

IV. KUVVET

DÖRDÜNCÜ KUVVET
ULUSLARARASI
HAKEMLİ DERGİSİ
YIL:2018 SAYI: 001



**ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
DÖRDÜNCÜ KUVVET ULUSLARARASI HAKEMLİ DERGİSİ**

**ADNAN MENDERES UNIVERSITY FACULTY OF COMMUNICATION
FOURTH POWER INTERNATIONAL REFEREED JOURNAL**

2018

Cilt: 1 Sayı: 1

Vol:1 No:1

<http://dergipark.gov.tr/dorduncukuvvet>

<http://www.akademik.adu.edu.tr/fakulte/iletisim/>

DERGİ HAKKINDA

Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergisi, yayın hayatına 2018 yılında başlamıştır. Mayıs ve Kasım ayları olmak üzere yılda iki kez yayımlanır. Dergide ağırlıklı olarak iletişim çalışmalarından özgün çalışmalar (sinema, reklamcılık, gazetecilik, halkla ilişkiler, radyo, siyasal iletişim, görsel iletişim tasarımı, grafik, televizyon, vd.) yayınlanmaktadır. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir. Kaynak göstermeden alıntı yapılamaz. Çalışmalar Türkçe veya İngilizce yayımlanır. Dergi açık erişim politikasına sahiptir.

ABOUT THE JOURNAL

Adnan Menderes University, Faculty of Communication, Fourth Force International Refereed Journal, has started its publication life in 2018. The journal is being published twice a year, in May and November. Journal publication policy is based on mainly publishing original works from communication studies such as cinema, advertising, journalism, public relations, radio, political communication, visual communication design, graphic, television, etc. The responsibility of the articles published in the magazine belongs to its author(s). It can not be quoted from the source without giving reference. The articles can be written in Turkish or English. The journal has an open access policy.

EDİTÖR / EDITOR

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Aslan

EDİTÖR YARDIMCILARI / ASSOCIATE EDITORS

Doç. Dr. Mustafa Özgür Seçim

Dr. Öğr. Üyesi Serhat Yetimova

Arş. Gör. Kürşat Doğan

Yayın Tasarımı: Emine Doğan

YAYIN DANIŞMA KURULU / SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Halim ESEN, Adnan Menderes Üniversitesi

Prof. Dr. Erkan YÜKSEL, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Filiz TİRYAKİOĞLU, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Ergün YILDIRIM, Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Filiz OTAY DEMİR, Maltepe Üniversitesi

Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN, İstanbul Şehir Üniversitesi

Prof. Dr. Aytekin CAN, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Huriye KURUOĞLU, Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Banu DAĞTAŞ, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Işıl ZEYBEK, İstanbul Kültür Üniversitesi

Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN, İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Hikmet SEÇİM, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi

Prof. Dr. Cenk DEMİRKIRAN, Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Battal ODABAŞ, Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Nilüfer PEMBECİOĞLU İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Suat Gezgin, İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Nazlı Bayram, Yaşar Üniversitesi

Doç. Dr. Hale BOZKURT, Adnan Menderes Üniversitesi

Doç. Dr. İçten Duygu ÇALLI, Adnan Menderes Üniversitesi

Doç. Dr. Funda ERZURUM, Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Yalçın KIRDAR, Maltepe Üniversitesi

- Doç. Dr. Gizem PARLAYANDEMİR, İstanbul Üniversitesi
- Doç. Dr. Mustafa Özgür SEÇİM, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Mehmet ÖZBEK, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Hicabi ARSLAN, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Aynur ÖRNEK, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Aslı İCİL TUNCER, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Mehmet Umut TUNCER, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Hakan AYTEKİN, Maltepe Üniversitesi
- Dr. Behiç Alp AYTEKİN, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Pelin ERDAL AYTEKİN, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Nergiz GÜNDEL, Adnan Menderes Üniversitesi
- Dr. Burcu AKKAYA TELCİ, Maltepe Üniversitesi
- Dr. Serkan ÖZTÜRK, Yalova Üniversitesi
- Dr. Adem YÜCEL, Ordu Üniversitesi
- Dr. Yıldız Derya BİRİNCİOĞLU, İstanbul Gelişim Üniversitesi
- Dr. Thomas A. BAUER, Universität Wien
- Prof. Dr. Andreas SCHÜMCHEN, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
- Dr. Ioana ALBU, University of Oradea
- Dr. Salvatore SCİFO, Bournemouth University
- Dr. Christos KALLONİATİS, University of the Aegean
- Dr. Alexandros BALZİS, Aristotle University of Thessaloniki
- Dr. Fahme DABAJ, Eastern Mediterranean University
- Dr. Maria SİDERİ, University of Aegean
- Dr. Onur TATAR, Adnan Menderes Üniversitesi

Editörden

Değerli bilim insanları,

Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak, yayın hayatına ilk adımlarımızı attığımız "Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi"nin ilk sayısı ile karşınızdaki olmanın mutluluğu ve heyecanını taşımaktayız.

Henüz 2014 yılında eğitim-öğretim faaliyetlerine başlamış bir fakülte olmamıza karşın, idari ve akademik yapılanmamızı süratli bir biçimde sürdürerek, akademik ortamdaki faaliyetlerimize başlamış bulunmaktayız. Bu kapsamda öğrencilerimizin eğitim- öğretim faaliyetlerine başlamaları, ilk mezunlarımızın çalışma hayatına atılmaları, Üniversitemizin ve içinde bulunduğumuz camianın değerlerini dikkate alarak yeni bilgiler üretmeye dönük çalıştaylar ve sempozyumların düzenlenmesi gibi bir takım faaliyetlerin ardından, uluslararası alana büyük katkılar sağlayacağına inandığımız hakemli dergimizi siz değerli bilim insanlarının beğenilerine sunmuş bulunuyoruz.

Güzel bir Türkçe deyim olan, "*Sağır sultan bile duydu*" tabirini, günümüzün bir iletişim çağı olduğu konusunda da kullanabiliriz. Zira günümüzde hangi faaliyet alanında olursa olsun, tüm işletmelerin, kamu kurumlarının ya da sivil toplum kuruluşlarının en büyük yatırımlarını iletişim alanında yaptıklarına şahit oluyoruz. Bu yatırım beraberinde de, doğaldır ki iletişim camiasının teknolojik anlamda sürekli kendisini yenilemesi ile yanıt bulmaktadır. Sürekli artan iletişim trafiği, sosyal medyanın hayatımızda önlenemez yükselişi, iletişim alanında yapılan çalışmaların da nicelik ve nitelik açısından sürekli olarak kendini geliştirmesi ile akademik ortamda kendisini göstermektedir. Bu kapsamda da dergimizin yayın politikası, yayınlanacak makalelerin "iletişim çalışmaları" çerçevesinde olması fikri üzerinde inşa edilmiştir.

Bunun yanı sıra, iletişim amacıyla birlikte, medyanın diğer çok önemli bir görevi de, ülkemizde de kuvvetler ayrılığı olarak kabul edilmiş olan yasama, yürütme ve yargının, medya tarafından kamu adına denetlenmesidir. Medya, devletin organlarında yapılan faaliyetleri halk adına denetleyerek aynı zamanda halka, yani bizlere bilgi sağlamakta, halk da bu enformasyon sayesinde kendi geleceği hakkında bilgi sahibi olurken, devletin faaliyetlerini bir nevi denetlemiş olmaktadır. İşte tam da bu çok önemli misyonundan dolayı, dergimizin ismini "4. Kuvvet" olarak belirlemiş bulunuyoruz.

Dergimizin bu ilk sayısında, toplam beş adet makale yer almaktadır. İlk makale, Samet Akveran'ın, "*Ana akım medya ihtiyacı ve etik*" başlıklı makalesidir. Genel hatları ile "ana akım" ve "alternatif" medya kavramlarının tanımlandığı bu çalışmada aynı zamanda bu iki mecranın farklılaştığı noktalar üzerinde durulmuştur. Alternatif medyanın farklı çeşitleri ve tarihsel ortaya çıkış süreci anlatılmış, başlıca işlevleri açıklanmıştır. Ticari çıkarlar, siyasi kaygılar gibi nedenlerle kendi temel özelliklerinden, meslek ilkelerinden ve etik değerlerden uzaklaşan ana akım medyaya "alternatif" olarak gelişen alternatif medya mecralarının etik değerlere bağlılığını ve kısıtlılıklarını da değerlendiren betimleyici bir çalışma yapılmıştır.

İkinci makale, Ekmel Geçer'in "*Barış gazeteciliğinin sosyo-politik imkânı üzerine bir değerlendirme*" başlıklı makalesidir. Bu makalede araştırmacı, genel olarak özellikle demokratik olarak kırılan ve polarizasyonun yoğun olduğu bir ortamda teorik olarak daha istikrarlı ve pratiğe yönelik bir barış gazeteciliği modelinin imkânını irdelemiştir.

Dergimizde yer alan üçüncü makale ise Yelda Çüçen Öke'nin, "*Alternatif bir medya olarak sosyal medyanın yeni toplumsal hareketler üzerindeki etkisi*"dir. Çalışma temel olarak, internet medyasının yarattığı özgür ve geniş alanın, edilgen konumdaki kitleleri nasıl etkilediğini, alternatif bir medya olarak sosyal medyanın, toplumsal hareketleri dönüştürerek toplumda nasıl bir değişim yarattığını gösterme üzerine inşa edilmiştir.

Dördüncü makale ise, bu sayımızda yer alan diğer makalelerden konu ve içerik olarak farklılığı ile öne çıkan, Nilüfer Özel'in "*Wolfgang Weingart'ın Tipografi Anlayışında Yapıbozumculuk*" başlıklı makalesidir. Araştırmacı makalesinde, Wolfgang Weingart'ın tasarım alanındaki yaklaşımlarını incelemiş, aynı zamanda post modern dönemin önemli tasarım modellerinden birisi olan yapı bozumcu yaklaşıma yönelik katkıları ve İsviçre tasarım dünyasına getirdiği yenilikler üzerinde durmuştur.

Dergimizin bu ilk sayısının son makalesi ise, Sinan Baran'ın "*24 Ocak Kararları ve 12 Eylül Askeri Darbesinin Basına Olan Etkileri: Milliyet Gazetesi Örneği*" makalesidir. Bu makalede de araştırmacı, ilgili tarihler bağlamında, Milliyet gazetesinin geçirmiş olduğu dönüşümü, nicel verilerle ortaya koymuştur.

Büyük bir heyecanla başlattığımız dergimizin bu ilk sayısında toplam 5 adet özgün makale bulunmaktadır. Bu makaleler DegiPark üzerinden kabul edilmiş, dolayısıyla da iki kör hakem onayı şartı aranmıştır.

Bu süreçte maddi ve manevi desteklerini her zaman gördüğümüz Adnan Menderes Üniversitesi Rektörü sayın Prof.Dr. Cavit Bircan'a, yazıların yayın sürecinde görev alan hakemlerimize, danışma ve editörler kurulu üyelerimize, redaktörlerimize teşekkürlerimizi sunuyoruz.

İkinci sayımızda görüşmek dileği ile.

İçindekiler / Contents

ANA AKIM MEDYA KARŞISINDA ALTERNATİF MEDYA İHTİYACI VE ETİK

Samet AKVERAN 10

BARIŞ GAZETECİLİĞİNİN SOSYO-POLİTİK İMKANI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Ekmel GEÇER 32

ALTERNATİF BİR MEDYA OLARAK SOSYAL MEDYANIN YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Yelda ÇÜÇEN ÖKE 52

WOLFGANG WEINGART'IN TİPOGRAFİ ANLAYIŞINDA YAPIBOZUMCULUK

Nilüfer ÖZEL 62

24 OCAK KARARLARI VE 12 EYLÜL ASKERİ DARBESİNİN BASINA OLAN ETKİLERİ: MİLLİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ

Sinan BARAN 76

ANA AKIM MEDYA KARŞISINDA ALTERNATİF MEDYA İHTİYACI VE ETİK

*Samet AKVERAN **

Özet

Bu çalışmada ana hatları ile “ana akım” ve “alternatif medya” kavramları tanımlanmış ve farklı yönleri belirtmeye çalışılmıştır. Alternatif medyanın ortaya çıkma nedenleri belirtildikten sonra tarihçesi üzerinde durulmuş, belli başlı türleri ve işlevleri belirtilmiştir. Alternatif bir medyaya ihtiyacın nasıl oluştuğu açıklanmaya çalışılmıştır. Ticari çıkarlar, siyasi kaygılar gibi nedenlerle kendi temel özelliklerinden, meslek ilkelerinden ve etik değerlerden uzaklaşan ana akım medyaya “alternatif” olarak gelişen alternatif medya mecralarının etik değerlere bağlılığını ve kısıtlılıklarını da değerlendiren betimleyici bir çalışma yapılmıştır.

Anahtar Sözcükler: *Ana akım medya, alternatif medya, etik*

* Araştırma Görevlisi, Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü,
s.akveran@adu.edu.tr

ALTERNATIVE MEDIA NEED AGAINST THE MAINSTREAM MEDIA AND ETHICS

Abstract

In this study, the concepts of "mainstream media" and "alternative media" were defined with the outlines and tried to be mentioned with different aspects. After the causes of the emergence of the alternative media have been specified, the study focuses on the history of alternative media and its main types and functions. The study tried to explain why there is a need for an alternative media. Mainstream media deviates from its basic values such as professional principles and ethical values for commercial interests and political concerns. The ethical values and limitations of the alternative media are also the subjects of this descriptive study.

Keywords: *Mainstream media, alternative media, ethics*

Giriş

İletişimde yaygın olarak görülen dört kuramdan biri olan liberal kuram, ekonomik yapıları liberalizme dayanan ülkelerde kullanılan sistemdir. Liberalizmde akla dayalı olan ve tüm sektörlerde serbest piyasa ekonomisini savunan, bireysel girişimciliği ön planda tutan bir anlayış hakimdir. Bu anlayışta, kendi sermayesi ve becerileri doğrultusunda iş kuran geliştiren ve başarılı olan bireylerin toplum geneli için de en yüksek düzeyde fayda sağlayacağı varsayılır. Ancak liberal kurama göre şekillenen medya kuruluşları incelendiğinde sistemden beklenen toplumsal faydanın sağlanamadığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle tam anlamı ile kamu yararına yayıncılık yapan kuruluş ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

1. Ana Akım Medya

Liberal yaklaşımda hakim olan serbest pazar ekonomisi anlayışı, devletlerin piyasalar üzerinde minimum etkisi üzerine şekillenir. Buradan hareketle medya mecraları da serbest pazarda yer alan özel işletmeler şeklinde örgütlenir. Oluşturulacak basın işletmeleri de özel teşebbüs şeklinde oluşmalı ve devlet baskısından muaf tutulmalıdır (Atılğan, 1999: 7-8).

Serbest pazar ekonomisinde bulunan işletmelerin kuruluş ve varoluş amaçları kârlılıktır. Ürettikleri ürün ve hizmetleri satarak kar elde etmek temel amaçtır. Bu noktada talep ve tercih edilen olmak için pazarda yarattıkları farklılıkların, yeniliklerin hem kendi gelirlerini arttıracığı

hem de toplum için ilerleme ve refah sağlayacağı varsayılır, bu liberalizmin temel savlarından birini oluşturmaktadır. Ancak her ne kadar serbest pazar koşullarına uygun olarak açılan ve işletilen bir durumda olsalar dahi basın işletmeleri sadece karlılık gözeten kurumlar olamazlar. Basının, hitap ettiği hedef kitleyi bilgilendirme, haber verme ve kamuoyu oluşturma gibi işlevleri nedeniyle, pazarda yer alan diğer işletmelerden farklı bir konumda olması gerekmektedir.

Liberal yapıda şekillenen modern devletlerin vazgeçilemez olarak belirlediği demokrasi kavramı; yasama, yürütme ve yargı organlarının birbirinden bağımsız ancak belli bir uyum içinde çalışması şeklinde temellendirilir. Liberal kuramın savunduğu demokratik anlayışta bu erklerin yanında dördüncü bir kuvvet şeklinde nitelenen basının, toplum yararına bu erkleri bir anlamda denetleme özelliğine sahiptir. Bu erklerin denetlenmesinde en uygun koşulların serbest pazar ekonomisinde olduğunu savunan liberal kuram, basın özgürlüğü için en uygun şartların, serbest piyasada bağımsız olarak şekillenecek özel basın işletmelerinde olduğunu varsaymaktadır. Bu yaklaşımın öngördüğü şekli ile demokrasiyi yaşatabilme ve geliştirebilmenin önemli araçlarından biri basındır. Kamu adına ve yararına yönetenleri denetlemesi, olumsuzluklar hakkında yaptığı haberler ve içeriklerle halkı aydınlatması demokrasiyi geliştirecek bir sistem olarak görülmektedir (Uzun, 2007: 26-27).

1.1. Alternatif Medya İhtiyacı

Ana akım veya geleneksel medya şeklinde adlandırdığımız bu organizasyonların kar elde etmenin birincil amaç haline gelmesi, siyasi ilişkiler gibi pek çok sebep yüzünden kendisine atfedilen kamuyu bilgilendirme, kamu adına ve yararına siyasi erki denetleme gibi toplumsal rolleri yerine getiremediği gözlenmektedir. Medya, güttüğü kaygılar nedeni ile işletmenin çıkarları başta olmak üzere belli bir kesimin sözcüsü kimliğinden sıyrılamamaktadır. Halk kavramını oluşturan geniş kitleler sadece şiddetin içinde yer aldığı, bir parçası olduğu durumlarda geleneksel medyada haber olabilmekte, dezavantajlı kesimler ana akım medyada kendine yer bulamamakta ve sesini duyurabilme noktasında eksik kalmaktadır. Bu kısıtlamaların aşılabilmesi, sıradan insanların seslerini duyurabilmesi için ana akım medyaya alternatif olan mecralar gerekmektedir. Bu ortam içerisinde doğan ve gelişen alternatif medyanın işlevi yalnızca duyulamayanların sesi olmak değil, sesini duyurduğu kitle ile bütünleşerek onların eleştirel ve sorgulayan bir bakış açısı geliştirebilmesini sağlamaktır. Ana akım olana alternatif olabilme amacı taşıyan bu oluşumlar muhalif medya, topluluk medyası, bağımsız medya, karşı medya, yeni medya, yerel medya, başka medya ve radikal medya gibi çeşitli isimlerle de tanımlanmaktadır. (Özer, 2012: 9-10).

1.2. Tarihsel Süreç ve Bazı Örnekler

Alternatif medya konusunda kuramsal bağlamda başlangıç çalışması olarak 1984 tarihli John Downing'in Radical Media (Radikal Medya) adlı çalışması öne çıkmaktadır. Bu çalışmada radikal olarak nitelenen medyanın alternatifliği, sosyal ve politik değişim için sahip olduğu potansiyelden kaynaklanmaktadır. Bu bakış açısının odaklandığı temel nokta radikal medyanın hitap ettiği kitleyle birlikte hareket etme ve onlara politik bilinç kazandırabilme potansiyelinin olmasıdır. Tarihsel açıdan alternatif medyayı temellendirebilmek adına Downing 18. ve 19. yüzyılda işçi şarkıları, grafitiler, sokak tiyatroları, posterleri de bu bağlamda değerlendirir. Downing alternatif medyanın bu vasfı taşıyabilmesi için yalnızca söylemleri ile farklılaşmasının yeterli olmayacağını, organizasyon yapısı ile de alternatif sunması gerektiğini vurgular. Alternatif medya:

- a. Alternatif medya katılımcılarını sosyal hayatın çoklu gerçekliğini vurgulama yönünde teşvik etmelidir.
- b. Partizan olabilir ama asla bir partiye ya da elit bir azınlığa ait olmamalıdır.
- c. Sosyalliği ve yaratıcılığıyla kurumlar üzeri olmalıdır.
- d. Prefigüratif olmalıdır (burada kastedilen geleceğe yönelik bir tasarımın daha ötesinde sosyalist prensiplerin şimdiden hayatın içinde uygulanabilmesidir (Downing'den akt. Ceyhan, 2008: 71).

Ana akım liberal medyanın iyileştirilmesi, eşitsizliklerin giderilebilmesi adına hazırlanan önemli metinlerden biri olan "MacBride Raporu" alternatif iletişimin, eşitsizliklerin giderilmesi bağlamında önemli bir yerde olduğunu belirtmiştir:

...egemen dikey iletişim akışını azaltmak, yatay iletişim şebekelerini geliştirmek için yapılan her radikal çıkış ve ilgili grupların uyanıklığını güçlendirmedeki başarı alternatif iletişimin önemini niceliksel yönden arttıracaktır. Böylece bireyler ve gruplar çeşitli biçimlerde ve giderek de daha da artan ölçüde, doğrudan-varolan iletişim araçlarıyla resmi ya da kurumsallaşmış ya da alternatif iletişim araçlarıyla-iletişim sürecine katılmakta yaratıcı bir ifade olanağı ve yeni etkili alanlar bulmaktadırlar...(MacBride Raporu, 1993: 189'den akt. Ceyhan, 2008: 62).

Alternatif medya hem ortaya çıkışı amacı hem de gelişimi açısından çoğu zaman azınlıkta kalanların, ana akım medyada kendine yer bulamayanların kendini duyurma ve iletişim aracı olmuştur.

Alternatif medyanın kullanımına Meksika’da savaştan topraksız köylülerin hareketi olan Zapatistalar örnek verilebilir. Zapatista Ulusal Kurtuluş Ordusu’nun yazdığı metinler, manifestolar, bültenler bilgisayar ağları ve korsan radyoları sayesinde hem ülkeleri içinde hem de dünya genelinde geniş yankı bulmuştur. Öyle ki 1995 yılında Meksika hükümetinin hareketlerini bastırmak için girişeceği müdahale öncesi kullandıkları alternatif medya sayesinde dünya çapında yankı uyandırabilmişlerdir ve 1998 yılında hükümet Zapatistalar ile anlaşma yoluna girmek durumunda kalmıştır. Bir diğer örnek, 1997 yılında grevde olan Kore’li işçiler ile İngiltere’de Merseyside liman grevindeki aktivistler uluslararası dayanışmalarını web siteleri aracılığı ile sağlamaları olmuştur. Amerika’da yayın yapabilmek için gerekli olan Federal Communications Commission (FCC) ruhsatı olmadan 1987’de kurulan ve “Siyahların Kurtuluşu”, “Afrikalıların Kurtuluşu” gibi pek çok kez isim değiştirmek zorunda kalan Mbanna Kantako’nun İnsan Hakları Radyosu ve 1993’te Stephen Dunifer’in Kaliforniya’da sırtında taşıdığı 15 wattlık verici ile yayına soktuğu Özgür Radyo diğer örneklerdir (Kejanlıoğlu, 2003: 86-87-89).

