir.

Ben böyle bir akademisyen miyim? Bunları yazdıktan sonra “böyle bir” akademisyen olmaya devam edersem, kendime saygımı kaybederim. Bununla birlikte, bu epistemolojik vaazlara uymaz, itibar etmez ve bize benimsetilen mantık çerçevesinde bilim yapmaz isek, derhal aforoz edilip, “geri zekalı” akademisyen haline gelebiliriz. Bizi kimse okumaz, kale almaz. Bu duruma düşmeyi göze almak da, sanırım, azıcık yürek istiyor.

Kaynakça

- Duverger, M. (1977). *Batı'nın iki yüzü*. Sağlam F. ve Erođlu C. (Çev.). İstanbul: Dođan Kitap.
- Foucault M. (2016). *Entelektüelin Siyasi İşlevi*. I. Ergüden, O. Akınhay ve F. Keskin (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları (orijinal baskı tarihi 1994).
- Serencam. (2018). *Türk Dil Kurumu güncel Türkçe sözlük*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=SERENCAM adresinden edinilmiştir.