1.3. Alternatif Medya Çeşitleri

1.3.1. Ücretsiz Gazeteler

1940’lı yıllarda Contra Costa Times isimli ve Dean Lesher tarafından California’da çıkarılan gazete ücretsiz gazete türünün ilk örneği olarak kabul edilmektedir. 1970’lerde ise Colorado Üniversitesi’nde, Vietnam Savaşı karşıtı gençler tarafından ücretsiz bir gazete çıkarılmıştır. İngiltere’deki ilk ücretsiz gazete örneği Birmingham kentinde, Birmingham Daily News adı ile 1984’te çıkan gazetedir. Modern anlamda günlük ücretsiz gazeteler ise 1995 yılında Stockholm-İsveç’te, Modern Times Grup (MTG) şirketi tarafından çıkarılmıştır. Stockholm Metro adlı bu gazete öncü olmuş ve şirket 2002 yılından itibaren 23 baskı ile 15 ülkede 10 milyon okuyucuya ulaşmıştır. Metro ile yapılan toplu taşımacılık sırasında dağıtılan bu gazeteler, 1996’da Çek Cumhuriyeti; 1998’de Macaristan; 1999’da Hollanda ve Finlandiya; 2001’de Şili, Amerika, İtalya, Kanada, Polonya, Yunanistan, Arjantin, İsviçre, İspanya ve Danimarka’da; 2002’de Fransa, Hong Kong, Kore’de; 2004’te Portekiz’de; 2006’da Sırbistan ve İrlanda’da yayınlanmıştır (Aydoğan, 2012: 2).

Ücretsiz gazeteler genellikle metropol şehirlerde, toplu taşıma durak ve istasyonlarında, alışveriş merkezi ve üniversite kampüsleri gibi kalabalık alanlarda dağıtılan genel olarak halka

hitap eden gazeteler şeklinde düzenlenir. 1990'lerden sonra artan ve başlangıçta küçük bağımsız gruplar tarafından çıkarılan ücretsiz günlük gazeteler, büyüdükçe sert piyasa koşullarının altında ezilmiş ve maliyetleri karşılayamaz hale gelmişlerdir. Bu durumda devreye giren büyük medya işletmeleri ücretsiz günlük gazete piyasasına dâhil olmuşlardır (Aydoğan, 2012: 6-7). Güçlü medya grupları bünyesinde varlığını sürdürebilmek ücretsiz günlük gazeteler için tek çıkış yolu gibi görünse de bu durum küçük gruplar halinde farklı amaçlarla muhalif bir niyetle çıkarılan ilk ücretsiz gazetelerin amacı ile çelişir gibi durmaktadır. Büyük medya grupları bünyesinde çıkarılan ücretsiz günlük gazetelerin alternatif medya kapsamında değerlendirilmesi dönüştüğü yapı nedeni ile güçleşmektedir.

1.3.2. Yurttaş Gazeteciliği

Liberal yaklaşım içerisinde ideal bir biçimde sunulan, farklı seslerin de duyurulabileceğini vurgulayan çoğulculuk, medyanın tamamen ticarileşmesi ve tekelleşmesi nedeni ile medyadan beklenen toplumsal rolleri sekteye uğratmaktadır. Bu etkiler nedeni ile etik ilkeler de ikinci plana atılmaktadır. Mora'nın (2008) tanımına göre "...haber toplamada özellikle yurttāşa başvuran, habere onların gözüyle bakan, habere konu olan olayın/sorunun yurttāş lehine sonuçlanmasına kadar yayınına devam eden, yurttāş haberin yapım ve yazım sürecine dâhil eden bir gazetecilik uygulamasıdır" (s. 34). Bu tanıma bağılı kalınarak yurttāş gazeteciliğın liberal medyanın yurttāşı pasif izleyici konumuna sokan bu tutumunu değıştirmeyi amaçladığı söylenebilir.

Yurttāş gazeteciliğın ticarileşen medyanın en büyük örneklerini sergileyen ABD'de ortaya çıkması, bir bakıma liberal politikalarından en çok etkilenen medyanın da yine bu ülkede var olması nedeni ile kendi içinde mantıklı bir durum gibi durmaktadır. Bu ortamda gazetecilik mesleğı kendi meslek etiğinden uzaklaşmakta ve bir anlamda güç ve iktidar sahiplerinin sesi konumuna gelmektedir. Bu durumdan rahatsızlık duyan 1950 ve 1960'lardaki gazeteciliğı idealize ederek bu dönemdeki ilkelere dönmenin önemini vurgulamaktadırlar. Kamu gazeteciliğı olarak da adlandırılan yurttāş gazeteciğı tarihsel açıdan 1970'lerde gündeme gelmiş gibi dursa da bilinen anlamı ile çıkışı 80'lerin sonu 90'ların başına denk gelmektedir. Yurttāş gazeteciliğında amaç yeni bir tür gazetecilik ortaya koymaktan ziyade basının toplumsal rollerini yerine getirmesini sağlamaktır (Özer, 2012: 24-25). Bu anlayış kuramsal temelini Denis Mcquail'in Katılımcı Demokratik Medya Kuramı'nda bulmuştur. Bu kuram yurttāşların temel haklarından biri olan bilgi edinme hakkının önündeki en büyük engel olarak gördüğü medya tekellerinin yerine; küçük ölçekli, yerleşmiş ve etkileşimci bir gazetecilik anlayışının

yerleşik olduğu iletişim araçlarının, halkın katılımını arttıracak görüşünü savunmaktadır. Bu bağlamda kuramın önermelerini sıralayacak olursak:

- a. Medyanın var oluş nedeni şirketler ya da müşteriler değil, halktır.
- b. Medyanın örgütlenmesine ve içeriğinin belirlenmesine siyasi otorite etki etmemelidir.
- c. İletişim, bu alanda çalışanların inisiyatifine terk edilemeyecek kadar önemlidir.
- d. Gruplara, örgütlere ve yerel topluluklara kendi medyalarına sahip olma hakkı tanınmalıdır.
- e. Yurttaşlar ve azınlık grupları, medyaya erişme ve gereksinim doğrultusunda bilgilendirilme ve hizmet edilme hakkına sahip olmalıdırlar. (Mora, 2008: 34,36).

Var olan liberal politikaların medya sektörünü dönüştürdüğü durumdan rahatsızlık duyan gazeteci ve editörler, 1989'dan başlayarak bunu değiştirmek, kamu yararına gazetecilik anlayışına dönmek istediler. Burada amaç halkın kamu yaşamında doğrudan etkili ve söz sahibi olabilmesi, en azından sesini duyurabilmesidir. Bu anlayışın temelinde insanları pasif izleyici konumundan sıyırma, demokratik sürece aktif şekilde katılmalarını sağlamak bulunmaktadır. Bunun yanında bu gazetecilikten beklenen, insanlarda sorunlarını sahiplenme duygusu geliştirmek, yurttaş olma bilinci ve bu bilinçten hareketle sorumluluklarının farkına varmalarını sağlamaktır. Karar alma süreçlerine yurttaşların da katılabilmesi için bu konuda farkındalık ve istek yaratma, bu şekilde de demokratik süreçlere katılmalarını sağlama, yurttaş gazeteciliğinin ödevleri arasında sayılabilir (Özer, 2012: 26,28).

Yurttaş gazeteciliğinin esaslarını şu şekilde sunabiliriz:

Yurttaş gazeteciliği haber tanımını genişletir. Haber yapma çerçevesini yeniden tarif ederek, okuyucu ilgisini arttırmayla ilgilenir. "Haberde dengelik" okuyucular lehine yeniden tarif edilir. Yeni bir okuyucu topluluğu oluşturulmaya çalışılır. Okuyucuların gazeteleriyle etkileşim içine girebilecekleri kanallar oluşturularak, gazetecilerle yurttaşları arasındaki mesafeyi kaldırmaya çalışır (Schaffer: 1999'dan akt. Cangöz, 2005: 110).

Yurttaş gazeteciliğini, liberal medya haberciliğinden ayıran bazı özellikleri vardır. Bu özelliklerden ilki haber hazırlama aşamasında mümkün olan tüm kaynaklara ulaşılmasıdır. Burada amaç geleneksel medya haberciliğinde olduğu gibi kısıtlı kaynaklara bağlı kalmadan haber yapmak, oluşturulan haberin doğruluk katsayısını arttırmaktır. Ayrıca oluşturulacak haberin bakış açısı resmi değil yurttaşın bakış açısı olmalıdır (Duran, 2005: 95-96). Geleneksel habercilik pratiklerinde sıkça kullanılan, olay ya da konu ile ilgili yetkili bir veya birkaç kişiden alınan kısıtlı bilgi yerine haberin içeriğini oluşturan her kaynak araştırılmalıdır. Yetkili ve resmi kaynakların bilgisinin kısıtlı olduğu durumlar olabileceği gibi farklı amaçlar doğrultusunda konuyu çarpıtabilecekleri, muhabiri yanıltabilecekleri de bir gerçektir. Bu nedenle “güvenilir kaynak” olarak düşünülen resmi makamlardan alınan bilgiler de habercilik pratikleri dahilinde araştırılmalı ve sorgulanmalı, haber kaynakları mümkün olduğunca geniş tutulmalıdır.

Yurttaş gazeteciliğinin diğer özelliği ise haber oluşturulurken kaynakla olan ilişkileridir. Yurttaş gazeteciliği haber oluşturulma süreci bakımından araştırmacı gazeteciliğe benzer özellikler taşımaktadır. Yurttaş gazeteciliği yapılış amacı olarak sadece haber yapmak, duyurmaktan ziyade habere konu olan olumsuzluğun giderilmesini de sağlamaktır. Bu nedenle haber yapım süreci ve kaynaklarla olan temas uzun sürelidir. Bir mahallede veya bir okulda yaşanan olumsuzluğun haberi yapılırken, haberin kaynağı bu olumsuzluğu yaşayan birincil kişiler ve onların çevresidir ve bu kaynaklarla olan ilişki uzun süreli, olay çözüme kavuşana kadar olmalıdır. Haber kaynağıyla oluşturulacak ilişki bu ekseninde, güven ve çözüm odaklı şekilde kurulmalıdır (Duran, 2005: 97).

Yurttaş gazeteciliğinin başka bir özelliği ise habere konu olan olumsuzluk giderilinceye kadar araştırmaların ve haberlerin sürdürülmesidir. Yurttaş gazeteciliğinde, geleneksel habercilik pratiklerinde yer alan “habere müdahale etmemek”, “gözlemci olmak”, “sadece olanı aktarmak” gibi ilkelerin dışına çıkılarak yurttaş lehine bir kazanım elde edilene kadar habercilik faaliyetlerinin sürdürülmesi esastır (Duran, 2005: 99).

Duran’ın (2005) aktardığı, çıkış noktası ABD olan yurttaş gazeteciliğini başarıyla uygulayan Amerikalı gazetecilere göre yurttaş gazeteciliğinin bazı kazanımları şunlardır: “Güvenilirliğimizi yeniden kazandık. Haber izleme ve aktarmayı yurttaş açısından anlamı kıldık. Okurla canlı ve somut ilişki kurabildik. Olaya, habere farklı gözlemlerle bakmasını öğrendik. Yurttaşların kendi sorunlarıyla ilgili olarak eyleme geçmesine yardımcı olduk.” (s. 104).

Yurttaş gazeteciliği internet ortamının sağladığı avantajlarla birlikte, Bianet, Dördüncü Kuvvet Medya benzeri online gazeteler vasıtası ile ivme kazanmıştır. İnternet gazeteleri ile

okurların doğrudan içeriklerle etkileşime geçmesi, habere katkı sağlaması ve fahri gazetecilik yapabilme olanağı doğmuştur.

1.3.3. Yurttaş Gazeteci

“Kurumsal medyadaki tekelleşme ve tektipleşme eğilimine bir tepki olarak gelişen internet gazeteciliğine paralel olarak ortaya çıkan webloglarda/videobloglarda yazılı ve görüntülü bilgi aktaran yurttaşlar, yurttaş gazeteci olarak tanımlanabilir.” (Mora, 2008: 40). Gazetecilik eğitimi almış kişilerin de internet ortamında rahatça yapabileceği blog yazarlığını, bu konuda hiç eğitimi olmayan bireyler de rahatlıkla yapabilmektedir. Yurttaş gazeteciler; yeterli seviyede bilgisayar kullanma becerisi ve internet erişimi sayesinde, günlük hayatta yaşadıklarını, bir konu veya olayla ilgili kişisel görüşlerini takipçileri ile paylaşan blog yazarları veya hâlihazırda internet ortamında yer alan haberlerden kendi ilgisini çekenleri derleyip sunan kullanıcılar şeklindedir.

Son zamanlarda ana akım medya mecraları olan televizyon haberleri de yurttaş gazetecileri destekleyen uygulamalara imza atmaktadır. Ana haber bültenlerinde vatandaşlardan haber değeri taşıyan konularda fotoğraf ve video içerikleri istenmekte, bu içerikler kullanılarak haberler hazırlanmaktadır. Bu uygulamanın alternatif medya bağlamında değerlendirilip değerlendirilmeyeceği ayrı bir tartışma konusu olurken, vatandaşların ana akım medya mecralarına ulaşabilmesi adına olumlu bir uygulama gibi durmaktadır.

1.3.4. Yerel Medya

Haberin ve kitle iletişim araçlarının söylem ve içerik açısından tektipleşmesi, iktidarların ve hakim görüşlerin sözcüsü konumuna gelmesi ve kar etme amacının kitle iletişiminin pek çok başat unsurunun önüne geçmesi nedeni ile alternatif habercilik anlayışları ortaya çıkmıştır. Kaynağı ABD olan yurttaş gazeteciliğinin temelinde Alexis de Tocqueville’in “Demokrasi olmadan sizler gerçek bir gazete olamazsınız, gazeteler olmaksızın sizler de demokrasiye sahip olamazsınız.” düşüncesi yatmaktadır (Cangöz, 2005: 107). Bu ilkelerle yola çıkan yurttaş gazeteciliği yerel basın organlarında uygulama alanı bulmuştur. Yerel basının sahip olduğu bazı özellikler nedeni ile yurttaş gazeteciliği için uygun bir uygulama alanı olmaktadır. Ana akım medya kuruluşlarında görülen tekelleşme yerel medya kuruluşlarında görülmediği için farklı haberlere yer verilmesi daha kolaydır. Bunun yanı sıra çıkar gözetilerek haber yapma veya yapmama konusunda yerel medya üzerindeki siyasi ve tecimsel baskılar daha nadir ve hafif olduğu için farklı ve daha eleştirel haberler üretebilmek mümkündür.

Genel haber hiyerarşisinin dışına çıkılıp, ana akım medyanın göz ardı ettiği kesimlere söz hakkı tanınması açısından da yerel medya önemlidir. Ana akım medyada pek çok örneğine rastladığımız, maddi manevi pek çok çıkar beklentileri ile takınılan ırkçı, cinsiyetçi, milliyetçi veya militarist söylemler yerine, yerel medya organizasyonları kendi dilleri ve tarzlarını geliştirmekte daha özgür ve yapıcıdır (Yılmaz, 2005: 104). Ulaşılabilirlik açısından da okuyucusu/izleyicisi ile çok daha sağlıklı bir ilişkiye sahip olan yerel medya, hedef kitlenin pasif takipçi konumundan sıyrılmasında da etkin bir araçtır öyle ki yerel medyaya konu edilen haber içeriklerinin büyük çoğunluğu takipçilerinin birincil sorunlarından oluşmaktadır.

1.3.5. Sosyal Medya ve İnternet Ortamı

İnternete ulaşımı olan, bilgisayar veya akıllı cihazları (telefon, tablet vb.) kullanabilen herkesin sosyal veya yeni medya olarak adlandırılan mecraların çoğuna ücretsiz ulaşımı vardır. En yaygın kullanılanları Twitter, Facebook, Instagram olan bu yeni mecralar kişilerin kendi beğeni ve görüşlerini yansıtabildiği, sanal ortamda sosyalleşebildiği araçlardır. Bu işlevleri dışında sosyal medya, alternatif medya için de bir ortam oluşturmaktadır.

Ana akım medyanın hükümet ve/veya sermaye yanlısı tutumu nedeni ile tektipleşmesi ve belli bir kesimin sözcüsü haline gelmesi dışında yöndeşme olgusu da alana bir başka kısıtlama getirmektedir (Aydoğan ve Başaran, 2012: 213-214). Ana akım medya organizasyonları yayıncılık dışında dağıtım kanalları üzerinde de etkinlik sahibidir. Bu durum halkın geniş kitlesinin ana akım medya içeriklerinde yer alamamasının bir diğer nedenini oluşturmaktadır. Alternatif medya oluşturabilmek adına yukarıda bahsi geçen çeşitli yöntemlerin hemen hepsi belli bir altyapı ve maliyet gerektiren süreçlerdir. İnternet ortamı ise bu maliyetleri ve altyapı sorunlarını ortadan kaldıran bir mecradır.

Analog sistemden farklı olarak sayısallaşan içerik, iletinin parçalanmasını, işlenmesini, bağlantılandırılabilmesini sağlayarak yeni iletişim mecralarında ağlar kurulmasını, çoklu ortamda kullanımı ve bireyler arası etkileşimi mümkün hale getirmiştir. Sayısal iletişim kitle iletişiminden üç aşamada farklılaşmıştır. Bu aşamalar: üretim, içerik ve tüketimdir. Sayısallaşma ile bu üç aşamada belirgin değişimler yaşanmıştır. Sayısallaşma sayesinde üretim aşaması “açık kaynak” mantığı çerçevesinde çok geniş bir hacme ve çeşitliliğe ulaşmıştır. İçerik kısmında ise etkileşim paydasında çoklu ortam (multimedia) ve bağlanabilirlik (hypertextuality) kavramları ön plana çıkmıştır (Aydoğan ve Başaran, 2012: 222).

Bu süreçte sosyal medya olarak tanımladığımız ortamların özelliğine bakacak olursak üzerinde durmamız gereken nitelik “kullanıcıların ürettiği içerik”ten oluşuyor olmasıdır.

OECD'ye (Organisation for Economic Co-operation and Development- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) göre "kullanıcının ürettiği içerik" vasfını bulundurmak için üç temel özellik olması gerekmektedir. Öncelikle bu içerik kamusal olarak erişilebilen bir web sitesi veya seçilmiş bir grup insan tarafından erişilebilen bir sosyal ağ sitesinde yayınlanmalıdır. İkinci olarak belli bir oranda yaratıcı çaba içermelidir. Üçüncü olarak ise profesyonel rutinler ve pratikler dışında üretilmiş olmalıdır. (OECD, 2007 akt. Aydoğan ve Başaran, 2012: 231-232)

Sosyal medya olarak tanımladığımız bu web siteleri ve uygulamalar liberal sermaye düzeninden bağımsız değildir. Çoğu bireysel girişimler neticesinde kurulmuş ve günümüzde milyonlarca dolar değerindeki şirketlere dönüşmüş haldedir. Ana akım medyaya benzer şekilde tekelleşme ve yöndeşme eğilimleri vardır ve temel ekonomik kazançlarını reklamlardan elde etmektedirler. Bununla birlikte bireylerin, toplumun çok farklı kesimlerinin sesini duyurabilmesi ve kolaylıkla etkileşime girmesi açısından önemlidirler.

İnternet ortamı ve bu ortamda yer alan sosyal medya araçlarının kullanımına baktığımızda, sıradan kullanıcıların siyasal katılıma doğrudan, aracısız bir şekilde dahil olma olanağı sunması önemlidir. Bunun yanı sıra bu tarz enformasyonları içeren, kişinin görüşlerine benzer veya karşıt kişilerin görüşlerine ulaşabilme anlamında da sosyal medya önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Ayrıca istenilen, arzu edilen enformasyonu seçip doğrudan ona yönelik bir araştırma yapmak da mümkündür. Ana akım medyada sesini, fikirlerini geniş kitlelere duyurma imkânı neredeyse sıfır olan azınlıklar, muhalifler ve pek çok farklı kesimin duyulması ve çok sesli bir ortam oluşabilmesi adına sosyal medya önemlidir.

2. Liberal Medya ve Alternatif Medya Karşılaştırması

2.1. Liberal-Çoğulcu Yayıncılık

Liberal yayıncılığa geçmeden önce liberal felsefeye kısaca bakacak olursak; liberal felsefeye göre akıl sahibi olan her insan gerçekleri bulabilir, ancak bulunan bu gerçek sadece bulan kişinin bakış açısına sahip olacaktır. Bu bağlamda bir kişi de olsa bir toplum da olsa benimsenen gerçeğin tek bakış açısı olacaktır ve bu tek başına tam anlamı ile kabul edilebilir bir gerçek olmayacaktır. Bu bakış açısı ile gerçeğe ulaşmak için kaynakların çeşitlenmesi sayısının artması gerekmektedir, her düşüncenin özgürce ifade edilmesi, iletişimin sağlıklı yürümesi bu nedenle liberal felsefenin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. İfade edilen her düşünce çeşitlilik ve çoğulculuğu sağlayacak, kurulacak iletişim sayesinde de gerçek olmayan

ve yanlış düşünceler geniş kitlelerce benimsenmeyecektir. Bu ortamda oluşacak serbest rekabet koşulları sayesinde çeşitlilik artacak ve doğru bilgiye bu sayede ulaşılabacaktır (Kaya, 2016: 92-95).

Liberal anlayışa uygun iletişim sisteminin temel ilkelerine bakacak olursak bunlardan ilki serbest dolaşımdır. Yapılacak yayınlar ve alıcılar arasında hiçbir engel, yasak ya da sansür olmaması anlamına gelen bu ilke, haber veya düşüncelerin serbest dolaşımını ve yayılmasını hedeflemektedir. Serbest dolaşım ilkesinde üç öge bulunmaktadır. Bunlardan birincisi olaya, habere, bilgiye serbestçe ulaşma; ikincisi ulaşılan sahip olunan bilgi veya haberi serbestçe aktarabilmektir. Üçüncüsü ise toplumda yer alan her bireyin sunulan içeriklere özgürce ve istediği zaman ulaşabilmesidir. İkinci temel ilke ise serbest girişimciliktir. Bu ilkenin kaynağı modern basının kar odaklı ticari bir eylem olarak başlaması ve bu şekilde gelişmesinde yatmaktadır. Serbest girişimcilik ilkesinin dört alt başlığı mevcuttur. Bunlardan ilki: kitle iletişim kuruluşlarının herhangi bir ön izinden bağımsız olarak kurulabilmesidir. Kamusal alana yönelik haber ve bilgi üretme ve dağıtma amacı ile kurulacak işletmeler izine gerek kalmadan bunu gerçekleştirebilmelidir. İkincisi: Gazeteciliği meslek olarak seçmek ve icra etmek diğer mesleklerde olduğu gibi alana yönelik bir diploma veya bir meslek odasına kayıtlı bulunma şartı neticesinde gerçekleşmelidir. Üçüncüsü: kimse isteği, iradesi dışında yayıncılık yapmaya zorlanmamalıdır. Dördüncüsü: yayınlarda önceden denetim yapılmaması ve iktidar eleştirisi de dahil olmak üzere basın ahlak ve etik ilkeleri dahilinde yapılan yayınlara ceza soruşturması açılmamasıdır (Kaya, 2016: 96-97).

Liberal ekonomilerde her sektörde olduğu gibi basın kuruluşlarında da karlılık ön plandadır ancak kitle iletişimi söz konusu olduğunda karlılık tek amaç haline gelmemelidir. Bunu sağlayabilmek adına liberal sistemde, kitle iletişim kuruluşları için bir kamu hizmeti yürüttükleri vurgulanmış ve kamu yararı gözetme ilkesi ön plana çıkarılmıştır.

Liberal kuramın karşılaştığı etik problemler ve basın özgürlüğü kavramını düzeltmek ve düzenlemek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır, bu çalışmalar neticesinde toplumsal sorumluluk kuramı oluşmuştur. Bu kuram çerçevesinde medyanın sorunlarının çözümünün, medyanın kamuya hizmet sorumluluğu çerçevesinde profesyonelleşmesi olduğu ileri sürülmüştür. Basına yüklenen demokrasiyi yaşatma ve kamu hizmeti işlevinin karlılıktan önde gelmesi gerektiği belirtilmiştir (Uzun, 2007: 28-29). Etik ilkelerin kavramsal olarak bir temelini oluşturması bağlamında toplumsal sorumluluk kuramı önemli bir yerdedir ancak benimsenmesi ve uygulanması noktasında soru işaretleri vardır.

Liberal ekonomik sistemde az da olsa yer alan ve zaman zaman kullanılan devlet müdahalelerinin tamamen kalkması görüşü beraberinde yeni bir ekonomik düzen getirmiştir.

Neo-liberal şeklinde tanımlanan bu yeni ekonomik düzenden medya sektörü de doğrudan etkilenmiş ve hatta sahip olduğu kamuoyu oluşturma, reklam ve her türlü içerikle kamuyu yönlendirme özellikleri nedeni ile daha cazip bir yatırım alanı haline gelmiştir.

Tarihsel süreciyle incelendiğinde, medyaya yüklenen kamu yararına yönetim erklerini denetleme görevi yani dördüncü güç olma işlevi serbest piyasa ekonomisinde tam anlamı ile yerine getirilememiş gibi durmaktadır. Kar birincil amaç haline gelmiş ve içinde bulunan sermaye düzeni korunmaya çalışılmıştır ve medya da bu amaçlara doğru evrilmiştir.

2.2. Alternatif Yayıncılık

Çoğulculuk ilkesine dayanarak, serbest girişim halinde oluşturulan ana akım medyanın siyaset ve piyasa etkilerine son derece açık tutumu nedeni ile eleştirilere uğramış ve bir alternatif ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Ana akım medyada sesini duyuramayanların, siyasal, demokratik süreçlerin bir parçası olamayan kesimlerin ihtiyacından doğan bu açık çeşitli alternatif medya araçları ile giderilmeye çalışılmıştır. Alternatif medyanın tek işlevi sesi duyulamayanların sesi olmak değil, aynı zamanda takipçilerinde muhalif, sorgulayan ve eleştiren bir bakış açısı oluşturabilmektir.

Ana akım medya kuruluşlarının, birincil önceliği kar etmektir. İçerisinde yer aldıkları ekonomik şartlar nedeni ile var olabilmelerinin ilk şartı kar etmektir ve gelir kaynaklarını satışlar, ilanlar ve reklamlar oluşturmaktadır. Reklam ve ilan alabilmenin yolu da yüksek tiraj ve reyting sayesinde gerçekleşmektedir. Mümkün olan en geniş kitleye seslenebilmenin yolu da geniş kitlelerin takip edeceği eğlenceli içerikler, diziler ve yarışma programları yani popüler kültür olarak ortaya çıkmıştır. Bu etkiler haber programları ve içeriklerde de önemli hale gelmiş sansasyonel, dikkat çekici olan içerikler haber olarak sunulmuştur. Ayrıca ana akımın iktidarlar ekseninde şekillenip yayın politikalarını düzenledikleri de bilinen bir gerçektir. Bu bağlamda haberlerin oluşum ve içerik süreçlerine bakacak olursak:

...haberde kaynak ya da aktör durumunda olan iktidar seçkinleri, haberin şematik ve tematik kurgusunu yaratırlar. Şematik yapıyı, eşik bekçileri kurarken, tematik yapı haber kaynağı ya da haber aktörü tarafında oluşturulur... İktidarın söylem yoluyla toplumsal denetim uygulamasının önemli bir koşulu söylemin denetimi ve bizzat üretimidir. (Mora, 2008: 33)

Bu süreçlere karşı bir duruş olarak ortaya çıkan alternatif medya kavramını örneğin yurttaş gazeteciliği bağlamında ele alacak olursak, haber üretiminde doğrudan yurttaşla iletişime geçen, haberin öznesinin yurttaş olduğu, habere konu edilen olayın yurttaş lehine çözümlene kadar takipçisi olan yurttaş gazeteciliği, ana akım medyanın haber üretme süreçlerine bir tepki olarak ortaya çıkmaktadır.

Alternatif medyanın ana akımdan farklarını belirtebilmek adına Denis Mcquail'in Demokratik Medya Kuramı'nın ilkelerine bakacak olursak: medyanın var oluş nedeninin büyük şirketler, müşteriler veya kar etmek değil doğrudan halk olduğunun farkına varmak gerekir. Halk yalnızca hedef kitle veya tüketici olarak tanımlanarak bu doğrultuda haber üretmek habercilik ve gazeteciliğin temel değerleri ile ters düşmektedir. Bir diğer maddede belirtildiği üzere medyanın örgütlenmesine ve içeriğinin belirlenmesine siyasi otorite etkisi olmamalıdır. Siyasi otorite etkilerinden yalıtılmamış bir medya organizasyonunun bağımsızlığından söz etmek mümkün değildir. Gruplara, örgütlere ve yerel topluluklara kendi medyalarına sahip olma hakkı tanınması, o grup ve toplulukların seslerini duyurabilmesi ve demokratik süreçlere katılabilmeleri açısından önemlidir (Mora, 2008: 36).

Alternatif medyayı tanımlayabilmek için belli özelliklere dikkat etmek gerekir bunlar: “yayıncı ticari olmamalı, amacı kardan çok gözettiği fikirlerin yayılması olmalı; yayıcının amacı sosyal sorumluluk ya da yaratıcı ya da her ikisinin olası bir kombinasyonu olmalı; yayını çıkaranlar kendilerini alternatif olarak tanımlamalıdır.” (Atton, 2002 akt. Ceyhan, 2008: 72)

Tablo 1. Alternatif Medyayı Tanımlamak

<i>Mülkiyet</i>	<i>Mülkiyetin Örnekleri</i>
Saik ya da amaç	Ticari saiklerin reddi İnsani, kültürel, eğitimsel, etnik amaçların iddiası İktidar yapısına ve davranışına karşı çıkmak Destek, dayanışma ve network (ağ/şebeke) kurmak
Sermaye kaynakları	Devlet ya da belediye (yerel yönetim) ödeneklerinin (tahsisatının) reddi Reklam gelirlerinin reddi
Regulatory dispensation	Farklı kurumlar tarafından denetlenmek Bağımsız / 'özgür' Başkasının kurallarını çiğnemek(kırmak), fakat hepsi nadiren
Örgütsel yapı	Yatay örgüt 'Tam' katılıma müsaade İletişimin demokratikleştirilmesi
Profesyonel uygulamaların eleştirilmesi	Gönüllü bağlılığın (sorumluluğun) özendirilmesi (teşvik edilmesi) Meslekten olmayanların girişi ve katılımı Haber seçiminde farklı ölçütler
Mesaj içeriği	Egemen söylemlerin ya da temsilin eksiklerini gidermek ve aksini iddia etmek Hegemonik politikalara, önceliklere ve bakış açılara alternatif vizyonlar geliştirmek
Dinleyici ve/veya tüketicisiyle ilişki	Kullanıcı/tüketici kontrolünün derecesi Dinleyiciler/tüketiciler tarafından ifade edilen ihtiyaçlara ve amaçlara izin verilmesi İletişimin demokratikleştirilmesi
Dinleyicinin bileşimi	Genç insanlar, kadınlar, kırsal nüfus Çeşitlilik ve çokluk
Dağıtım alanı	Bölgesel ya da ulusaldan ziyade yerel
Araştırma metodolojisinin doğası	Niteliksel, etnografik ve uzun dönemli araştırma

Kaynak: Bailey, Olga Guedes ve Cammaerts, Bart ve Carpanteir, Nico, *Understanding Alternative Media*, McGraw Hill: Open Universty Press, 2008. s. 19, akt. Ceyhan, 2008: 85.

Alternatif medya, ana akım medyada duymaya alışkın olmadığımız bir şekilde sorgulayıcı ve eleştirel fikirlerin vurgulandığı, sesini duyurma imkanı olmayanlara imkan sağlayan bir alan konumundadır. Alternatif medya bir fikri veya haberi sadece duyurmakla kalmaz aynı zamanda bu fikri mümkün olan geniş kitleye duyurma ve bu fikir doğrultusunda takipçilerine bir yönlendirme, harekete geçme durumu oluşturmayı amaçlar. Ayrıca alternatif medya, geleneksel medya tarafından ötekileştirilmiş, dışlanmış kişi veya grupların kamusal alana katılabilmesine aracı olur (Navaro, 2004: 677).

Alternatif medyanın kurumsal yapısının da ana akım medyadan farklılıkları vardır. Bunlar: küçük ölçekli ve farklılıklarına saygı gösterdiği, toplum içindeki (dezavantajlı gruplar gibi) özgün topluluklara yönelmek; devlet ve pazardan bağımsız olmak; yatay ya da hiyerarşik olmayan bir biçimde yapılanmış, demokrasi ve çoğulculuk adına mümkün olan en geniş kitlenin erişimine ve katılımına açık olmak; egemen konumda olmayan görüş ve söylemlerin dile getirileceği araç ve taşıyıcısı olmaktır (Özer, 2012: 11). Ana akım medya organizasyonlarının

hemen hemen tümünde dikey bir hiyerarşi, ast üst ilişkiler mevcuttur. Alternatif medyada bu hiyerarşik düzenin de yıkılması beklenmektedir.

Alternatif medyanın işleyiş süreçlerinde native reporting yani doğal rapor etme önemli bir yere sahiptir. Bu haber verme biçimi alternatif medya için özellikle politik konularda hazırlanan içeriklerin oluşumunda kullanılmaktadır. Uluslararası, radikal haber ajanslarının açık yayınlarından, siyasal aktivistlerden, tanıklardan sağlanan veriler haber oluşturmak için kullanılmaktadır.

Alternatif medyada aktivistler muhabir olarak yer alır, yazarın politik konumu gazetecilik becerilerinden daha önemlidir. İkinci olarak kaynak ve muhabir arasındaki sınır bulanıktır kaynak ve muhabir melez bir formdur kaynak ve muhabir birdir. Üçüncü olarak üye olunan muhalif organizasyonlar haber öyküleri için seçilen kaynakları belirler. (Ceyhan, 2008: 91)

Alternatif medyanın işleyiş pratikleri üzerinde Harcup'un yaptığı araştırmaya göre katılımcıların dört temel temaya sahip oldukları belirtilmektedir: “Haberin üretilmesinde daha fazla çoklu beceri; haber kaynaklarını farklı bir şekilde sıralama; etik boyut olarak haber kaynaklarıyla farklı bir ilişki biçimi; yeni değerlerin oluşturulması olarak iyi bir hikaye yaratılmasıyla ilgili farklı fikirler.” Daha fazla beceriye sahip olma bir kişinin pek çok işi yapabilmesi anlamına gelmektedir. Ana akım medyanın aksine üretim aşamasının teknik kısmında bir kurumsallaşma, tek bir konuda uzmanlaşmadan ziyade az sayıda çalışanın farklı pek çok işi yapabilmesi amaçlanır. Bunun yanı sıra yapılan çalışmada haber değeri konusunun da farklılaştığı gözlenmiştir; ana akım tarafından göz ardı edilen konulara eğilmek birincil amaçtır (Ceyhan, 2008: 92).

3. Ana Akım ve Alternatif Medya Bağlamında Etik

3.1. Etik Kavramı

Uzun (2007) etik kavramını: “...etik, bireyi vesayet altına almak yerine toplum içinde diğerleriyle birlikte yaşarken, bireyin kendini nasıl kendi olarak gerçekleştirebileceğine ya da neyse o olarak var olabileceğine ilişkin yolları gösterecektir” (s. 20) şeklinde yapmıştır.

Etigin normatif ve betimleyici şeklinde iki yöntemi mevcuttur:

Betimleyici yöntemde, bir topluluktaki eylem ve davranış biçimleri, toplulukta geçerli olan etkin değerler ve geçerlilik talepleri açısından

araştırılır ve bu yöntem çoğunluğun bağlayıcı olduğunu kabul ettiği ahlak yasalarının bütününe yönelik yargıları içerir. Normatif yöntem ise varolanı betimlemekten çok tanımlayıcı bir yöntemdir ve bir saptamaya gitmeden önce eylemleri ahlak çerçevesinde değerlendirme olanağı sunan ölçütleri geliştirmeye çalışır.

İletişimle ilgili sorunların giderilebilmesi için en uygun yöntem normatif yöntemdir. Normatif yöntem içerisinde ise en yaygın kullanılan etik modeller teleojik (erekbilimsel) ve deontolojik (ödevbilimsel) şeklinde sınıflandırılmıştır. Teleojik model sonuç odaklı, etik davranışı iyi ya da kötü sonuçları neticesinde sınıflandıran bir yaklaşımdır. Doğru ya da yanlışın belirlenmesi noktasında yapılan eylemde amaçlanandan ziyade elde edilen sonuçtur. Bu yaklaşımda en fazla sayıda insan için en fazla iyiyi sağlayan davranış etik davranış olarak belirlenir. Deontolojik yaklaşımda ise gerçekleştirilen eylem ya da eylemlerin yalnızca sonuçlarına bakmak ahlaki açıdan bir değerlendirme için yeterli ölçüt değildir. Alınacak kararlar dürüstlük, adalet, kişilere ve mülkiyete saygı gibi ilkelere dayanmalıdır (Uzun, 2008:14).

Teolojik yaklaşımın bünyesinde barındırdığı, eylemde bulunmadan önce tüm seçeneklerin gözden geçirilmesi, eylemi gerçekleştirecek bireyin eyleminin sonuçlarını düşünmesi gerekmesi gibi olumlu yönleri yanında; en iyi olanı hesaplamanın zorluğu, iyi, fayda, mutluluk gibi değerlerin matematiksel niceliklere indirgenmesinin zorluğu gibi eleştiriye maruz kaldığı yönleri de vardır. Diğer tarafta ise deontolojik yaklaşım insanın sadece bir araç gibi görülmesine itiraz eder ve amaçlanan hedefe ulaşmada izlenecek yöntemin de önemli olduğuna, mümkün olan en çok iyiyeye ulaşma hedefi için dahi olsa izlenecek her yolun haklılaştırılmayacağına vurgu yapar (Uzun, 2008: 15).

Bilimsel çalışmalarla yöntemleri ve işleyiş süreçleri belirlenen etik değerler çeşitli alanlara ve meslek gruplarına uygulanarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda iletişimle ilgili alanlarda; haber ajanslarında, gazetelerde, radyo ve televizyon kuruluşlarında veya internet ortamında habercilik mesleği ile uğraşanları bağlayan etik değerlere iletişim etiği adı verilmektedir (Uzun, 2008: 17). İletişim sektörü çok geniş kitlelere ulaşma ve onları etkileme gücüne sahip olduğu için etik değerleri benimsemesi ve etkin şekilde kullanması son derece önemlidir zira yapılacak etik ihlallerin muhatabı geniş kitleler olacağı için etkileri de büyük boyutlarda gerçekleşecektir.

3.2. Ana Akım Medya ve Etik

Serbest piyasa ekonomisi daha önce de belirtildiği üzere pazara minimum devlet müdahalesini ve serbest girişimi ön plana alan bir sistemdir. Bu sistemde başarı elde eden kişi ya da kuruluşlar, sistemin doğal özelliği sonucu gelişmekte ve büyümektedir. Bu durumun sonucu olarak da piyasada tekelleşmeler ve yoğunlaşmalar meydana gelmektedir. Rekabete dayalı olan bu sistemde daha fazla kar eden dolayısıyla büyüyen işletmeler; satın almalar, şirket evlilikleri vb. yöntemler ile sektörde tekel olmakta veya sektör az sayıda büyük şirket tarafından yönlendirile hale gelmektedir. Bu süreç medya işletmelerinde de aynı şekilde işlemektedir. Tekelleşme ve yoğunlaşma, temel amacı kamuyu aydınlatmak ve haber vermek olan basın için bir sorun oluşturmaktadır. Piyasanın karlılık üzerine kurulduğu bu sistemde, basın özgürlüğü ve basın etik ilkeleri tehlikeye düşmektedir. Bu noktada serbest piyasa ekonomisine dayanan liberal kuramın, basına atfettiği demokrasiyi yaşatma ve geliştirme özellikleri de sorgulanır hale gelmektedir. Karlılıktan, ekonomik çıkarlardan feragat etme ve basın özgürlüğü, kamuyu aydınlatacak doğru haber verme durumları karşı karşıya geldiğinde, serbest piyasa şartları gereği işletmeler basın özgürlüğünü ikinci plana atabilmektedir. Bu bağlamda evrenselleşmiş etik kuralları dahi kolayca göz ardı edilebilmektedir.

Liberal kuramın karşılaştığı etik problemler ve basın özgürlüğü kavramını düzeltmek ve düzenlemek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır, bu çalışmalar neticesinde toplumsal sorumluluk kuramı oluşmuştur. Bu kuram çerçevesinde medyanın sorunlarının çözümünün, medyanın kamuya hizmet sorumluluğu çerçevesinde profesyonelleşmesi olduğu ileri sürülmüştür. Basına yüklenen demokrasiyi yaşatma ve kamu hizmeti işlevinin karlılıktan önde gelmesi gerektiği belirtilmiştir (Uzun, 2007: 28-29). Etik ilkelerin kavramsal olarak bir temelini oluşturması bağlamında toplumsal sorumluluk kuramı önemli bir yerdedir ancak benimsenmesi ve uygulanması noktasında soru işaretleri vardır.

Açıkça gözlemlenebildiği üzere ana akım medyada etik ilkeler ve basın özgürlüğü ikinci plana itilmiş, ekonomik çıkarlar ön plana taşınmıştır. Daha ilgi çekici, daha çok izlenip takip edilecek, sansasyonel olarak tanımlanan içerikler; kamu yararına olan, basın özgürlüğüne dayanan, doğru içeriklere tercih edilir hale gelmiştir. Medya sektörü içerisinde yer alan haber verme kuruluşları dahi, ilgi çekici olanı doğru ve aydınlatıcı olana tercih eder hale gelmiştir.

3.3. Alternatif Medyanın Kısıtlılıkları ve Etik

Ana akım medyada görülen olumsuzluklar ve yetersizlikleri gidermek amacı ile faaliyet yürütmeye çalışan alternatif medya mecralarında da bazı etik sorunlar göze çarpmaktadır. Özellikle son yıllarda alternatif medyanın gelişiminin hızlandıran temel etkenlerden biri

teknolojik gelişmelerdir ve bunların başında da internet gelmektedir. Sağladığı etkileşim imkânı ile öne çıkan bir araç olan internetin yanı sıra bilgisayar ve baskı tekniklerindeki gelişmeler de alternatif yayıncılığı geliştiren etmenlerdir.

Son zamanlarda alternatif medyanın faaliyet alanının artması ve çeşitlenmesi teknoloji ve internet sayesinde olmuştur. İnternetin sağladığı pek çok imkânın yanı sıra ulaşılabilirlik gibi bir sınırı da mevcuttur. Pek çok ülkede teknolojik ve altyapı yetersizlikleri nedeni ile kesintisiz ve halkın çoğunluğunun ulaşabildiği bir internet ortamı mevcut değildir.

Bu bağlamda “Dijital Bölünme (Digital Divide)” kavramına kısaca değinmekte fayda vardır: Dijital Bölünme birbirinden farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip bireylerin, ticari kuruluşların veya daha genel anlamıyla ülkelerin bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimi ve kullanımında yaşanan eşitsizlikler şeklinde tanımlanabilir. Dijital Bölünme’yi diğer eşitsizliklerden ayıran özelliği, bu bölünme ile hâlihazırda mevcut olan sosyal, ekonomik, kültürel pek çok eşitsizliği daha da derinleştirebilecek nitelikte olmasıdır (Öztürk, 2002: 2). Dijital Bölünme’nin küresel düzeylerine bakacak olursak genel anlamda bilgi ve iletişim teknolojilerine ulaşım dünya çapında artış göstermektedir ancak ülkeler arası değerlere bakıldığında bölünme artmaktadır. Dünya genelinde internet kullanıcılarının yaklaşık %90’ını ve internet hostlarının %85’inin gelişmiş ülkelerde bulunması bu eşitsizliğe bir örnektir (Conhaim, 2001: 1 aktaran; Öztürk, 2002: 5).

Teknolojik gelişmeler özellikle internet hem ana akım hem de alternatif medyayı kapsayan tüm iletişim alanında çok büyük yenilikler ve katkı sağlamıştır ve sağlamaya da devam edecektir. Ancak tüm yeniliklerin geniş kitlelere entegrasyonu zaman alan nispeten yavaş bir süreçtir. Bu kapsamda alternatif medya olarak nitelediğimiz kurumlarda teknoloji, internet, sosyal medya gibi imkanları birincil araç olarak kullananların ulaşabildiği kitlenin büyüklüğü hakkında soru işaretleri mevcuttur zira yeni teknolojiler genç nesiller tarafından kolay kabullenilip çabuk adapte olunabilse de orta yaşlı ve yaşlı olarak niteleyeceğimiz gruplarda yer alanların birincil haber alma kaynakları değişmemektedir. Bu grupta yer alanların büyük çoğunluğu için birincil haber alma kaynağı televizyon ve ana akım kaynaklar olmaktadır.

Vurgulanması gereken bir başka nokta ise gelişimi çok hızlı şekilde olan internet ortamı ile ilgili yasal düzenlemelerdir. Kişisel haklar, telif hakları gibi internet ortamında yer alan kişi veya kurumların hem kendi içerisinde hem de birbiri ile olan ilişkilerini düzenleyen yasal düzenlemeler yeni yeni şekillenmeye başlamıştır. Bu nedenle pek çok konuda boşluklar bulunmaktadır. Bu boşlukları kullanarak yeni iletişim ortamını suistimal eden, kendi çıkarları veya kötü maksatları için kullanan kişi ve gruplara rastlanabilmektedir. İnternet ortamının bu şekilde kullanılması etik açıdan sıkıntılar doğurabilmektedir. Ancak internet ortamının gelişme

şekline ve şu an büründüğü haline bakacak olursak yapılacak aşırı kısıtlamalar internetin ruhuna ve şu an dönüştüğü özgürlük ortamına zarar verebilir gibi durmaktadır, bu noktada denge iyi sağlanmalıdır.

İnternet ortamının bir başka olası problemi ise sahiplik yapılarıdır. Gelişimini kişisel oluşumlara bireylerin yaratıcılığına, yarattığı sitelere, programlara borçlu olan internet ortamındaki sahiplik yapıları, endişe verici şekilde liberal politikalara uyum sağlamaktadır. İnternet ortamında yer alan, başarılı işleyişleri ile büyük sermayeler sağlayan şirketler diğer ufak site, programlar ve şirketleri satın alarak tekelleşme yolunda ilerlemektedir. Bunu açıklayabileceğimiz en net örnek Google'dır. İnternet piyasasında önemli bir yerde bulunan Google Şirketi diğer pek çok küçük kuruluşu bünyesine katarak büyümektedir. Bu durumun bir diğer örneği ise Facebook'tur. Pek çok sosyal medya mecrasını bünyesine katan Facebook büyümesine devam etmektedir. Bu satın almalar yolu ile oluşan tekeller, ana akım medya kuruluşların izlediği yolda devam ettikçe, onların eleştirildiği tektipleşme ve hegemonya oluşturma süreçlerine benzer eleştirilere mazur kalmaktadır.

Başka bir etik sorunu doğuran durum ise internet ortamının sağladığı özgür iletişimin, kullanıldığı ülkelerde yönetimlerin internet ve kullanılan mecraları kısıtlaması sonucu oluşmaktadır. Ülkemizde de yakından şahit olduğumuz belli internet ortamlarının tamamen erişime kapatılması veya kısıtlanması bu araçların sürekliliğini ve kullanılabilirliğini sekteye uğratmaktadır. Hakim olan yönetim erkinin uygun bulmadığı, eleştirildiği veya en basit hali ile hoşuna gitmeyen içerikleri engelleyebilme yetisine sahip olması demokratik açıdan olduğu kadar alternatif medyanın amaçladığı çok sesliliğin kısıtlanması açısından da olumsuz bir durumdur.

Yaşanan teknolojik gelişmelerin hızı ise bir başka sorunu doğurmaktadır. Teknolojilerin geliştirilip kullanılması ve yaygınlaşması arasındaki kısa zaman nedeni ile toplumsal düşüncenin teknolojik yeniliğin etkilerini, yarar ve zararlarını inceleyip değerlendirecek zamanın kısa olması toplumsal sorunlar yaratabilmektedir.

Sonuç

Ana akım medyanın dayandığı serbest pazar ekonomisi kar etme, büyüme gibi temeller üzerinde şekillenmektedir ancak medya organizasyonlarının tek motivasyonu bunlar olmamalıdır. Tekelleşmenin en yoğun halinin gözlemlenebildiği ABD'de medya bir bakıma egemenlerin propagandası haline dönüşmüş, bunun sonucunda ise alternatif medya ihtiyacı doğmuştur. Kamunun ana akım medyada temsili çok sınırlı haldedir. Halkın ihtiyaçları ve

taleplerinin duyurulması noktasında geleneksel medya yetersiz kalmakta bu durum bir alternatif ihtiyacı doğurmaktadır.

Alternatif medyanın temel özelliği, ana akımın fark etmediği veya önemsemediği azınlıkların, farklı grupların veya sıradan insanın farkına varması, önceliğinin ve amacının bu kesimler olmasıdır. Alternatif medya, ana akım medya tarafından sürekli ve çoğu zaman bilinçli olarak ihmal edilen kesimlerin duyulma ihtiyacının bir sonucudur. Bahsi geçen bu ihmal edilmiş kesimlerle doğrudan etkileşime geçmek, onlara eleştirel bir bakış açısı kazandırmak ve ticari bir faaliyet olarak planlanmamak alternatif medyanın nitelikleri arasındadır.

Geleneksel habercilik pratiklerinde haberi veya olayı sadece duyurmak yeterliyken alternatif medyada, yurttaş gazeteciliği bağlamında sadece “haber yapmak” yeterli görülmemekte, habere konu olan olay çözüme ulaşıncaya kadar takip edilmektedir.

Ekonomik örgütlenme ve organizasyon yapıları, ana akım ve alternatif medya arasındaki belirleyici farklardandır. Alternatif bir yayıncılık anlayışı yürütebilmek adına ana akımın yayıncılık alanını sınırlayan ve kısıtlayan ekonomik çıkar ilişkileri alternatif medyalarda bulunmamalıdır. Bunu sağlamanın temel koşulu ise ekonomik özgürlükten geçmektedir. Medya sektöründeki yüksek maliyetler ise sağlanması gereken ekonomik özgürlüğü kısıtlayıcı bir etken olarak belirlemektedir. Alternatif medya mecraları için aşılması gereken en önemli sorunlardan birisi ekonomik sistemi oturtabilmektir.

KAYNAKÇA

- Atılğan, S. (1999). *Basın işletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Aydoğan, A. ve Başaran F.(2012). “Yeni Medyayı Alternatif Medya Bağlamında Anlamak”. *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik* (ss.213-216). Konya: Literatürk.
- Aydoğan, T. (2012). “Ücretsiz Günlük Gazeteler ve Medya Piyasası”. *Atatürk İletişim Dergisi*,3
- Cangöz, İ. (2005). “Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın”. *Gazetecilik ve Habercilik* (ss. 107-124). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Ceyhan, Ç. (2008). *Anaakım Medyaya Karşı Alternatif Medya: Alternatif Gazeteler Olarak Ahali ve Mülksüzler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Duran, R. (2005). “Yurttaş Gazeteciliği”. *Gazetecilik ve Habercilik*. (ss. 91-106). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Kaya, A. R. (2016). *İktidar Yumağı Medya Sermaye Devlet*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kejanlıoğlu, D. B. (2003). “Medya-toplum İlişkisi ve Küreselleşmenin Yerel Medyaya Sunduğu Olanaklar”. S. Alankuş (Ed.). *Medya ve Toplum*. (ss. 75-94) İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Mora, N. (2008). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. Altıkitap Yayınevi.
- Navaro, İ. (2004). “ABD’de Alternatif Medya”. *Kamusal Alan* (ss.677-687). İstanbul: Hil Yayınları.
- Özer, Ö. (2012). “Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik ve Joseph Pulitzer”. *Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik* (ss. 9-22). Konya: Literatürk.
- Öztürk, L. (2002). “Dijital Uçurumun Küresel Boyutları”. *Ekonomi İşletme Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, 1(2): 129-139.
- Taylan, A. (2012). *Alternatif Medya ve Bianet Örneği: Türkiye’de Alternatif Medyaya Dair Etnografik Çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Uzun, R. (2007). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.
- Yılmaz, H. (2005). “Alternatif Yayıncılık Açısından Yerel Basın”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 22(1): 103-107

BARIŞ GAZETECİLİĞİNİN SOSYO-POLİTİK İMKANI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

*EkmeL GEÇER**

Barış gazeteciliğine bakış açısı ve haber üretimindeki “çatışma eksenli” hikâyeleştirme, ilgili toplumun politik, sosyolojik ve sosyo-psikolojik yapısıyla yakından ilişkilidir. Althusser’in vurguladığı “devletin ideolojik aygıtları” da (1970) dikkate alındığında, bu irtibatı medyada suç konusunun işlenilmesinin devamlılığına, eğitime, dine, kültür/değer üretimine ve hastane, okul ve diğer kurumsal alanlara kadar genişletmek mümkündür.

Elinizdeki çalışma bu nedenle, özellikle demokratik olarak kırılğan ve polarizasyonun yoğun olduğu bir ortamda teorik olarak daha istikrarlı ve pratiğe yönelik bir barış gazeteciliği modelinin imkânını irdelemektedir. Bunu yaparken, uzlaşının inşası ve çatışma çözücü olması adına özellikle kaotik ortamlarda “kaliteli haber üretimi” tanımıyla ortaya çıkan “barış gazeteciliği” (peace journalism), daha çok Batı eksenli olan literatürel tartışmasına değinerek, gelişmekte olan ülkelerdeki muhtemel demokratik sorunlar ve haber üretiminin uzlaşma sağlamadaki rolü etrafında detaylandırılmıştır. Diğer bir ifade ile makale, barış gazeteciliğinin ontolojik gerçekliğine ve bilgi felsefesi açısından barışa bir evrensel insani değer olarak hizmet

* Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, ekmeLgecer@sakarya.edu.tr

eden profesyonel gazetecilik aktivitesine vurgu yapacaktır. Söz konusu epistemolojik kapsam lokal örnekler ve ulusal güvenlik, bağımsız gazetecilik ve milliyetçilik ekseninde verilecektir. Bundan yola çıkarak analiz; barış gazeteciliğinin uygulanabilirliğinin demokratik esneklik, toplumsal ve politik faydacılık ve içerik kalitesi ile mümkün olabileceği sonucuna varmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, politika, barış inşası, haber üretimi

SOCİO-POLİTİCAL POSSİBİLİTY OF PEACE JOURNALİSM: A CRİTİCAL EVALUATİON

The peace journalism perspective and the “conflict focused” story telling is closely linked to the political, sociological and socio-psychological structure of the related society. Considering Althusser’s “Ideological State Apparatuses” (1970) as well, it is likely to widen this construction to crime continuity on media, education, religion, culture/value production and hospital, schools and other official institutions.

Therefore, this study aims to examine the possibility of a theoretically more stable and practical peace journalism model especially in a democratically fragile and polarised atmosphere. This examination of peace journalism, which emerged as “quality news production” in chaotic ambiances, has been based on the Western literature review and detailed within the context of probable democratic problems in developing countries and examined the role of news production in building the reconciliation. In other words, this article highlights a professional journalistic activity that serves peace as a universal value in terms of the ontological reality of the peaceful journalist and epistemology. The mentioned epistemology will be explained in the context of local samples and national security, anti-terrorism law, independent journalism, and nationalism debates. From this point of view, the implementation of peaceful journalism would be possible through flexibility of democracy, the social and political pragmatism, and the quality of content.

Keywords: Media, politics, peace building, news production

Giriş: Kavramsal ve Kültürel Arka Plan

İkinci dünya savaşından sonra klasik anlamdaki savaşların yerini, daha çok habercilik faaliyetleriyle propaganda biçiminde yürütülen çatışmalar almıştır. Gelişen medya teknolojileri, devletler için yeni mücadele alanları açmış, bu bağlamda akademik çevrelerde *algı yönetimi* (Ridout, 2012: 76), *iliştirilmiş gazetecilik* (Katovsky & Carlson, 2003), *rızanın imalatı* (Chomsky & Herman, 1998) ve *gündem belirleme* (McCombs & Shaw, 1972) gibi teoriler tartışılmaya başlanmıştır. Politik ya da askeri güçler, bu kavramlar etrafında, savaşlarını, ulusal ya da uluslararası anlamda itibarlarını artıracak bir halkla ilişkiler ve iletişim stratejisi olarak görmüştür. Artık medya profesyonelleri savaşı aktarmak yerine, devlet erkânının istediği biçimde bir kurguyla çatışmayı seyirciye iletmeye başlamış, böylece izleyicide savaşın ne kadar mühim olduğu, ölümlerin kaçınılmaz olduğu, devletin itibarı için sivil “zayıatın” görmezden gelinmesi gerektiğini anlatarak toplumun, savaş hallerine, çevresel ve insani zararlara rıza göstermesini salık vermişlerdir. Bu noktadan hareketle gazeteciğe yeni bir bakış açısı kazandırmak isteyen *John Galtung* (1996) savaş muhabirliğinin yanından daha yapıcı bir habercilik anlayışıyla barış gazeteciliği fikrini ortaya atmış ve özellikle Lynch ve Goldrick (2005) tarafından geliştirilmiştir bu teori ve alan gazeteciliği geliştirilmiştir.

Vakıya, barış gazeteciliği fikri evren üzerinde vuku bulan çatışmaların hangi seviyede olursa olsun uzlaşma ile ya da en azından şiddet olmadan çözülebileceği fikrine atıfta bulunur. Gelişmekte olan ülkelerde bu fikir çeşitli sosyo-politik nedenlerle henüz tam olarak kabul edilememiş olsa da hem medya profesyonellerinin çabaları hem sivil toplum kuruluşlarının etkinlikleri hem de bireysel çalışmalarla, şiddetsizliğin olabirliği üzerinde durulmaya başlanmıştır. Bununla birlikte kültürlerarası çatışmalara yönelik iletişim çalışmalarının artması, söz konusu şiddetsizlik fikrine katkıda bulunmuş, gruplar ya da bireyler arası çatışmalarda problem çözme yöntemi kullanılmaya başlanmıştır. Çünkü bir yandan daha somut biçimde çatışmadan ve dolayısıyla barıştan bahsedilirken, tolerans/ötekileştirme ve kargaşa/şiddetsizliğin daha soyut olduğu kültürel ve yapısal haller de mevcuttur. Bu paralelde, *barış gazeteciliği*, en temel anlamda çatışmaların analizi ve barışçıl şekilde çözülmesine katkı sağlayacak doğru bilgiyi hakkaniyet temelinde hedef kitleye aktarmak olarak tanımlanmıştır. Burada, habere başka bir sorumluluk yüklendiği anlaşılmaktadır. Savaş muhabirlerinin sahadaki tecrübelerini teorik olarak destekleyecek bir mekanizma geliştirilerek, bir anlamda sahanın içerisinde olan gazetecilerin empati kurarak haberlerini yapması ve zımni bir arabuluculuk görevi görmesi amaçlanmıştır (Lynch & Galtung, 2010).

Elinizdeki makale, barış gazeteciliğinin söz konusu teorik kapsamı üzerine yapılandırılmış, özellikle Galtung’un, Lynch ve McGoldrick’in de refere ettiği biçimiyle

(Lynch & McGoldrick, 2005), sadece fiziksel şiddet değil aynı zamanda kurumsal ve toplumsal nedenlerle kişiyi ırkçılık, ayrımcılık gibi duygusal şiddete yönlendiren *kültürel şiddet* kavramsallaştırması etrafında tartışmayı derinleştirmiştir. Galtung; savaş muhabirliğinin genellikle bireyin özel alanına giren fiziki şiddetten bahsederken, barış gazeteciliği literatürü haber içeriğinin daha kapsamlı olması gerektiğini, çevresel faktörleri de dikkat almasını ve böylece kaosun yapısal ve kültürel kökenlerini açığa çıkarması gerektiğini ifade eder (Galtung, 2006) ki, böyle bir yaklaşım muhabirin, haberin işlenişi ve sonraki adımlarında daha dikkatli olmasını ve çatışma yönetimi açısından daha anlamlı verilere ulaşmasını sağlayacaktır. Böyle bir haber yazımında “onlar ve biz” gibi kategorizasyon olamayacağı gibi ötekileştirmeden uzak durulacak, kaybetmek ya da kazanmak yerine insanı önce çıkararak bir değerlendirme önce çıkacaktır. Diğer taraftan, çözüm odaklı bir habercilik sürekli “düşman” üreten bir söylemi kullanmayarak şiddetin çatışmaya verilecek tek cevap olmadığını anlatacaktır.

Barış gazeteciliğinin bu disiplinler arasılığı, elinizdeki çalışmanın da Türkiye örneğine daha geniş bir perspektiften bakmasını salık vermekte, iletişim psikolojisi, medya ve politika ilişkisine ait literatüre değinmesini zorunlu kılmaktadır. Medya araçlarının, özellikle haber üretiminin, gerçeği sadece yansıtmadığı fakat gerçeğe yönelik algıyı bizzat oluşturduğu saptamasından hareketle, çatışma haberciliğinde eşik bekçilerinin, editörlerin, ekonomik, politik ve askeri gücün oynadığı role dikkat çekmektedir. Belki de çalışmanın ilerleyen satırlarında daha da detaylandırılacağı üzere, *gündem oluşturmanın* barış gazeteciliği üzerindeki etkisinin yanında haberde *çerçeveleme teorisine* de bu bağlamda değinmek mümkündür. Çerçeveleme teorisi en basit ifadesiyle bir konunun haberlerdeki ele alış biçiminin, söylem ve nitelendirilişinin o haberin izleyicide bıraktığı etkiyi ve haber içeriğinin izleyici tarafından anlaşılma biçimini etkileyebileceğini ifade etmektedir (McCluskey, 2017: 13). Medya profesyonellerinin haber prosedüründeki seçimleri izleyicinin, farkında olmadan gerçekleri olduğundan başka bir biçimde yorumlamasına neden olabilir ve bu çerçeveleme daha ileri düzeyde bir konu hakkında toplumsal yaklaşımı, söylemi değiştirerek ciddi politik ve kültürel sonuçlar doğurabilir (D'Angelo & Kuypers, 2010).

Bu bağlamda özellikle, çatışmanın ve terör olaylarının gündemden düşmediği, demokratik ve toplumsal uzlaşma anlamında gelişmekte olan ülkelerde barış gazeteciliğine biçilen rol daha da büyüktür. Diğer yandan siyasi olarak gündem belirlemenin, çerçeveleme teorisinin ya da rızanın imalatının haber içindeki görünürlükleri ve demokratik sorunların medya özgürlüklerine yansıyan yönü barış gazeteciliğinin teorik bağlamında uygulanabilirliğini zorlamaktadır. Muhabirlerin haberden etkilenen tüm tarafların sesini duyurması; habercilikte tarafsızlık, doğruluk, netlik ve zamanlılık gibi etik ilkeler politik polarizasyonun yoğunlaştığı

anlarda gazeteciye ikileme düşürmektedir. Şiddetin, milliyetçi duyguların, toplumsal güvenliğin ve ulusal çıkarların kamuoyunu etkin bir şekilde meşgul etmesi ve bu hassasiyetin politikacılar tarafından en üst düzeyde seslendirilmesi medya profesyonellerinin oto-kontrolünü de artırmaktadır.

Böyle bir oto-kontrolde medya açık bir biçimde politikanın ve gücün (power) “gösteri alanı” olmakta (Orwenjo & Oketch, 2016), toplumsal ideoloji medya kanalları aracılığıyla şekillenmekte, farklı toplumsal katmanlara aktarılmakta ve yine basında sıklıkla yer bularak ulus-ideoloji güçlendirilmektedir. Burada Althusser’in “devlet ideolojik aygıtları”na özel bir referans vererek, genel olarak medyanın, daha özelden haber medyasının, kamuoyunu oluşturmasındaki etkisi ve yine bu bağlamda şiddet içerikli marjinallikle mücadeledeki rolü yeniden tartışılmalıdır. Öyle ki, politik seviyenin imkân verdiği ölçüde habercilik ve toplumsal örgütlenme seviyesinde şiddetle mücadele edilebilmekte, çatışmanın çözümüne alan oluşturulmakta ve sivil toplum aktiviteli meşru görülebilmektedir. Aksi takdirde bugün için “meşru olan” politik atmosferin değişimiyle yarın “gayri meşru” ilan edilebilmekte ve kamusal alanın tümüyle dışına çıkarılmaktadır. Bu nedenle bütün mecralarıyla medyanın (yeni ve geleneksel) bir yandan barış için itici güç olması ve çözüme olanak sağlaması, diğer yandan çatışmanın kalıcılığına hizmet etmesi ve problemi daha da karmaşık hale getirmesi de mümkündür.

Bütün bu yaklaşımlara rağmen, Türkiye’deki basın özgürlüğüne dair sorunların birçok ülkeyle benzerlik göstermesi ve bir bakıma görece serbestisi belirli ölçüde de olsa gazetecilik ilkelerini ayakta tutabilmektedir. Bu ilkeler *iyi haberciliğin* özellikleri olan doğruluk, tarafsızlık, bağımsızlık ve zamanlılık gibi sıklıkla vurgulanan unsurlardır (Niblock & Machin, 2006). Fakat söz konusu gazetecilik standartları demokratik açıdan kırılabilir olan ülkelerde ne ölçüde çatışmanın çözümüne katkı sunabilmektedir? Gazeteciler bir yandan haberciliğin etik kurallarını öncelerken diğer yandan politik ve kültürel baskıların etkisi altında barışa nasıl katkıda bulunabileceklerdir? Medyanın ekonomi-politiği göz önünde bulundurulduğunda *iyi gazeteciliğin* olanağı var mıdır?

Aslında “barış gazeteciliğinin bir anlamda bu tartışmalara cevap olarak sunulduğunu” belirtmek yanlış olmasa gerektir. Bütün “kötümser” şartlara ve bakış açısına rağmen barış gazeteciliği, özellikle haber medyasının çatışmaların çözümüne en üst düzeyde katkısının olabileceğinden hareket eder. Diğer yandan barış gazeteciliğinin, kullanım alanı sadece sıcak çatışmaların ve şiddet olaylarının yaşandığı yerler değil aynı zamanda yaygın ve yanlış gazetecilik anlayışına alternatif olarak da ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Peki, siyasallaşmanın ve kutuplaşmanın yoğunlukla görüldüğü, medya ve güçler arasında çatışmaların yaşandığı,

iliştirilmiş gazetecilik iddialarının konuşulduğu ve haber odasında farklı görüşlerin sunulmadığı öne sürülen Türkiye’de barış gazeteciliğinin sosyo-politik imkânı var mıdır?

Barış Gazeteciliğinin Gelişimi ve Disiplinler Arasılığı

Haber üretimin en temel çalışma alanlarından biri “çatışma muhabirliği”dir. Politika, ekonomi ve sağlık haberciliği de gazetecilik çalışmalarında önemliyse de toplumsal uzlaş ve insani değerler açısından savaş/çatışma muhabirliğine atfedilen alaka iletişim ve medya literatüründe daha belirgindir. Özellikle *Körfez Savaşı* sonrasında savaş muhabirliğine yönelik çalışma ve uygulamalar artmış, ilerleyen yıllarda çatışma alanlarına sadece bu anlamda uzmanlık kazanmış muhabirler yönlendirilmiştir. Bu nedenle gazetecilik ve medya çalışmalarında ilgili konuya hasredilmiş akademik çalışmalar artış göstermiş; Chomsky (2010), Hallin (1989) ve Roach (1993) gibi isimler farklı teorilerle alana ciddi katkılar sunmuşlardır. Şüphesiz savaş muhabirliğinin ele alındığı yerlerde, önemli bir kavram olarak “barış gazeteciliği”nin ortaya çıkmasında Jake Lynch ve Annabel McGoldrick’in çok önemli katkısı söz konusudur. Aynı zamanda başarılı ve tecrübeli iki muhabir olan Lynch ve McGoldrick’in¹ yazdıkları “Barış Gazeteciliği” (Lynch & McGoldrick, 2005) kitabı bu alanda şimdiye dek başvuru en önemli eserlerden biri olmuştur. Daha sonra bu ikilinin “Reporting the World” (Dünyayı Haberleştirmek), ismiyle kurdukları düşünce enstitüsü “habercilik açısından düşünülebilecek en anlamlı think-tank” olarak nitelendirilmiştir. Lynch’in barış gazeteciliğine yüklediği toplumsal sorumluluk kendisinden sonraki yazarları da etkilemiş, bu çerçevede *Youngblood* da barış gazeteciliğinin uzlaş, çözüm ve sorumlu yönünü öne çıkaran *Barış Gazeteciliği: Çatışmaları, Uzlaş ve Çözümü Sorumlu Haberleştirme* (Youngblood, 2016) isimli bir esere imza atmıştır.

Söz konusu kitapların konusundan da anlaşılacağı üzere barış gazeteciliği, geleneksel habercilik yaklaşımlarının yanı sıra, özellikle son yıllarda ortaya çıkan çalışmalar, savaş gazeteciliğinin sorunlarını ele alarak, yaygın habercilik kurallarını açık bir biçimde eleştirmiş ve daha çok toplumsal şiddet, çatışmayla ilgili çözümleyici bir yazın geliştirmiştir (Loyn, Good journalism or peace journalism?, 2007). Bu çerçevede, Lynch ve McGoldrick tarafından “muhabirin neyi nasıl haberleştireceği ile ilgili seçimi” olarak tanımlanan ve bu seçimin “okuyucunun ve seyircinin (audience) çatışmaya yönelik şiddet içerikli olmayan cevapları da

¹ Jake Lynch *BBC* televizyonu sunucusu ve muhabiri olarak çalışmıştır. Daha önce *SKY News* ve *Independent Gazetesinde* de televizyon haberciliği ve muhabirlik görevlerinde bulunmuştur. Annabel McGoldrick da Taylan, Burma ve Endonezya’da savaş muhabirliği yapmış deneyimli gazeteci, radyocu ve televizyon sunucusudur. *Harold Pinter* ile *BBC* için yaptığı, Yugoslavya’daki NATO bombalamalarını anlattığı “Savaşa Karşı” adlı belgesel oldukça başarılıdır.

dikkate almasını sağlayan” (2005: 6) özelliği ilintisinde aktarılan barış gazeteciliği, aslında bir yönüyle izleyiciyi yönlendirme amacı gütmektedir. Bu nedenle, toplumsal kutuplaşma seviyesini düşüren, gerçekçi ve çözüm üreticidir. Literatürde savaş gazeteciliği, barış haberciliğine alternatif olarak konumlandırılmasa da (Akanni, 2018: 131) Galtung ve Youngblood, barış gazeteciliğinin karşısında konumlandırılan savaş gazeteciliğinin ise izleyici tandanslı değil; bir anlamda propagandacı ve elitist tarafının yoğun olduğunu söylerler (Galtung, 1996; Youngblood, 2016: 19).

Bütün bu yönleriyle barış gazeteciliğinin ya da çatışma çözümüne yönelik medya içeriğinin çatışmanın bütün yönlerini ele almaktan, coğrafi ve sosyo-politik gerçekleriyle ilişkilendirilmesi gereğinden geçtiğini ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle tarafsız ya da kurban odaklı ve evrensel insan haklarına taraf bir haberciliğin toplumsal kutuplaşmayı iyileştirici etkisi mevcuttur. Çünkü çözüm odaklı habercilik, askerin ya da politikacının (güç odaklılık) yanında “iliştirilmiş” ve rekabet güdümlü olmaksızın, bütün tarafların durumunu yansıtmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Çözüm odaklılık bu nedenle barış inşası ve onun devamlılığına yönelik yaratıcılığı ve gerçeklere ulaşmak için derinlikli bir “araştırmacılığı” ve “fikri takibi” de destekleyerek, savaş sonrası gelişmeleri, çatışmanın yıkıcı sonuçlarını, demokratik oluşumları, suçlunun yargılanmasındaki olumsuzlukların giderilmesini ve uzlaşmacı birliktelikleri öne çıkarır (Sharp, 2014).

Barış gazeteciliğiyle ilgili olan bu tartışmalar, söz konusu kavramsallaştırmanın disiplinler arasılaşmasına işaret eder. Ancak bu durum bir yönüyle teorik tartışmaları zenginleştirirken, diğer yandan belirgin bir çerçeveye konumlandırılmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, barış gazeteciliği ya da çatışma çözümüne yönelik medya üretimini siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve güvenlik çalışmalarıyla ilişkilendirmek anlamlı olsa da, bu çok yönlülüğün temel gazetecilik prensipleri ile (toplumu yansıtmak, gerçekliğe ayna olmak, tarafsızlık vd.) çelişmesi ihtimali göz önünde bulundurulursa barış gazeteciliğini, habercilik literatürünün içinde bir uzmanlık alanı değil de, haber/medya profesyonellerini geliştirmeye yönelik bir bakış açısı olarak da sunmak mümkündür.

Medyanın Çatışmadaki Rolü ve Barış Gazeteciliğinin Eleştirisi

Toplumsal çatışmaların medya açısından analiz edildiği çalışmalar, medya içeriğinin arabuluculuk konusunda zayıf kaldığına işaret etmektedir. Söylem ve içerik analizinde “barış” a vurgunun oldukça nadir olması, mağdur ya da kurbanların taraf olduğu haberlerde daha çok resmi kaynaklara başvurulması ve çözüm konusundaki kararsız tutum, bu zayıf üretimin işareti olarak gösterilmiştir (Abu-Nimer, 2013: 76). *Barış* kelimesi haber içeriğinde dillendiriliyor olsa

da izleyicinin anlamlandırma ve yorumlama zorluğuyla karşılaşması haber medyasının *uzlaşımı* temsilindeki söz konusu çekimsizliğinin bir sonucu olarak not edilmiştir. Ayrıca, haber profesyonellerinin çatışmaların mutabakat ile sonuçlandırılmasına yaptıkları zayıf etki; aslında onların barış kültürüne hâkim olamamaları, haber odasındaki standartlaşma, eğitim aldıkları kurumların sunduğu tek yönlülük, içinde oldukları yaygın düşünceden etkilendikleri ve sonuçta suskunluk sarmalının bir uzantısı olarak “kabul edilebilir” bir dili tercih etmelerinden kaynaklandığı da aktarılmıştır (Roy & Shaw, 2016).

Şüphesiz barışın inşası ve medya içeriği arasındaki bu zayıf ilişkinin nedenleri arasında hem kültürel anlamda hem de haber üretimi açısından *çözümün yapılandırılmasına* dair birikimin eksikliği de sayılabilir. Söz konusu uzlaşma kültürünün yoksunluğunun oluşturduğu etki toplumdan topluma değişebilirken; tarihsel bağların, kahramanlık özleminin ve geçmişe öykünmeni yoğun olduğu milletlerde ve tarihsel hataların konuşulmadığı ortamlarda barışın inşası daha da zorlaşmaktadır. Bunun da ötesinde, medyanın sosyal sorumluluğu ve tartışmanın çok yönlü ilerlemesindeki rolü, arabuluculuk konusundaki tecrübe eksikliği nedeniyle akamete uğramaktadır (Musa, 2011). Aynı paralelde, “barışın, yapısındaki naiflik nedeniyle savaş kadar habere konu olamayacağı” ve gazetecilerin haber üretimindeki çarpıcılık, okunurluk, farklılık ve dikkat çekicilik gibi özellikler sebebiyle barışa çok yer veremedikleri de ifade edilebilir. Barış süreçlerinin uzun ve karmaşık olması, daha sakin ve açık ortamlarda hayat bulması ve her zaman çatışma içermemesi hasebiyle daha yumuşak kelimeler etrafında kurgulanması haberciliğin karmaşa, şiddet, tehdit, sadelik ve ilgi içeren yapısıyla çelişiyor gibi algılanmaktadır (Keeble, Tulloch, & Zollmann, 2010).

Bütün bunlara rağmen, barış haberciliğinin sakin ve okunmayı artıran motivasyonlardan tümüyle uzak olacağını iddia etmek anlamsız olacaktır. Kolombiya’da Fark isyancılarının elli üç yıllık savaş sonrasında başkan Juan Manuel Santos’in çabalarıyla barış sürecini ve silahsızlanmayı başlatmaları (Brodzinsky, 2017), 1994’te İsrail ve Ürdün’ün kırk altı yıllık savaşı bitirme konusunda anlaşmaları (Sciolino, 1994) ya da Hindistan ve Pakistan arasında 1972’de imzalanan barış anlaşması (Hashim, 2014) ve bu olaylara dair oluşturulan medya içerikleri, çarpıcı bir haber dilinin olabileceğini göstermektedir. Barış süreçlerini konu alan haberler savaş hikâyelerine oranla daha yumuşak kelimelerle örülme, gerilimin yüksek olduğu haberler daha yakın takip edilmekte ve aktörleri kaybeden ve kazanan olan hikâyeler daha çok kişiselleştirilebilmektedir (Ottosen, 2017: 131). Ancak biten çatışmaya dair tarihsel bilgi, ölümler, yıkımlar ve anlaşma esnasındaki inişli çıkışlı tartışmalar ve gün yüzüne çıkan kaygılar; gazeteci için yeterli drama ve aksiyon ihtiyacını karşılayabilecek niteliktedir (Hawkins, 2011: 263).

Kuşkusuz, medya mecralarının barış ve savaş haberciliğindeki tutumları; onların çatışmanın çözümünde, toplumsal düşünceyi aktaran, tarafların sorun ve sorumluluklarını irdeleyen ve kamunun görüşmelerin bir parçası olmasını sağlayan aktif bir taraf olmasına yol açmaktadır. Basın; barış inşasındaki rolünü daha fazla bilgilendirerek, şeffaflığın oluşmasına olanak tanıyarak, halkların gündemini barıştan yana oluşturarak ve yetkilileri, siyasetçileri ve baskı gruplarını diplomasinin işlemesi konusunda ikna ederek aktive edecektir. Böylelikle haber profesyonelleri uzlaşının tanımlanması ve ortaya çıkmasına yardımcı olmakta ve çabanın, çatışmaya neden olan çıkar için değil uzlaşının tesis edilmesi için harcanmasına katkı sağlayacaklardır (Spencer, 2005: 175; Tripelli, 2016: 163). Ancak savaş gazeteciliğinin alışlagelmiş örgüsü ve ölümlerin, yaralanmaların, kurbanların içindeki zor durumun haberleştirilmesindeki deneyim çatışmayı iyi bir haber için daha elverişli kılmakta ve okuyucu için daha çok ilgi çekici olmaktadır ve barışın oluşum süreci kadar karmaşıklık taşımadığı için zor analizlere ihtiyaç duymamaktadır. Zira çatışmaya yönelik daha çok kaynakların ifadesi ile aktarılan bilgilerle oluşturulabilirken barışı dolaylılamak² (Mora, 2011) daha geniş açılı bir yaklaşımı ve çok yönlü bir değerlendirmeyi gerekli görmektedir. Diğer yandan, gazetecilik mesleği açısından, savaş haberciliğinin olduğu ortam muhabirin prestij kazanmasına, ödüller almasına ve alanında kahramanlaştırılmasına katkı sağlarken barış gazeteciliğinin daha durağan bir yapısı vardır (Lynch, 2008: 3).

Medyanın, uzlaşma sağlamadaki rolünü irdeleyen çalışmalar, alternatif bir habercilik yöntemi olarak *yurttaş gazeteciliğinden* ve tutarlılık, tarafsızlık ve sorumluluk dahil evrensel haber kriterlerinin öneminden de bahsederek, muhabirlerin böylece çeşitliliği oluşturabileceğini, farklı görüşlerin aktarılabilirdiği ortamın sağlanabileceğini ve yaklaşımların eksik ve sorunlu yanlarının ortaya çıkarılabileceğini aktarmışlardır. Allan; bir adım daha ileri giderek, medyayı sadece geleneksel ve yeni teknolojik ortamlardan ibaret görmemekte, çatışmanın yol açtığı yıpranmanın sinema, tiyatro, afiş ve benzeri mecralar aracılığıyla da betimlenebileceğine işaret etmektedir. Böylece medya sadece gözlemci olarak değil, toplumsal dönüşümün katalizörü olma rolünü de üstlenmektedir. Bu nedenle, Allan; e-mailler, forumlar, sosyal medya kanalları, blog ve mesajlaşma yoluyla yükselişe geçen yurttaş haberciliğinin, medyanın geleneksel rolüne alternatif olarak sosyal sorumluluk biçiminde ortaya çıktığını ifade etmiştir (Allan, 2012). Özellikle çatışma dönemlerindeki hassasiyet nedeniyle, sosyal medyadan aktarılan haberlere literatürde temkinli yaklaşıyor olsa da, yurttaş gazeteciliğinin

² Dolaylılama, haberin içinde barındırdığı bilginin enformasyona, olayın öyküye, kaynağın aktöre ve ilginin eğlenceye çevrilmesi ile yapılır.

barışın inşası için gerekli olan bağımsız haber üretimine pozitif katkı sunacağı görüşü de öne sürülmüştür. Söz konusu yaklaşım, sosyal medyanın daha geniş kitlelere ulaşarak kamuoyunu bilgilendirmede daha aktif olabileceğini ve sosyal sorumluluk taşıyan habercilikle ilişkilendirilebileceğini anlatmaktadır. Bu habercilik biçimini *kamu yararı amaçlayan gazetecilik* olarak isimlendiren *Gazetecilik Ansiklopedisi* diğer yandan kamu yararının net olarak bilinmeyeceği ve zaman ve mekana göre farklılık göstereceği için bu gazetecilik biçiminin tanımlanamayacağı düşüncesindedir (Sterling, 2009: 1803).

Kamu yararının bu bilinmezliği barış gazeteciliğinin de eleştirilmesine yol açmış, uzlaşya taraf olmanın gazeteciliğin nesnellik özelliğiyle çeliştiği ifade edilmiştir. Bu nedenle, barış gazeteciliğinin yerine *çatışmaya duyarlı gazetecilik* (Jimoh & Kayode, 2018) ve *mağdur gazeteciliği* (Gibbs & Warhover, 2002) gibi isimler de kullanılmıştır. İyi bir haber hikâyesinin barış gazeteciliğinin gerekli kıldığı her şeyi içerebileceğini ifade eden Loyn, tarafsızlığın haber üretiminin temeli olduğunu vurgulamış ve ancak nesnelliğin *iliştirilmiş gazeteciliğe* karşı durabileceğini belirtmiştir (Loyn, 2007). Barışın inşası için çaba gösteren gazeteci, aslında kişisel ve gönüllü bir perspektifle davranmakta dolayısıyla da daha baştan kendini haber karşısında konumlandırmıştır. Bütün bu nedenlerle, barış gazeteciliğinin; medyanın ekonomi-politiği, organizasyonel değerleri, sektörel zorlukları, traj kaygısı ve politik ilişkilerini göz ardı ettiği savunulmuş ve daha etkin olması için yapısal bir dönüşüme ihtiyaç duyduğu sonucuna varılmıştır (Lynch, 2008: 7).

Haber Sosyolojisi Açısından Barış Gazeteciliği: Nasyonal ve Politik Çıkmazlar

Gazetecilik ve medya özgürlüğünün geneliyle ilgili olsa da “barış gazeteciliği” de birçok anlamda “ulusal güvenlik” konusu etrafında tartışılmalıdır. Aslında söz konusu tartışma, ülkelerin demokratik gelişimiyle paralel bir biçimde seyretmektedir. Daha çok elitler, askeri ya da politik güçler tarafından öne çıkarılan “ulusal güvenlik” meselesi hemen her haber konusu ile ilişkilendirilebilmekte ve muhabirlerin bu tartışmaya dahil olabilecek konuları incelemesi zorlaşmaktadır. Medya profesyonelleri bu nedenle “ulusal tehdit” olarak algılanabilecek haber hikâyelerini işlemekte gönülsüz davranmakta ya da içinde yaşadıkları toplumun bakış açısını benimsemiş olmaları hasebiyle gazetecilik faaliyetlerinde genel geçer habercilik ilkelerini göz ardı edebilmektedirler (Galtung, 2006). Bu durumun, gelişmekte olan ülkelerde, medya organizasyonlarının da diğer resmi kurum ve kişiliklerle aynı sorumluluk ve “milliyetçi hassasiyetle” hareket etme zorunluluğuyla da ilişkisi vardır. Bu ülkelerde muhabir ya da medya profesyonelleri de bir anlamda politik ya da daha sert biçimde askeri perspektiften vakaları inceleyerek toplumun, devletin çıkarlarını diğer gazetecilik ilkelerinden çok önde tutarak

ülkeye ve toplumsal faydaya hizmet etiklerini düşünmektedirler. Ulus-devlet anlayışıyla da yakından ilişkili olarak muhabirler kendilerini asker ya da devlet görevlisi gibi davranmakta alıkoyamamaktadırlar. Bu nedenle ulusal çıkarlara tehdit oluşturacak bir husus söz konusu olduğunda, haber kaynağı olarak elitleri, askeri, güvenlik güçlerini veya da toplumun milliyetçi duygularına hitap edebilecek politikacıları seçmek istemektedirler (Hess & Waller, 2017).

Böyle bir durumda da gazeteciler zaten “söylem seçkinleri”³ ne bir yönüyle bağlı olan “kaynak” arayışlarını daha da yoğunlaştırarak, elitlerin haber üzerindeki etkilerinin artmasına neden olurlar. Dolayısıyla haber sosyolojisi açısından tartışılan “eşik bekçileri” yahut Bourdieu’nun “sembolik seçkinleri” (Bourdieu, 1998) yani bir anlamda editörler, akademisyenler, yazarlar, sanatçılar, yönetmenler, gazeteciler, “sahip oldukları yaşam standartlarını kaybetmemek ve konumlarını tehlikeye atmamak için gücün ve iktidarın hizmetinde statükonun devamı için iş birliği yaparlar” (Mora, 2008: 1). Bunlar bir yandan haber için gerekli bilgi, belge ve diğer ihtiyaçları karşılarken diğer yandan aidiyetleri; ideolojik, politik ve sosyal ilişkileri nedeniyle haber aktarımında “aidiyet”lerini ön planda tutatarak ilişki içerisinde oldukları ideoloji ya da gruba hanel getirmek istemezler. Bu noktada, haberin gerçekleri yansıtmaya özelliği ikinci plana itilir ve bu seçkinler kendi kapılarının menfaatini öncelerler. Oysa “savaş gazeteciliği”nin aksine “barış gazeteciliği” kurban odaklıdır ve dolayısıyla tüm tarafların sesini duyurmakla çatışma yönetimine katkı sunar (Borchard & W. Bulla, 2010). Burada “söylem düşkünleri”⁴ de haberde kendilerine yer bulurlar. Savaş gazeteciliğinde ise şiddete ve çatışmaya yönelik haberler yapılarak izleyicinin çatışmalara olan ilgisi artırılır ve onlara bir anlamda şiddete karşı şiddetle cevap vermenin gereği anlatılır (Keeble, Tulloch, & Zollmann, 2010).

Gazetecilik faaliyetlerinin “seçkinler” etrafında dönmesinin, muhabirlerin içinde yaşadıkları toplumun değerlerinin ve devletsel güdülerin de etkisi vardır. Şüphesiz bunu McQuail’in, medyanın görevini nasıl yaptığı ve politikayla ilişkisindeki işleyişi anlatmak için kategorize ettiği kuramlardan biri olan *gelişme aracı kuramı* bağlamında da değerlendirmek mümkündür (McQuail, 2010). Çünkü bu kuramda ulusal yapılanma önemlidir ve bu yapılanmada iletişimcilerin rolü büyüktür. Medya profesyonelleri burada milli politikaya paralel hareket ederler ve dolayısıyla savaş esnasında söylem düşkünleri ve seçkinlerine eşit

³ Medyanın haber aktörü ya da kaynağı olarak içeriklerinde sıklıkla yer alan siyasi, askeri ve ekonomik alandaki iktidar seçkinlerinin yanı sıra, medyanın söylem üretiminde tematik yapının uygulanmasına katkı sağlayan sembolik seçkinlerin tümüdür. Politikacılar, ünlüler, güvenlik görevlileri bu anlamda söylem seçkinidirler.

⁴ Medyada seçkinlerin aksine daha az yer bulan sıradan halkı ifade eden bir havramdır. Bu nedenle medya tarafından her zaman hedef kitle konumunda kalan, suskun ve görünmez kabul edilen kitledir.

derecede yer vermek ya da “mağdur odaklı” habercilik yerine milli değerleri üstüne tutacak bir tavır içerisinde olmakla kendilerini sorumlu hissederler. Medya; milli ve toplumsal menfaatleri öncelemediği takdirde, gelişme politikalarıyla ters düştüğü gerekçesiyle, kısıtlamaya maruz bırakılabilir. Bu nedenle gazeteciler enformasyon aktarırken sosyal, politik ve askeri kültürü göz önünde bulundurmamak zorundadırlar.

Söz konusu milli ve manevi menfaatler göz önünde bulundurulduğunda gazeteci haberi doğrudan iletmek yerine, elitler ile iliştilmiş bir gazetecilik (Lewis, Brookes, Mosdell, & Threadgold, 2006) performansı sergiler (embedded journalism)⁵ ve bu nedenle haberi etik ilkeler doğrultusunda hazırlamak yerine, kendisini çatışmanın önemli bir tarafı olarak duygusal ve ideolojik motivasyonla hareket eder. Böyle bir zamanda medya organizasyonları resmi söylemi haberleştirmeye kendini daha yatkın bulur çok nadiren bağımsız bilgi paylaşımı yaparlar. Elitler de gazetecileri ve medya içeriğini yönetme konusunda daha aktif bir rol alır ve gerektiğinde habercilik faaliyetlerini kısıtlama yoluna girerler. Bu kısıtlama, çoğunlukla, aksi beyanda bulanacak mağdurların haberde yer almaması, muhalif seslerin dikkate alınmaması ve haber içeriğini bir halkla ilişkiler ve reklamcılık kampanyası olarak suiistimali şekilde kendini gösterebilir (Wolfsfeld, 2004: 163).

Türkiye kontekstinde barış gazeteciliğinin çatışma yönetimi ya da uzlaşımın inşası ile örtüşmeyen örneğine toplumsal çatışma etrafında cereyan eden olaylara ait haberlerde bulmak mümkün görünmektedir. Söz konusu haber içeriklerinde gazeteciler daha çok resmi elitlerin ifadelerine başvurmakta, mağdurların ifadeleri ve şahitlikleri göz ardı edilmektedir. Şehit haberlerin aktarımı da bu bağlamda, daha geniş kitlelerin dikkatini çekecek şekilde sansasyonel biçimde, ekonomik getirisi düşünülerek tasarlanıyor izlenimi vermektedir (Alankuş, 2017). Milliyetçi duyguların yoğunlaştığı dönemlerde haberin manşetten verilme formları da değişmektedir. Medya toplumsal duyarlılığın yoğun olduğu tartışmalarda dahi hassasiyeti motive edecek bir ton kullanabilmekte, tarafsızlık yerine yaygın ideolojiyi yüceltebilmekte ve kutuplaştırmanın muhtemel sonuçlarını göz ardı edebilmektedir. Bu nedenle, yapısındaki karmaşıklık sebebiyle çatışmanın çözümü daha geniş bir iletişim perspektifine muhtaç görünmektedir.

⁵ İliştirilmiş gazetecilik, muhabirlerin özellikle savaş alanlarında kolluk kuvvetleriyle birlikte hareket etmeleri ve hadiselere onların gözünden bakmaları için kullanılmıştır. Şüphesiz bunu “tek taraflı” gazetecilik olarak, politik ya da ideolojik bağımlılığa da genişletmek mümkündür.

Sonuç Yerine: Polarizasyon Ortamında Olanak ve Öneriler

Barış gazeteciliğinin hem literatürel tartışmaları hem de özellikle Türkiye'deki pratik uygulamaları, toplum içinde ve daha üst düzeyde şiddet içerikli söylemlerin analizine yardım etmemektedir. Bir yandan gazetecilerin genel değerlendirmesi gibi algılanan sorunlu tarafgirliğin daha hızlı bir biçimde belirlenmesine yardımcı olurken, diğer yandan çatışmanın gizemini ortaya çıkaracak ve tarafların çeşitli suçlarla damgalayacak hikâyeleştirmeyi engellemektedir. Böyle bir haber üretimi de çatışmaya daha yapıcı bir yaklaşım yol açmaktadır. Bu nedenle barış gazeteciliği diğer bir yandan hikâyeyi oluşturan bilgi, belge, bakış açısı, yorum gibi unsurları nasıl daha iyi ve etkin kullanılacağı ile ilgili geleneksel gazetecilikten bir adım daha önce hassasiyeti zorunlu kılıyor görünmektedir.

Çünkü çatışma yönetimine dair habercilik, bütün formlarında aslında objektifliğin, doğruluğun, teyidin üstün tutulduğu kaliteli gazeteciliği hedeflemektedir. Ne var ki, ulusal güvenlik tartışmaları ve habercilik arasındaki ilişkide de yoğunlukla vurgulandığı gibi barış gazeteciliğinin anlamlı bir biçimde uygulanabilirliğini vaka bazlı ele almak mümkündür. Zira farklı çatışmalar farklı medya yaklaşımları gerektirebilir ve bu da barış gazeteciliğinin değişken uygulamalarını ortaya çıkabilir. Diğer yandan her habere barış gazeteciliği açısından yaklaşmak yanlış olabilir. Bazı hadiseler sadece profesyonel gazetecilikle topluma yeterli bilgi aktarılırken, kutuplaşma ve çatışma detayları içeren haberlerde barış gazeteciliğine taraf davranmak daha anlamlı bireysel ve toplumsal sonuçlar ortaya çıkarabilir. Farklı çatışmaların da kendi içlerinde değişken anlatım biçimleri vardır. Bu nedenle muhabirlerin de değişken durumlarla başa çıkmasının en önemli yollarından biri barış gazeteciliği örneklerini dikkatlice analiz etmeleri ve akademik destekle yeni tematik yazılı ve görsel biçimler geliştirebilirler.

Yukarıda aktarılan gazetecilik faaliyetlerine farklı yaklaşımlar, haber üretiminin de birçok biçimde yapılabileceğini anlatmaktadır. Bu nedenle muhabirler, özellikle fiziki çatışmanın ya da politik kutuplaşmanın olduğu yerlerde barış gazeteciliğinin önemli bir haber aktarım yolu olduğunu bilmelidirler. Barış gazeteciliğinin temel yaklaşımı şiddetin ol(a)mayacağını söylemek ya da dünyadaki çatışmaları görmezden gelmek değildir. Aksine, çeşitli gündem ve sorunlar nedeniyle çatışmaların olabileceği ancak şiddet dışında bir çözümün de mümkün olduğunu söylemektir.

Bazı zamanlarda çatışmanın çözümünün toplumsal uzlaşısı için en önemli öncelik olduğunu not etmek gerekir. Bu nedenle tarafsızlığın kamuflajıyla gerçekleri haberde vermekten kaçınmak daha ciddi menfi sonuçlar ortaya çıkaracaktır. Barış gazetecisi bu bağlamda, haber yapma eyleminin bir seçimler sürecinden ibaret olduğunu bilir. Vakanın karmaşıklığı politik, ekonomik ya da baskı gibi nedenlerle haberin kaynağını sadece bir taraftan

seçmek, daha açık bir ifadeyle yalnız mağdurlara ya da resmi bilgiye dayanmak yanlıştır. Çünkü insan haklarının tehlikede olması, kurbanların daha ileri düzeyde olumsuzluklarla karşılaşması ihtimali, haberde “yansız” olma tutkusunu geri plana atmalıdır. Bu nedenle gazetecilerin özellikle *aland* savaş ve barış haberciliği ile ilgili eğitilmesi, onlara çatışmanın çözümündeki rolü fark etmelerini sağlayacak isteyerek ya da istemeyerek şekillendirmek zorunda kaldıkları etkinin pozitif evrilmesine olanak verecektir. Devere'nin ifadesiyle; muhabirlerin çatışmanın çözümündeki hassas habercilik anlayışları onların daha önce öğrendikleri geleneksel değerlere mesafe almasını zorunlu kılmaz. Barış gazeteciliği “kaliteli gazetecilik” denilen öğretiyle çelişmez fakat aksine onu bir adım daha öne götürerek uzlaşya yönelik bir sorumluk katar (Devere, 2017: 141).

Bununla birlikte, haber sosyolojisinin temel tartışma alanlarından olan *gündem belirleme, çerçeveleme, rızanın imalatı* gibi kavramsallaştırmalara bakıldığında, bir gazetecinin önemle dikkate alması gerektiği husus, medya içeriğini etkilemeye çalışan hemen her resmi ya da gayri resmi kurumun kendine ait bir gündemi olduğu ve o gündem doğrultusunda haber biçimlerini yönlendirmeye çalıştığı gerçeğidir. Bu nedenle haber üreticilerinin, çatışmanın çözümünde etkin rol alabilmesi için, politik, resmi, şiddet gruplarının ya da kolluk kuvvetlerinin gündemi özelinde değil yaşanan mağduriyetler ve acılar etrafında gerçekleri çok yönlü aktarmayı seçer. Çatışmanın sadece resmi organlar ve yerel halk arasında değil, aynı zamanda mahallî gruplar arasında olabileceği ihtimalini göz önünde bulundurarak kültürel farklılıkları, etnik hassasiyetleri, çok sesliliği dikkate alır. Aslında barış gazetecisi için çok sert bir kötü ya da iyi ayrımı yoktur. Bütün taraflara şüpheyle, temkinli ve esnek yaklaşarak gerçeklere ulaşmaya çalışır ve metin içeriğinde, kamera kadrajında herhangi bir tarafa ya da bireye zarar vermemeyi dikkate alır ve dolayısıyla neyi manşete alması gerektiğini bilir (Şen, 2013). Diğer yandan, medyanın, bu bağlamda sorumluluk içeren davranışlarından biri de çatışmayı daha ilk andan itibaren tarafsız bir biçimde haberleştirmek ve ilk işaretleri sunarak, vahim sonuçlara yol açmadan taraflar arasında erken uzlaşya mümkün kılmaktır. Belki de bu çerçevede medyanın mevcut özelliklerine bir diğeri daha eklenerek çatışmaları aktarabilmesi için gerekli desteğin ve özgür ortamın devlet erkanı tarafından sağlanması gerekmektedir. Böylece gazeteciler çatışmanın çözümü için daha hassas davranabilecek, nesnel bir habercilikle toplumsal kaosun ortaya çıkmamasına katkıda bulunacaktır.

Yine de çatışmanın çözümüne yönelik tavır ve kültür medya mensuplarınca benimsenmezse toplumdaki kutuplaşmanın hoşgörü seviyesine indirilmesi hepten zorlaşacaktır. Özellikle Türkiye gibi hassas zamanlardan ve olaylardan geçen topraklarda toplumun politik dilden etkilenip “bizler” ve “onlar” söylemiyle “düşmanlaştırdığı azınlıklar ve

farklılıkların *pozitif entegrasyonu* barış gazeteciliği kültürünün yokluğuyla imkânsızlaşacak, ötekileştirme hiç bitmeyen bir tavır olarak kalmaya devam edecektir. İlkesel doğrular ve uzlaştırma kültürü tam olarak benimsenmediği için, belli bir zaman barış gazeteciliği devam ettirile de hak haberciliğini, etik değerleri, mağdur konumlandırılmasını tam olarak öğrenememiş ve haber hikâyelerine çok yönlü bakamayan gazetecilerin ağırlıklı olduğu ülkelerde ilk çıkmazla karşılaşıldığında, medya profesyonelleri çatışma ve suçlama diline yeniden hızlıca dönüş yapabiliyorlar.

Şüphesiz bütün bu dilemmalardan bahsederken Türkiye’de haber üretiminin eşik bekliliği, siyaset medya ilişkisi, haber odasındaki tek taraflılık gibi sorunları ve gazetecilerin karşılaştığı baskı, ekonomik problemler, düşünce ve ifade özgürlüğüne dair kaygılar ve yoğun mesailer gibi hususlar barış gazeteciliğinin çok da kolay uygulanamayacağını gösterir biçimdedir. Buna rağmen, yeni medyanın sağladığı imkânlar barış gazeteciliğinin daha az sorunla karşılaşarak daha büyük kitleye ulaşacağı umudunu artırmaktadır. Ne var ki *teyit.org* ve/veya *bianet* gibi haber doğrulama yahut alternatif habercilik platformları olsa da geleneksel haberciliğinin etkisinin toplumun gündemini daha çok etkilediğini ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle, internet haberciliği ya da yurttaş gazeteciliği ülkemizde bilginin hızlı dolaşımını ve içeriğini pozitif anlamda değişimini etkiliyor görünse de büyük medya organlarında çalışan haber üreticilerinin mezkûr kaygıları giderilmediği ve her durumda iş güvencesi sağlanmadığı takdirde; yaygın ideolojik, dini, kültürel ve politik düşünceye karşı koyan bir habercilik ihtimali zor görünmektedir.

Son olarak; haber üretimi, özellikle savaş/şiddet muhabirliği, genel anlamıyla iki taraftan bahsederken; barış gazeteciliği olaylara daha geniş bir açıdan bakmayı yeğler. Onun için sadece iki taraf yoktur; çatışmanın nedenlerini, ortamını ve çok yönlü etkileşimini dikkate alır ve barışın da de daha geniş alanda etkisinin olacağını planlayarak hak ve çözüm odaklı olamaya özen gösterir. Bu nedenle, barışın inşasında ve şiddetle mücadelede sadece gazetecilik değil, diğer iletişim metot ve kuramlarından da faydalanılması gereği açıktır. Burada belki de önemli olan, iletişim sürecinin tek taraflı olarak sadece marjinal gruplar ya da şiddet içerikli eylemlerle kendilerini ifade eden bireylerin yönelik olamaması, aksine onları aktif olarak bu sürece dahil edilmesidir. Böylelikle çatışmanın çözümünün ve karşılıklı diyalogun zannedildiğinin aksine zor olmadığı, iletişimin önündeki bariyerlerin aşılabileceğini anlatmak daha kolay olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abu-Nimer, M. (2013). Religion and Peacebuilding. R. M. Ginty içinde, *Routledge Handbook of Peacebuilding* (s. 69-80). London: Routledge.
- Akanni, T. M. (2018). In Search of Women-Supportive Media for Sustainable Development in Nigeria. A. Salawu, & O. Toyosi içinde, *Exploring Journalism Practice and Perception in Developing Countries* (s. 126-149). Hershey: IGI Global .
- Alankuş, S. (2017, Nisan 23). Barış gazeteciliği tutarlılık gerektirir. (D. DEMİRKENT, Röportaj Yapan) <http://ayrintidergi.com.tr/baris-gazeteciligi-tutarlilik-gerektirir-sevda-alankus-ile-soylesi/> adresinden alındı
- Allan, S. (2012). Citizen Journalism and the Rise of “Mass Self-Communication”: Reporting the London Bombings. M. Wall içinde, *Citizen Journalism: Valuable, Useless, or Dangerous?* (s. 11-26). London: International Debate Education Association.
- Althusser, L. (1970). *On The Reproduction Of Capitalism: Ideology And Ideological State Apparatuses* . London: Verso.
- Borchard, G. A., & W. Bulla, D. (2010). *Journalism in the Civil War Era*. New York: Peter Lang.
- Bourdieu, P. (1998). *The State Nobility: Elite Schools in the Field of Power*. Stanford : Stanford University Press.
- Brodzinsky, S. (2017, Haziran 27). 'Welcome to peace': Colombia's Farc rebels seal historic disarmament. [theguardian.com: https://www.theguardian.com/world/2017/jun/27/colombia-farc-weapons-war-government](https://www.theguardian.com/world/2017/jun/27/colombia-farc-weapons-war-government) adresinden alındı
- Chomsky, N. (2010). *9-11: Was There an Alternative?* New York: New York Univeristy Press.
- Chomsky, N., & Herman , E. (1998). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Toronto: Pantheon.
- D'Angelo, P., & Kuypers, J. (2010). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. London: Routledge.
- Devere, H. (2017, 10 25). Is Peace Journalism the Moral Responsibility of War? O. Urbain içinde, *Risk and Uncertainty: Understanding and Dialogue in the 21st Century* (s. 141). London: Routledge. Conflict & Communication. adresinden alındı
- Devere, H. (2017). Is Peace Journalism the Moral Resposnsibility of War Journalists? O. Urbain içinde, *Risk and Uncertainty: Understanding and Dialogue in the 21st Century* (s. 141). London: Routledge.

- Galtung, J. (1996). *Peace by Peaceful Means: Peace and Conflict, Development and Civilization*. London: SAGE Publications .
- Galtung, J. (1996). *Peace by Peaceful Means: Peace and Conflict, Development and Civilization*. London: Sage.
- Galtung, J. (2006). Peace Journalism as an Ethical Challenge. *Global Media Journal*, 1-5.
- Gibbs, C. K., & Warhover, T. (2002). *Getting the Whole Story: Reporting and Writing the News*. New York: The Guilford Press.
- Hallin, D. C. (1989). *The Uncensored War* . California: University of California Press.
- Hashim, A. (2014, Mayıs 27). *India-Pakistan relations*. aljazeera.com: <https://www.aljazeera.com/indepth/spotlight/kashmirtheforgottenconflict/2011/06/2011615113058224115.html> adresinden alındı
- Hawkins, V. (2011). Peace Process or just Peace Deal? The Media's Failure to Cover Peace. I. Seaga, J. Lynch, & R. Hackett içinde, *Expanding Peace Journalism: Comparative and Critical Approaches* (s. 261-284). Sydney: Asutralia.
- Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local Journalism in a Digital World*. New York: Palgrave.
- Jimoh, J., & Kayode, J. (2018). Imperative of Peace and Conflict Sensitive Journalism in Development. A. Salawu, & T. Owolabi içinde, *Exploring Journalism Practice and Perception in Developing Countries* (s. 150-171). Hershey: IGI Global.
- Katovsky, B., & Carlson, T. (2003). *Embedded: The Media at War in Iraq*. Lanham: The Lyons Press.
- Keeble, R. L., Tulloch, J., & Zollmann, F. (2010). *Peace Journalism, War and Conflict Resolution*. Brussels: Peter Lang.
- Lewis, J., Brookes, R., Mosdell, N., & Threadgold, T. (2006). *Shoot First and Ask Questions Later: Media Coverage of the 2003 Iraq War*. New York: Peter Lang.
- Loyn, D. (2007). Good journalism or peace journalism? *conflict & communication online*, 1-10.
- Loyn, D. (2007). Good journalism or peace journalism? *conflict & communication online*.
- Lynch, J. (2008). *Debates in Peace Journalism*. Sydney: Sydney University Press.
- Lynch, J., & Galtung, J. (2010). *Reporting Conflict: New Directions in Peace Journalism (New Approaches to Peace and Conflict)* . Brisbane: University of Queensland Press.
- Lynch, J., & McGoldrick, A. (2005). *Peace Journalism*. Stroud : Hawthorn Press.
- McCluskey, M. (2017). *News Framing of School Shootings: Journalism and American Social Problems*. New York: Lexington Books.

- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1972). The Agenda Setting of Mass Media. *The Public Opinion Quaterly*, 176-187.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Mora, N. (2008). Medya, toplum ve haber kaynağı olarak sembolik seçkinler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1-25.
- Mora, N. (2011, Ocak 03). *Haberin Sosyolojik Boyutu: Kamusal Söylemin Üretimi ve Kamuoyu Oluşumu*. dorduncukuvvetmedya.com: <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/medya-arastirmalari/2830-haberin-sosyolojik-boyutu-kamusal-soylemin-uretimi-ve-kamuoyu-olusumu.html> adresinden alındı
- Musa, B. A. (2011). Media Ethics and Human Rights Education in Post-Conflict Africa. B. A. Musa, & J. Domatob içinde, *Communication, Culture, and Human Rights in Africa* (s. 69-82). Plymouth: University Press of America.
- Niblock, S., & Machin, D. (2006). *News Production: Theory and Practice*. London: Routledge.
- Orwenjo, D., & Oketch, O. (2016). *Political Discourse in Emergent, Fragile, and Failed Democracies*. Hershey: Information Science.
- Ottosen, R. (2017). Video Games as War Propaganda: Can Peace Journalism Offer an Alternative Approach? M. Tehranian içinde, *Peace Journalism in Times of War: Volume 13: Peace and Policy* (s. 93-110). London: Routledge.
- Ridout, T. N. (2012). *New Directions in Media and Politics (New Directions in American Politics)*. London: Routledge.
- Roach, C. (1993). *Communication and Culture in War and Peace*. London: Sage.
- Roy, S., & Shaw, I. (2016). *Communicating Differences: Culture, Media, Peace and Conflict Negotiation*. New York: Palgrave.
- Sciolino, E. (1994). *Israel and Jordan Agree to Call off a State of War That has Endured 46 Years*. nytimes.com: <https://www.nytimes.com/1994/07/25/world/israel-and-jordan-agree-to-call-off-a-state-of-war-that-has-endured-46-years.html> adresinden alındı
- Sharp, S. (2014). *Journalism and Conflict in Indonesia: From Reporting Violence to Promoting Peace*. London: Routledge.
- Spencer, G. (2005). *The Media and Peace: From Vietnam to the 'War on Terror'*. New York: Palgrave.
- Sterling, C. H. (2009). *Encyclopedia of Journalism*. London: Sage.
- Şen, F. (2013). Medyanın Savaş Söylemleri: Bariş Gazeteciliği Perspektifinden. *Selçuk İletişim*, 164-175.

- Tripelli, G. (2016). *Media and Peace in the Middle East: The Role of Journalism in Israel-Palestine*. New York: Palgrave.
- Wolfsfeld, G. (2004). *Media and the Path to Peace*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Youngblood, S. (2016). *Peace Journalism Principles and Practices: Responsibly Reporting Conflicts, Reconciliation, and Solutions*. London: Routledge.

ALTERNATİF BİR MEDYA OLARAK SOSYAL MEDYANIN YENİ TOPLUMSAL HAREKETLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

*Yelda ÇÜÇEN ÖKE**

Son çeyrek asırda daha önce yaşanmamış bir hızda seyreden küreselleşme hareketi sonucunda toplumsal anlamda hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişimin temel noktası yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerdir.

Bu çalışma, özellikle internet medyasının yarattığı özgür ve geniş alanın, edilgen konumdaki kitleleri nasıl etkilediğini, alternatif bir medya olarak sosyal medyanın, toplumsal hareketleri dönüştürerek toplumda nasıl bir değişim yarattığını göstermeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, sivil toplum hareketlerinin artık seslerini duyurmak için geleneksel medyayı kullanmak yerine, kendi sosyal medyaları aracılığı ile topluluklar kurarak enformasyonu yönlendirecek güce ulaşmaları ortaya koyulmaktadır. Kitlelerin biriken enerjilerinin alternatif bir medya olarak sosyal medya aracılığıyla meydanlara taşması ve devrimlerin hareket noktası haline gelmesi, bu konuda yapılmış çalışmalar ile ilgili literatür taraması yapılarak incelenmiş ve internetin toplumsal hareketler tarafından kullanımıyla ilgili yaklaşımlar görünür kılınmaya çalışılmıştır.

* Adnan Menderes Üniversitesi Rektörlük Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü Öğretim Görevlisi
yelda.cucen@adu.edu.tr

Anahtar Kelimeler: Yeni Toplumsal Hareketler, Sosyal Medya, İnternet, Sosyal Ağ, Dijital Aktivizm.

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA AS AN ALTERNATIVE MEDIA ON THE NEW SOCIAL MOVEMENTS

In the last quarter of the century, a rapid and unprecedented change has happened in terms of society as a result of globalization movement. The main point of this change is the improvements in new communication and information Technologies.

This study aims to point out how this independent and wide space the internet media type converts the social movements and makes huge changes in the society. In this study, it's also put forward that civil society movements has reached their power to manipulate the information by creating communities via their own social media instead of using traditional media in order to make their voices heard. The spilling of the accumulated energy the masses have into the squares via the social media as an alternative media and becoming the starting point of the reforms has been examined by making a literature search on this subject and the approaches to the usage of social media by the social movements have been studied to be brought to light.

Keywords: New Social Movements, Social Media, Internet, Social Network, Digital Activism

Giriş

Coğrafi sınırların önemini yitirmesi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte fiziksel mekân yeni bir boyut kazanmıştır. Artık birey dünyanın neresinde olursa olsun dünyada olup biten olayları anında izleyebilme ve olaylardan haberdar olabilme şansına sahiptir.

Dünyada küreselleşme karşıtı hareketin yükselişiyle beraber, muhalefet etme biçimleri de değişim geçirmektedir. Bu dönüşümün ortaya çıkardığı yeni toplumsal hareketler, yeni söylem ve eylem biçimlerini de beraberinde getirerek, yeni iletişimsel olanaklarla kitlesel anlamda etkili bir güce dönüşmüştür.

Özellikle bilgisayar ve internetin yaygınlaşmasıyla iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler toplumu dönüştürmüş, medya ile dönüşen toplumda sivil sesler toplumsal hareketlenmelere yol açmıştır. İnternet ve sosyal ağlarla birlikte, kullanıcıların sadece izleyici değil, katılımcı konumuna geldiği “sosyal medya” olgusu ortaya çıkmıştır. Katılımcı demokrasinin ön plana çıktığı bilgi toplumunda, toplumsal hareketlerin örgütlenme biçimi de zamanla farklılaşmaya başlamıştır.

“Toplumsal hareketlerin gelişimi toplumsal iletişim biçimlerinin de dönüşümünü beraberinde getirmiştir, her toplumsal hareket tarihsel bağlamına uygun medyaları kullanarak kendi sesini duyurmuş ve tarihsel bir etki bırakmıştır” (Çoban, 2009:2). Toplumsal düzlemde yaşanan bu değişimler toplumsal hareketlerin ortaya çıkış nedenlerini, katılımcılarının özelliklerini, hedeflerini ve hareket biçimlerini de değişikliğe uğratmıştır.

Toplumsal Hareketlerin Yeni Görünümleri

Modernitenin farklı unsurlarının neden olduğu sorun ve bunalımlar karşısında, toplumsal hareketler de yeni görünümüleriyle yeni açıklamalar sunarak ortaya çıkmıştır. “1960’ların sonu ve 1970’lerin başındaki sivil haklar, ifade özgürlüğü ve öğrenci; 1970’lerdeki kadın, barış ve çevre/ekoloji hareketleri; ve 1980’lerle yaygınlaşan nükleer silahsızlanma hareketlerinin niteliğindeki farklılıklar köklü dönüşümün göstergeleri olarak değerlendirilmektedir.” (Demiroğlu, 2014:134-135).

1968 sonrası, siyasetin konu edindiği alanların genişlemesi ve insanların günlük hayatlarına dair söz sahibi olma isteğinin artması ile şekillenen yeni toplumsal hareketler, bireyin daha fazla ön plana çıkmasını öngören toplumsal olayların doğal bir sonucu olarak kendini göstermiştir.

2000’lerle birlikte dünyayı etkisi altına alan küreselleşme karşıtı hareketlerle, önce dünya sosyal forumu, ardından bölgesel ve yerel sosyal forumlarla birlikte, yeni toplumsal

hareketler bir araya gelerek stratejilerini paylaşmaya başlamıştır. Bu yıllarda, yeni toplumsal hareketler, medyayı, özellikle interneti kullanarak ağlar oluşturmuş; toplumsal kamuoyunu etkileyen söylem ve eylemleriyle egemen medyanın karşısında radikal bir medyanın yeni bir biçimde kullanılabilceğini göstermiştir.

Özellikle son çeyrek asırdır, internet şimdiye dek geliştirilen tüm medyaları içeren en güçlü iletişim aygıtı haline gelmiştir; gazete, dergi, sinema, televizyon, radyo vb. tüm iletişimsel aygıtları içinde barındıran internet, günümüzde en etkin iletişimsel medyaya dönüşmüştür.

“Bugün interneti öncelikle bir iletişim aracı olarak görmemiz çok önemlidir. İletişim aracının kendisi kötü olamaz. İnternet hiç bir şekilde kötü veya yıkıcı faaliyetlerde bulunmak amacıyla tasarlanmamıştır. Ancak bu iletişim aracının sunduğu türlü imkânları kendi kötü niyetleri için kullanan kişiler kendi içlerindeki kötülük tohumlarını, internet üzerinden de yayabilir. Tıpkı diğer iletişim araçlarıyla yapabilecekleri gibi” (Türkoğlu, 2010).

İletişim Yöntemleri Değişiyor

İletişimin; küreselleşmenin olmazsa olmazı haline geldiği günümüzde, küresel kapitalizmin gelişimi de iletişim teknolojilerine dayanmaktadır. Bilişim ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişim göstermesiyle birlikte toplumsal örgütlenmede zaman ve mekân sorunu ortadan kalkmış, insanlar daha rahat bir şekilde birbirleriyle iletişime geçebilme imkânı bulmuştur.

“Zamanın iletişim sürecinde önemini yitirmesi ve iletişimin mekâna bağlı kalmadan her ortamdan gerçekleşebilmesi, bireyin etkileşimde bulunduğu kitlenin çeşitliliğini arttırmaktadır. Katılımın küresel boyuta ulaşmasıyla, örgütlenmenin temelini oluşturan sorunlar da değişmektedir” (Çaycı ve Karagülle, 2014:6372).

Üretim ve tüketim süreçlerinin temel belirleyenlerinden birisi haline gelen iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, geleneksel medya kavramının da kabuk değiştirerek, alternatif bir medya kavramı olarak sosyal medyanın günlük yaşantımıza girmesine sebep olmuş, sosyal medya araçlarının giderek artan oranda, bireyler ve gruplar tarafından örgütlenme aracı olarak kullanılmasına imkân yaratmıştır.

Sosyal medya, geleneksel medyanın tam anlamı ile sağlayamadığı kişi ve grupların katılımlarının önünü açmakta, isteyen herkesin istediği konuda düşüncelerini, inançlarını, değerlerini ve ürünlerini sanal bir ortamda sunabilme ve paylaşabilme imkânı sunabilmektedir.

Geleneksel medyaya yerel bilgi ve yerel enformasyon sağlayan bir kaynak olma özelliği de sosyal medyayı görünür ve değerli kılmaktadır.

Sosyal medyanın dikkat çeken bir yönü de, bu kadar kısa süre içerisinde, ekonomik, psikolojik, sosyal, kültürel ve siyasal bir güç olarak birey ve kitleleri etkilemesi ve onları çeşitli konularda harekete geçirebilmesi, farklı mekânlardaki insanları ve kitleleri bir araya getirerek, aralarındaki iletişimi yoğunlaştırabilmesidir. Diğer medya araçlarının birçoğunda olduğu gibi mesajı tek taraflı iletmenin aksine “karşılıklı görüşme” sayesinde aktarım ve paylaşım mümkün olan en üst düzeyde gerçekleştirilebilmektedir. Bu türden iletişim networkuna sahip olması, sosyal medyanın yaygınlaşmasına büyük katkı sağlayan önemli bir etkidir.

Dijital Aktivizm ve Toplum Etkileme Gücü

Dijital aktivizm, hedeflenmiş bir otoriteye karşı kolektif taleplerin dile getirilmesi için, katılımcıların ve destekçilerin dijital medyayı kullandığı organize bir kamusal girişim olarak nitelendirilebilir. Dijital aktivizm, dijital teknolojiler ya da yeni iletişim teknolojileri temelli gelişmelerin sonucu olarak da ifade edilebilir. “Temel amacı yüksek kamuoyu sesi üretebilmek olan bu girişimler dijital aktivizm teriminin yanında, ‘internet aktivizmi’, ‘e-aktivizm’, ‘siber aktivizm’ gibi farklı şekillerde kullanılmaktadır” (Kırık ve Özcan, 2014:66). Dijital aktivizm şiddet içermez. Medyada siber suçlar ve siber saldırılar kavramının çok fazla kullanılması ve buna ilişkin haberlerin yaygın şekilde yer bulmasına rağmen, dijital aktivizmde, hem fiziksel hem teknolojik şiddet çok nadir kullanılır.

“Dijital vatandaşlar; ulusa seslenişler, grup toplantıları ve köşe yazılarından çok, 140 karakterlik mesajlara, 1-2 dakikalık videolara, esprili fotoğraflara itibar etmektedirler. Artık sokaklara bayrak asıp şarkılarla arabalarla dolaşma devri uzaklarda kalmıştır, iyi politikacı iyi tweet atabilen kişidir. Markaların hatta ülkelerin bile dijital imajı var. Bu imajın gücünü dijital vatandaş belirliyor” (Banko ve Babaoğlu, 2013:10).

İnternetin tarihiyle eşzamanlı olarak görülse de dijital aktivizmin ortaya çıkışı Wikileaks ile başlamaktadır. Medyadan diplomasiye, şirketlerden hükümetlere hiçbir şeyin artık eskisi gibi olmayacağını işareti Wikileaks ve Tunus’tan başlayarak, Mısır, Libya, Cezayir, Yemen, Ürdün, Suriye gibi Arap devletlerine “Arap Baharı” adıyla yayılan devrim dalgası, dijital aktivistlerin dolayısıyla sosyal medyanın politika ve halk hareketleri üzerindeki etkisini bir kez daha göstermiştir (Ertem ve Uçkan, 2011:16-17). Dünya, yeni sosyal hareketlerin sosyal medya üzerinden örgütlenmelerini ilk olarak 2010’da başlayan “Arap Baharı” ile fark etmiştir.

Özellikle Ortadoğu'daki büyük değişimle birlikte yaşanan süreçte yeni medya, devrimci bir medya gibi ileri sürülmektedir.

Arap Baharı'nda sosyal medyanın oynadığı role bakıldığında, medyanın her şeyin kısıtlandığı bir ortamda kritik bir görev üstlendiği görülmektedir. Her şeyden önce kitlelerin iletişimi için bir alan sağlamış ve marjinal tarafların eyleme geçebilmesine aracı olmuştur. Birbirinden bağımsız kitleleri harekete geçirmiş, eylemlerin yer ve zamanlarının kısa sürede öğrenilmesini sağlamıştır.

17 Eylül 2011'de New York'ta, ABD'nin finansal kalbi Wall Street'te, Kanadalı aktivist bir grup tarafından başlatılarak toplumsal bir eyleme dönüşen “Occupy Wall Street-Wall Street'i İşgal Et” hareketinin de Arap Baharı'ndan etkilenilerek başladığı söylenebilir. Sosyal eşitsizliği ve şirketlerin ABD yönetimi üzerindeki nüfuzunu protesto etmek amacını güden eylemler barışçıldır ve eylemcilerin çoğu eğitilmiş gençlerden oluşmaktadır.

Sosyal Medya Uygulamaları

İnternet günümüzde teknolojik bir kavram olmanın ötesinde, sosyal medya olarak nitelendirdiğimiz YouTube, Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım ağları aracılığıyla siyasi olaylara dahi yön verebilecek bir güç haline gelmiştir.

İnternet dünyasında iletişim aracı olarak en çok kullanılan ve rağbet gören sosyal ağ Facebook olarak karşımıza çıkmaktadır. 2004 yılında kurulan server kendisini, insanların arkadaşlarıyla, aile bireyleri ve iş arkadaşlarıyla iletişim kurmada en efektif sosyal araç olarak tanımlamaktadır.

Facebook ile birlikte Twitter da çok hızlı bir şekilde gelişmekte olan bir sosyal ağıdır. 2006 yılının Haziran ayından itibaren faaliyete başlayan Twitter ağı, 140 karaktere kadar kısa bilgilerin paylaşıldığı “tweet”lerden oluşan bir sosyal paylaşım sitesidir.

Önceki örneklerinden farklı olarak Facebook ve Twitter, kullanıcılarına mesajlaşma ve tanışma imkânı sağlayan web siteleri olmanın haricinde, organize olmayı, bilgi ve fikir paylaşmayı, inançlar, düşünceler etrafında gruplaşmayı sağlayan sosyalleşme platformları olmuştur.

Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal paylaşım ağları milyonlarca insanı toplayarak yeni bir kamusal alan sağlarken, muhalif seslerin de yükseldiği yeni alanlar yaratmışlardır. Bu, kimi zaman siyasi iktidara sesini duyurmak için, kimi zaman kendi örgütlenmesini sağlamak için olmaktadır.

Sosyal medya olarak tanımlanan dünya Twitter, Facebook ve YouTube'tan ibaret değildir. Facebook, Twitter ve YouTube dünya genelinde dijital aktivizmin en fazla kullandığı

sosyal medya platformları olsa da, fotoğraflar, videolar, bloglar, hatta google aramaları da sosyal medyanın bir parçası olarak nitelendirilebilir.

Sosyal ağlara ek olarak internet üzerinden, e-posta veya sosyal ağlar vasıtasıyla daha önceden belirlenen yer ve zamanda, amacı genelde eğlence olan bir eylemi gerçekleştirdikten sonra dağılmak esasına dayanan Flash mob eylemleri de bir tür sosyal medya uygulamasıdır. “Temelinde birbiriyle ilişkisi olmayan kalabalık grupların bir araya gelerek gerçekleştirdiği kimi eğlenceli eylemleri içeren bir etkinlik olan flash mobs, bireylerin kolektif bir davranışta bulunmaları temeline dayalıdır” (Kırık ve Özcan, 2014:67). Flash mob eylemleri genel olarak siyasi bir amaç içermez.

“Cep telefonları aracılığıyla hizmet sunan Kısa Mesaj Servisi (SMS), neredeyse hükümet düşürecek kadar güçlü bir ‘politik eylem teknolojisi’ olabilmektedir. Buna örnek olarak Filipinler Devlet Başkanı Joseph Estrada’nın iktidarına karşı, 2001’de SMS mesajlarıyla bir araya gelen bir milyondan fazla Manilalı gösterilebilir” (Kırık ve Özcan, 2014:68).

“2012’de Şili’de, devlet okullarında okuyan öğrenciler yüksek harç ücretleri ve yetersiz imkânlarla itiraz ederek YouTube’u, anlık mesajları ve sosyal ağları kullanarak organize olmuşlardır. Bu olay Penguén Devrim’i adıyla tarihe geçmiştir. 15-18 yaşında çocuklar sınıflarının kapılarını zincirleyerek, 700 bin yetişkini protesto eylemlerinde kendilerine katılmaya ikna etmiştir. Yaşananlar sonrası Eğitim Bakanı istifa etmek zorunda kalırken, Başbakan da öğrencilerin taleplerini kabul edeceğini açıklamıştır” (Somma, 2012, akt. Kırık ve Özcan, 2014:69).

Dünyanın en büyük dijital imza kampanyası platformu olarak kendini tanıtan change.org da bir diğer sosyal medya uygulaması olarak oldukça popülerdir. change.org’un diğer aktivist hareketlerden farkı, tamamen internet üzerinden örgütlenmek üzere kurulmasıdır. Bu platform üzerinden toplanan milyonlarca imza, topluma faydalar getirecek atılımlara zemin hazırlamaktadır.

“Yeni toplumsal hareketler üzerine yapılan değerlendirmelerde, bu hareketlerin geçici nitelikleri, sınıfsal ve ideolojik temellerinin olmaması, yaşam kalitesiyle ilgili özgül talepler üzerinde odaklanmaları yönleriyle temsili demokrasinin enstrümanı olarak işlev gören siyasi partilerle bağların reddine ilişkin bir çerçeve sunulmaktadır” (Demiroğlu, 2014:143).

Günümüzde sosyal ağlar temsili demokrasiden, katılımcı demokrasiye geçişte birincil role sahiptir ve her geçen gün yeni fikirler için yeni yollar açarak, bireylere kendilerini özgürce ifade etme imkânı sağlamaktadır.

Gezi Parkı Sürecinde Sosyal Medya

Az gelişmiş veya gelişmemiş ülkelerde yaşayan bireyler sosyal medya sayesinde gelişmiş ülkelerdeki refah ve demokrasi seviyesini öğrenme, dünyayla bütünleşme imkânı bulmuşlar, bu durum protestoları ve isyanları beraberinde getirmiştir. Arap Baharında olduğu gibi ülkemizde de Gezi Parkı Olayları, bireyin yalnızca izleyici rolünde kalmayıp aynı zamanda aktör olarak kamusal tartışmaya katılma imkânı bulduğu, birçok kişi ve grupla hızlı bir şekilde iletişim kurarak ortak bir tepkiyle aynı meydana toplanabildiği bir süreç olarak tarihe geçmiştir.

“Bir bütün olarak Gezi Direnişi, hareketin kıvılcımını ateşleyen parktaki ağaçların korunması amacını aşmış; daha çok, sürecin kendi içinde karşılaşılan saldırı ve engellemeler sonucu ortaya çıkan kısa vadeli hedeflerle yönlendirilmiştir” (Gök, 2014:80).

“Meydan hareketlerini karakterize eden en önemli özelliklerden birisi, hem eski hem de yeni toplumsal hareketlerin tersine, çok çeşitli toplumsal talepleri dile getirme ve böylelikle oldukça heterojen kitleleri harekete geçirme kabiliyetine sahip olmalarıdır” (Özen, 2015:11).

Gezi Parkı süreci, özellikle apolitik olarak nitelendirilen genç kuşağın kendini ifade etme ve kendini temsil etme imkânı bulması açısından önemli olmakla birlikte bu süreçte sosyal medya, toplumdaki azınlıkları mevcut sisteme başkaldırmaya ve ayaklanmaya teşvik ederek temel bir itici güç işlevi görmüştür.

“Gezi Parkı süreci ‘sosyal medya’ kavramının her eve girmesine ve her vatandaşımızın bu kavramı öğrenmesine vesile oldu. 27 Mayıs’ın ilk saatlerinde Gezi Parkı’nın Divan Oteline bakan duvarlarının yıkılması ve ağaçlarının sökülmeyle başlayan süreç, Taksim Dayanışma Platformu tarafından anında sosyal medyaya taşındı. Platform üyelerinin sosyal medyada attığı bu ilk taş, denize atılan bir taş gibi etrafında halkalar oluşturdu, o halkalar gittikçe büyüdü. Yaşanan dijital kaosu devlet iyi yönetemedi. Apolitik olduğu için eleştirilen gençlerin aslında apolitik olmadığı, dünyayı radyo ve televizyonlardan değil, mobil cihazlar üzerinden takip ettiği görüldü” (Banko ve Babaoğlu, 2013:13).

Sosyal medyanın siyasi otorite tarafından iyi yönetilmesi gerekliliğini de gözler önüne seren Gezi sürecinde, sosyal medyanın sağladığı dokümanlar sayesinde yaşanan olaylar tüm dünyaya servis edilmiş ve uluslararası medyada bu haber ve görseller paylaşılmıştır. Örneğin gezi parkı eylemlerinin simgesi haline gelen ‘Duran Adam’, dış basında geniş yer tutmuş, Duran Adam’ın sessiz protestosu, Türkiye’nin pasif direnişi olarak nitelendirilmiştir.

Bugün de durum farklı değildir, artık sosyal medya geleneksel medyanın da dikkatini çekerek sosyal medyanın verilerini kullanmaktadır. Gazeteciler, artık gündem toplantıları öncesinde Twitter’da nelerin konuşulduğuna göz atmaktadırlar. Sosyal medyada tartışılan mevzular, gazetelerin ve haber bültenlerinin de gündemine girmektedir.

Sonuç

Dünya, son çeyrek asırdır artan bir şekilde yeni iletişim araçları ve teknolojileri hakkında konuşmakta ve onlar üzerine araştırmalar geliştirmektedir. Özellikle sosyal medya, araştırılması ve üzerinde durulması gereken bir konu olarak dikkat çekmektedir. Şüphesiz 21. Yüzyıl, yeni sosyal hareketlerin yoğun olarak görüleceği bir çağ olacaktır ve sosyal medya ile yeni sosyal hareketler üzerine birçok teorik ve uygulamaya dayalı çalışmalar gerçekleştirilecektir.

Teknolojinin, sürekli artarak günlük yaşamın içerisinde daha görünür hale gelmesiyle yeni bir kültür yaratılmış, bu durum toplum içerisinde daha fazla bireyin etkileşimini gerekli kılmıştır. Son zamanlarda, internetin toplumsal hareketler tarafından kullanımıyla ilgili iki farklı yaklaşım ön plana çıkmaktadır. İnternet ekseninde gelişim gösteren yeni iletişim teknolojilerinin ekonomik, sosyal ve kültürel dünyada devrim niteliğinde değişimlere sebep olduğunu öne süren yaklaşımın karşısında; internetin, neo-liberal politikaların yeni bir sömürü aracı olduğunu, iktidar odakları tarafından kontrol amaçlı kullanıldığını ileri süren yaklaşım dikkat çekmektedir.

Bu iki yaklaşımın da kabul ettiği nokta; sosyal medyanın sahip olduğu gücün, konu sınırlaması olmaksızın herhangi bir konuda dile getirilen bir tepkinin, birçok kişiye ve kitleye ulaşılarak ortak bir tepkiye dönüşmesi açısından önemli olduğudur.

“Yeni toplumsal hareketler siyasal eylemlerle devletin gücünü elde etmeye çalışmak yerine hâkim kültürel kodlar karşısında yeni yaşam tarzları, yeni bir dil ve gerçeğin yeni tanımlarını, kısacası mevcut sistemin empoze ettiği anlamlardan farklı anlamlar üretir ve farklılıklarıyla mevcut sisteme dâhil olmaya çalışırlar”
(Melucci, 1985, akt. Özen, 2015: 15).

Günümüzün alternatif medyası sosyal medyanın hızlı bir biçimde aynı meydanlarda toplanılmasına imkân sunabilme özelliği de bireyler ve gruplar tarafından güçlü bir örgütlenme aracı olarak kullanılmaya devam edileceğinin açık bir göstergesidir.

KAYNAKÇA

- Banko, M., Babaoğlu, A.R. (2013). *Gezi Parkı Sürecine Dijital Vatandaşın Etkisi* (e-kitap). Erişim: <http://www.geziparkikitabi.com/ekitap/GeziParkiKitabi.pdf>
- Çaycı, B., Karagülle, A. (2014). “Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler”. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, Cilt 9, Sayı 36 (6261 – 6380).
- Çoban, B. (2009). “Toplumsal Hareketler ve Radikal Medya” Erişim:http://www.academia.edu/920736/Toplumsal_Hareketler_ve_Radikal_Medya
- Demiroğlu, E. (2014). “Yeni Toplumsal Hareketler: Bir Literatür Taraması”. *Siyasal Bilimler Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1. (133-144).
- Ertem, C., Uçkan, Ö. (2011). “Wikileaks Yeni Dünya Düzenine Hoş Geldiniz”. *Etkileşim Yayınları*, İstanbul.
- Hürriyet Gündem “Duran Adam dış basında” <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/duran-adam-dis-basinda-23545761> Erişim Tarihi: 20.06.2013
- Kırık, A. , Özcan A. (2014). “Bir Dijital Aktivism Örneği Olarak Akıllı Ağ Çeteleri (SmartMobs)”. *Online Academic Journal of Information Technology*, Cilt 5, Sayı 14 (62-78).
- Melucci A (1985). “The Symbolic Challenge of Contemporary Movements. *Social Research*”. 52(4), (789-816)
- Özen, H. (2015). “Meydan Hareketleri ve ‘Eski’ ve ‘Yeni’ Toplumsal Hareketler”. *Mülkiye Dergisi*, Cilt 2, Sayı 39 (11-40).
- Somma, N. M. (2012). *The Chilean student movement of 2011-2012: Challenging the marketization of education. Interface: a journal for and about social movements*.
- Ünlü Gök, S. (2014). “Politikayı Deneyimleyen Bir Toplumsal Hareket Olarak Gezi Direnişi”. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1(75-92).
- Türkoğlu, T. (2010). *Dijital Kültür*, Beyaz Yayınları, İstanbul.

WOLFGANG WEINGART'IN TİPOGRAFI ANLAYIŞINDA YAPIBOZUMCULUK

*Nilüfer ÖZEL**

Yapıbozumcu tasarım anlayışının önde gelen isimlerinden Wolfgang Weingart, tipografinin tasarımcıya sunduğu olanakları sonuna kadar kullanmıştır. Geleneksel İsviçre Tipografisi'ndeki izleyiciye doğrudan ulaşan anlatım biçiminin aksine, daha subjektif ve sezgiye dayalı bir sistem geliştirmiştir. Etkili deneysel çalışmaları ile İsviçre Tipografisi'nin geleneksel kurallarını tam anlamıyla yıkan önemli bir isim olmuştur. Karmaşık imajları üst üste monte etmek, imgelerle dokuları birlikte kullanmak, resimsel imgelerle tipografiyi birleştirmek ve film pozitifleri olarak fotoğraflanan harf ve imajların çok katmanlı tasarıma monte edilmesi Weingart'ın çalışmalarında önemli öğeleri oluşturmuştur. Tasarımlarında yaratıcılığı ve özgürlüğü yakalayıp, tekdüzeliği ve sıradanlığı yenerek kışkırtıcı oyunlar yaratan Weingart, eğlenceli bir oyuna dönüşen tasarımları ile etkileşimli bir iletişim sağlamıştır. Araştırma kapsamında, Wolfgang Weingart'ın tipografi anlayışı irdelenecek ve elde edilen bilgiler ışığında yapıbozumcu anlayışın temelleri açığa çıkarılacaktır. Aynı zamanda Yapıbozumcu anlayışın temelleri açıklanırken, bu anlayışın içinde bulunduğu Postmodern dönemin özelliklerine de değinilecektir.

* Adnan Menderes Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarım Bölümü, Araştırma Görevlisi

Anahtar Kelimeler: Wolfgang Weingart, Tipografi, Yapıbozumculuk, Postmodernizm, İsviçre Tipografisi

DECONSTRUCTION IN THE UNDERSTANDING OF WOLFGANG WEINGART'S TYPOGRAPHY

Wolfgang Weingart, one of the leading names in the design philosophy of design, has used the possibilities of typography as a designer for the last time. The viewer in traditional Swiss Typography has developed a more subjective and intuition-based system, in contrast to the narrative form that arrives directly. It was an important name that thoroughly destroyed the traditional rules of Swiss Typography with its effective experimental works. Mounting complex images superimposed, imaginatively using textures together, combining pictorial imagery with typography, and mounting multi-layered designs of letters and images photographed as film positives have been important items in Weingart's work. By capturing creativity and freedom in its designs, and creating provocative games by defeating uniformity and mundane, Weingart has created an interactive communication with designs that turn into a fun game. Within the scope of the research, Wolfgang Weingart's typography understanding will be examined and the information obtained will be illuminated based on the understanding of the obsolete concept. At the same time, while explaining the foundations of the Woodcutter's understanding, the features of the postmodern era in which this understanding is based will also be mentioned.

Keywords: Wolfgang Weingart, Typography, Deconstruction, Postmodernism, Swiss Typography

1. Wolfgang Weingart'ın Tasarım Yaklaşımı

Araştırma kapsamında Wolfgang Weingart'ın tipografi anlayışında Yapıbozumcu yaklaşımını açıklamadan önce, Weingart'ın tasarım anlayışından bahsetmek konunun açıklığa kavuşması açısından önem taşımaktadır. Wolfgang Weingart, doksanlı yılların eşiğinde “tipografik anarşi” kıvılcımını ateşleyen, tipografinin tasarımcıya sunduğu imkanları sonuna kadar kullanarak anlamını herşeye rağmen kaybetmeyeceğini ve ona hakim olunabileceğini gösteren günümüzün önde gelen tasarımcılarından (Tam, 2003:1). Almanya'daki İkinci Dünya Savaşının ortasında doğan tasarımcı, klasik İsviçre Tasarımının kalıplarını çiğneyerek, deneysel etkileyici çalışmaları ile 90'lı yılların önde gelen isimlerinden olmuştur.

Hayatının erken yıllarını bireysel ve mesleki gelişiminin belirleyici dönemi olarak tanımlayan Weingart, daha okul yıllarının başında sonraki yıllarda uygulayacağı tasarım yaklaşımının sinyallerini vermiştir. İlkokul döneminde parlak bir öğrencilik dönemi geçirmemiş, okul sonrası sevdiği eşyalarını yeniden şekillendirme projeleri onu daha çok heyecanlandırmıştır. Kendi söylemiyle o dönem “*zihin gücünün el işçiliği ile dile getirilip işlenebileceğini*” keşfetmiştir (Weingart, 2000:33). Yeniden şekillendirme projelerini oluştururken tesadüf eseri estetik bir algı yakalamış ve ilk kez soyutlama merakını keşfetmiştir.

İlerleyen yıllarda ortaya koyacağı tasarım yaklaşımını daha erken yaşta gösteren tasarımcının Ruwe Printing'deki çıraklık döneminin onun tasarım alanındaki deneysel yaklaşımını güçlendirdiği gözlenmiştir. Merz Akademisi Uygulamalı Sanat ve Tasarım alanında iki yıllık eğitim aldıktan sonra Ruwe Printing'de çıraklık dönemi geçirmiş, boşluklu tipografi düzenlemeleri, mekanik işlemin okuyucular tarafından görülemeyen izleri, soyut işaretler ona göre gizemli bir yeraltı dünyası ortaya çıkarmıştır (Weingart, 2000:57). Tasarımcı bu dünyayı merak etmiş, keşfetmek için deneysel çalışmalara yoğunlaşmıştır.

Çıraklık döneminden sonra eğitimini derinleştirmek isteyen Weingart, İsviçre Tipografisi'nin merkezi olan Basel Tasarım Okulunda eğitim almış ve sonrasında Armin Hoffman'ın teklifi ile Basel'de eğitim vermeye başlamıştır. Tasarımcı, o dönem uluslararası tasarım alanının etkisi hala güçlü olduğunu fakat kendisine çıkmaz gibi geldiğini dile getirmiştir. İsviçre Tipografisinin katı kurallarına karşı çıkmış, tipografinin böylesine rasyonel bir biçimine yeni hayat vermenin zamanının geldiğini savunmuştur.

İsviçre Tipografisindeki tasarım anlayışında Weingart'ın karşı durduğu tavır nedir? İsviçre Tasarımı, nesnel açıklığa dayalı yaklaşımlarıyla küresel çapta taraftar kitlesini çevresinde toplamış, İkinci dünya Savaşından kısa bir süre sonra Almanya'daki Bauhaus öğretileri üzerine kurulmuştur. 1970'li yıllara kadar neredeyse tüm dünyada ortak bir tasarım dili haline gelmiştir. İsviçre Tasarım anlayışında metnin kolay deşifre edilebilmesi

gerekmektedir. Bu gerekliliği sağlamakta, metnin daha kolay okunabilmesi açısından harflerin düzenli yerleşimi ile mümkündür. Sayfa düzeni içerisinde beyaz alanın kullanımı en az sayfanın kullanılan alanı kadar önem kazanmış ve okumada zorluk yaratan öğeler tasarımdan çıkarılmıştır. Bununla beraber, sağlam bir layout tasarımı oluşturabilmek adına matematiksel grid sistemi kullanılmıştır. Anlaşılabilirliği arttırabilmek için yine resimsel öğelerin yerini fotoğraf almış ve beyaz fotoğraf, düzenli ve geometrik taslak alanı içinde çeşitlilik ve tezatlık yaratmak için kullanılmıştır. Sans serif yazı karakteri (helvetica) tasarımda sağdan ve soldan bloklanmış bir biçimde yerini alırken, tasarımcının bu anlayıştaki en önemli görevi, iletişimin okuyucuya kolaylıkla ulaşmasını sağlamak olmuştur (Bektaş, 1992:122-123).

1970'lere ve 80'lere gelindiğinde bu yaklaşım, dünyanın değişimlerine paralel olarak katı yapısından dolayı çok eleştiri almış ve etkinliğini kaybetmeye başlamıştır. Tam bu noktada Basel'de eğitimci olarak çalışan Wolfgang Weingart deneysel çalışmalarıyla, İsviçre Tipografisi'nin kalıplarını Yapıbozumcu tasarımlarıyla kırarak o zamana kadar var olan görüntüsünü değiştirmiştir. Basel Okulunda etkin olan İsviçre Tipografisinin elliden altmışlı yılların sonuna kadar önemli uluslararası rol oynadığından vurgulamış ancak gelişimin durgunluğa düştüğünden ve bu sebeple kısır ve anonim hale geldiğini savunmuş, tipografi öğretimine yeni bir hayat vermeyi amaçlamıştır (Weingart, 2000: 268).

Geleneksel İsviçre tipografisi ağırlıklı olarak söz dizimi işlevine odaklanmışken, Weingart tipografik grafik niteliklerinin ne kadar ileri götürülebileceği ve hala anlamını sürdürme konusuyla ilgilenmiştir (Tam, 2003:1). İsviçre Tipografisi'nin katı, değişmez kurallarına, deneysel ve kışkırtıcı yaklaşımlar sergilemiştir. Akagül'e (2008:2) göre; Weingart'ın Yapıbozumcu tasarımları İsviçre Tipografisi'nin değişimini ve gelişimini yansıtmakta bir başka anlamıyla onun son evresini oluşturmaktadır (Akgül, 2008: 82).

2. Wolfgang Weingart'ın Yapıbozumcu Yaklaşımı

Wolfgang Weingart, tipografinin tasarımcıya sunduğu imkanları sonuna kadar kullanarak, anlamını herşeye rağmen kaybetmeyeceğini ve ona hakim olunabileceğini göstermekle ilgilenmiştir. Geleneksel İsviçre Tipografisi'ndeki izleyiciye doğrudan ulaşan anlatımın aksine, daha subjektif ve sezgiye dayalı bir sistem getirmiştir. Tasarımlarında klasik yaklaşımlardan ziyade tüm olasılıkları zorlamış, İsviçre Tipografisi'ndeki düzen ve temizlik ilkesini baz almayarak, aynı kelime içerisinde harf ağırlıklarını değiştirerek ve imgeler içerisinde harfi yeniden yapılandırarak tüm olasılıkları sorgulamış, yapıbozumcu yaklaşım benimsemiştir.

Weingart'ın tipografi anlayışında benimsediği yapıbozumcu yaklaşım nedir ve çalışmaları neden yapıbozumcu olarak değerlendirilmelidir. Bunu açıklayabilmek için öncesinde yapıbozumculuğun ne olduğunu ve tasarım alanında nasıl değerlendirildiğini aktarmak doğru olacaktır.

Yapıbozumculuk terimi Fransız filozof Jacques Derrida'nın 1967'de yayınlanan "On Grammatology" isimli kitabı ile gündeme gelmiş ve devam eden süreçte Derrida'nın ortaya attığı fikirler, insanlık bilimi dersleri işleyen üniversitelerde büyük bir etki yaratmıştır (Norris, 2002: 26). Tasarım alanında 1980'lerin ortasında ilk olarak bir tasarım dergisinde bu terimin ortaya çıkması üzerine sözcük, belirsiz fütüristik tonlamalarla kesilmiş, katmanlı ve parçalanmış formları içeren mimari, grafik tasarım, ürün ve moda alanına hizmet etmiştir. Derrida, her ne kadar bu sorgulama yöntemini, grafik tasarımın bir yöntemi olarak ortaya koymuş olmasa da kitabında, yazıyı farklı bir betimleme şekli olarak ele alış, tasarımın ve tipografi materyal süreci olarak bununla alakalı konulara dokunuşuyla kitabı muhtemelen grafik tasarımcılar için Derrida'nın yegane ve en belirgin metni haline getirmiştir (Lupton ve Miller, 2004).

Yapıbozum bir stil ya da "tutum" değil, daha ziyade teknolojileri, biçimsel araçları, toplumsal kurumları ve temsili metaforları kurma ve geliştirme biçimini sorgulamadır (Lupton ve Miller, 2004). Byrbe ve Witte'ye göre ise (2001:247)

"Yapıbozum, bir şeyi, bir düşünceyi, bir görüşü, bir sözü, bir değeri, parçalara ayırma anlamına gelir. Bu eylem neticesinde ortaya çıkan parçaların bu şeyin "muhabir" leri ya da bu kavram üzerine varsayımlar ve deliller haline getirilip deşifre edilmesi amaçlanır. Bunun amacı, devrimsel olduğu kadar eleştirel düşünceyle de ilgilidir, gerçek anlamlarından çok, onları bir arada tutan doku içinde oynadıkları rolün önemini göstermek amacıyla fikir tartışmalarını harekete geçirmektedir"

Modernist tasarım anlayışı, problemin çözümünde sonuca direkt giden basit akılcı ve sistematik bir yapı arayışı içine girerken, Yapıbozumcu anlayışın içinde bulunduğu dönem olan Postmodern tasarım anlayışı tamamıyla sezgisel ve rastlantısal olanın gücünün daha etkin olduğu görülmüştür. Kışkırtmak ve kışkırtılmak, Postmodernist yapının insanı için önemli bir kavramdır. Aslında geçirilen sosyo ekonomik şartlar düşünülürse tasarımcının bireyselliğe yönelmiş olması normaldir. Postmodernist yapı bireyi daha özgür ve bireysel kılmaktadır. Postmodernizm, tasarımcının "deneysellik" anlayışını kullanabilmeleri için pek çok olanak sağlamıştır. Bir düşüncenin Yapıbozumda olduğu üzere farklı okuma katmanları vardır ve bu okuma katmanlarının hepsine hakim olmak zorunda kalan tasarımcı bir anlamda Postmodern dönemdeki "deneysel tasarımlarla" özgür olmaya çalışmıştır. Yapıbozumcu tasarım anlayışı

yeni bir bakış açısı ortaya koyan eğilimiyle, Modernist profesyonel grafik tasarım Postmodernist süreçle bağlantılı olarak kasıtlı bir sorguya maruz kalmış, geleneklerden bir kopuş yaşayarak, radikal bir tutum sergilemiştir (Poyner, 2003: 45).

Gerçek ile görünen arasındaki farkı, eleştirel bir eylem ve sorgulamacı bir tutumla ortadan kaldırmaya çalışan Yapıbozumculuk tasarımda, tipografiyi etken olarak kullanarak yeni bir tasarım çözümlenmesini önermektedir. Anlatılmak istenen düşüncenin anlamın metinlerle ilgili olması gerektiğini savunmaktadır. Bu yapısı Modern tasarım anlayışındaki var olan anlamların altında yatan bastırılmış gerçeklerin bulunma çabasından kaynaklanmaktadır. Bu durum, onu Postmodern tasarım kategorisinde değerlendirilmesinin bir dayanağı olmuştur. Tasarım alanında kullanım yaklaşımı biçimlerin ve formların yeniden ele alınışından ibaret olmayıp, aynı zamanda eleştirel bir tavırla sorgulanması gerektiğidir. Bu bağlamda Yapıbozumcu tasarımın gerçeği güçlü formların gerçek anlamlarına ulaşmaktan ziyade, onu bir arada tutan ve bağlayan yeni görsel yapılanmadan üstlendikleri görevi açığa çıkarmak amacı ile fikir tartışmaları yaratmaktır (Poyner, 2003: 79).

Poyner'in (2003:46) belirttiği gibi "*Yapıbozumculuğun amacı bu sınırları yok etmek değil, yapılarını değiştirmek ve yeniden yazmaktır*". Bu bağlamda Modernizmin getirmiş olduğu grid sistemini yıkması, dikey ve yatay düzeni reddetmesi, tasarım teorisini yıkmaya çalışması, Yapıbozumcu grafik tasarımların ortak özellikleri arasındadır. Böylelikle geleneksel tipografiyi yıkmaya çabasını da okunaklılığı azaltarak gerçekleştirmeye çalışmaktadır (Hong&Hwang, 2006: 3).

Wolfgang Weingart'ta tam olarak bu yaklaşım içerisinde bulunmuştur. Basel Tasarım Okuluna eğitim almaya başladığından beri Swiss Tipografinin nasıl değişeceği veya değiştirilebileceği kafasını kurcalayan tek düşünce olmuş, uluslararası tasarım alanının etkisi hala güçlü olduğunu düşünmüş, fakat kendisine çıkmaz gibi gelmiştir. Tipografinin böylesine rasyonel bir biçimine yeni hayat vermek için zamanın geldiğini, ancak hangi bağlamda olması gerektiğine kafa yormuştur (Weingart, 2000: 100). Bu bağlamda kurulu tipografi uygulamasını sorgulamak, kuralları değiştirmek ve potansiyelini yeniden değerlendirmeyi planlamış, bu hantallaşmış mesleği kıskırtmak ve tasarımcı yeteneklerini kırılma noktasına kadar gerginleştirmek ve sonunda da bir kez daha bir yazı olduğunu ispatlamak için çalışmıştır (Weingart, 2000: 112). Hoffman'ın da belirttiği gibi Weingart, tasarım anlayışı ve öğretileriyle Basel Tipografi geleneğini yeni bir çağa taşımıştır (Weingart, 2000: 138). Grafik tasarım alanında Yapıbozumculuk da alışıldık bütün normları ve kesinlikleri reddederek işe başlamaktadır. Bu anlamda tasarım anlayışı, tam da Weingart'ın uyguladığı yaklaşım olan yaratıcılığı ve özgürlüğü yakalayıp, tek düzelikli ve sınırlılığı yenmek, tasarımda kıskırtıcı bir

oyun yaratmaktır.

Yapıbozumcu tasarım anlayışında tasarımcılar çalışmalarında farklılığı yakalayıp sınırları zorlayabilmek adına çeşitli çözüm yolları aramışlar ve yeni görsel düzenlemeler ortaya koymuşlardır. Weingart'ta böyle bir tasarım felsefesi ile 1970'lerde ofset baskı yöntemini ve film sistemlerini araştırmaya başlamış, çalışmaları, zengin ve karmaşık dokular, harf ve imgelerden oluşan motifleri yaratmak için istiflenen film pozitiflerinin yeni bir tekniğine olanak sağlamıştır. Weingart, saf tipografik tasarımdan uzaklaşarak; görsel iletişim için bir araç olarak kolaj tekniğini benimsemiştir (Meggs&Purvis, 2012: 465-466) (Resim 1-2).



Resim 1: Wolfgang Weingart, Idea Kapak Tasarımı, 1979.

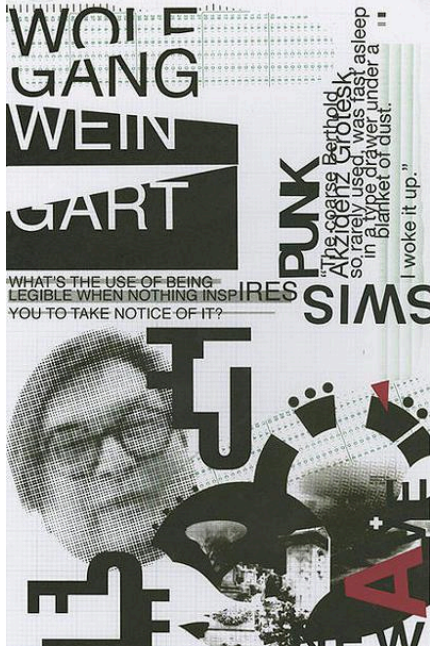


Resim 2: Wolfgang Weingart, 18. Internationale Lehrmittelmesse, 1981.

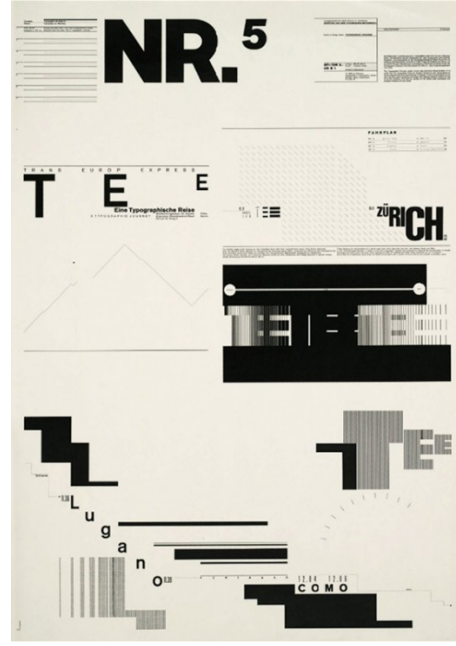
Weingart'ın kolaj çalışmalarındaki yaklaşımı, Yapıbozumcu tasarım anlayışında görülen genel özelliktir; birlik, uyum ve dengenin yerini, birbiri ile uyumsuz formların alması bir yandan da bu formların birbirleri ile yarattıkları kışkırtıcı gerilim, farklı katmanların birbiri üzerinde yer alması ile yaratılan çok katmanlılıktır (Rahşan, 2008: 105). Buradaki yaklaşımda tasarımda, her tabaka, dilin ve formun kullanımı süresince, dilin karmaşık gizliliklerinde izleyicinin keşfedip deneyimleyebildiği eğlenceli bir oyun yaratılmaktadır.

Yapıbozum süreci içerisinde, görsel bir öğe olarak metnin görevini çoğaltmaya ve Modernizm'in grid sistemindeki işlevini kırmayı amaçlamıştır (Strom, 2003:13). Weingart, Resim 3 ve 4'deki örneklerde görüldüğü gibi tipografik tasarımlarında aynı yaklaşım içerisinde geleneksel uyumu yıkarak; tarz, büyüklük, ağırlık, tipografik elementlerin sayfa üzerindeki yerinden başlangıç harflerine, metne ve başlıkların parçalanmaya başlaması ile görsel kodlama

yaratmıştır. Eğlenceli bir oyuna dönüşen bu yapı aynı zamanda etkileşimli bir iletişim sağlar ve karşılıklı konuşma gibi tasarımdaki anlam, onu yorumlayan okuyucunun katılımıyla yapılır (Poyner, 2003: 79).



Resim 3: Wolfgang Weingart, Composition / Grids, 1970.

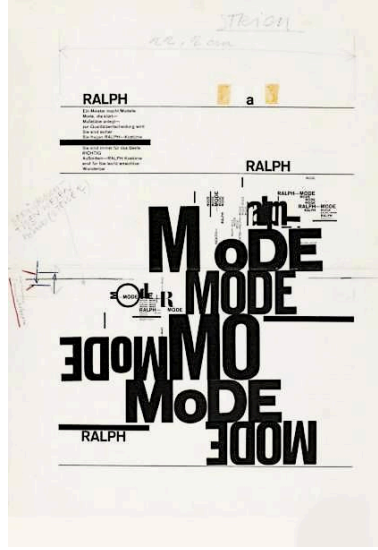


Resim 4: Wolfgang Weingart, Typographic NR.5 kapak tasarımı, 1974.

Weingart, sözdizimsel yapıyı bozarak, harflerin çizgilerin ve kelimelerin uzamsal aralıklarının keşfinden yararlanarak Yapıbozumcu nitelikte tasarımlara imza atmıştır.

Tasarımcı, boşluklu tipografinin elemanlarını, mekanik işlemin okuyucular tarafından görülemeyen izlerini, soyut işaretler ve işaretlerin gizemli bir yeraltı dünyasını ortaya çıkarmıştır. Bu doğrultuda deneysel tipografik çalışmalar oluşturmuştur. Tasarım çalışmalarına başladığı günden bu yana benimsediği deneysel yaklaşımını teknolojik ilerlemeler ile genişletebileceğini keşfetmiş ve yeni alanlar aramıştır. Bu yeni alanları tipografik düzenlemelerini oluştururken kullanmıştır. Karanlık odada ve ışıklı masada çalışırken, çoklu film ekranları katmanlama efekti ile oynamış ve kendi deyimiyle yeni bir işlemin içsel estetiğini keşfetmiştir. Ekranların üst üste binmesi, sayısız nokta yapısının sadece birkaçını belirtmek için farklı açılı hareket şekilleri tonlamalar yaratmıştır. Yapıbozumcu tasarım anlayışı da Weingart'ın tasarım yaklaşımında olduğu gibi geleneksel tipografik uyumunu yok etmeye çalışılır. Yani formu parçalarken bir anlamda amacı, uyumlu birimler, dengeli ve kışkırtıcı aynı zamanda eğlenceli nitelikler kazandırmaktır. Bu durum tasarımcıyı problem çözme adına akla gelmeyen deneylere yönlendirmektedir. Bu deneysellik, anlamlı bir biçimde katmanlar yaratarak, içerik ve dil üzerine gelenekselden uzaklaşan bir okutma biçimini hedefletmektedir.

Weingart bu deneysel yaklaşımlarıyla sınırları zorlamaya devam etmiş ve alışılmadık harf aralıklarıyla deneme yapmanın yanı sıra, Resim 5'deki çalışmasında görüldüğü gibi aynı kelimenin tekrar tekrar aynı sayfada kullanılmasında etkisini merak ettiğini belirtmiştir. Bulduğu her malzeme onu yeni keşiflere sürüklemiştir. Örneğin, yüksek lisans programlarının ilk öğrencilerinden Philip Burton, bir saç kurutma makinesi ile bir linolyumun ısınmasının daha yumuşak hale getirdiğini ve daha kolay kesilmesini keşfetmiştir. Bunun üzerine yazı karakteri baskısı için uyarlanabilir, linolyumdan kendi baskı plakalarını üretmişler ve baskılar yapmışlardır (Weingart, 2000:106).



Resim 5: Wolfgang Weingart çalışması.

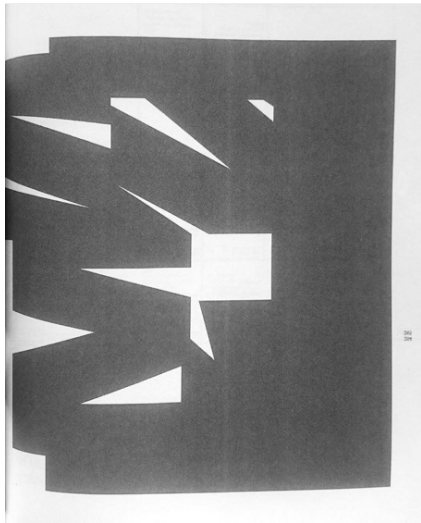
Weingart bu tasarım yaklaşımını ilk uyguladığı döneme ilişkin şunları dile getirmiştir

“Tipografi de saygın kurallara meydan okumak için bir müfredat inşa etmeyi ve okulumuzun geleneklerine ve felsefesine hala saygı duymayı amaçladım - her ne kadar benim için bile olsa, bu kavramın çeliştiği söylenebilir. Eminim bildiklerim, meslektaşlarımdan farklı bir yöne gidişimi geliştirmek için başka seçeneğim kalmadığıydı. Kursumun başlangıcında, tipografi konusuyla ilgilenen birçok öğretmen ve okul içerisindeki birkaç öğrenci, aşırı bakış açımın kabul edilmesini zor buldu. Okulun dışında, belli bir tasarımcı çevresi düpedüz sinirlendi. Konularını desteklemek için bu tipografinin okunamayacağını ve dolayısıyla hiçbir değeri olmadığını iddia ettiler. Hiçbir müşteri aklı başında herhangi bir pratik uygulama için böyle gülünç tipografi kabul etmez diye yorumladılar” (Weingart, 2000:112).

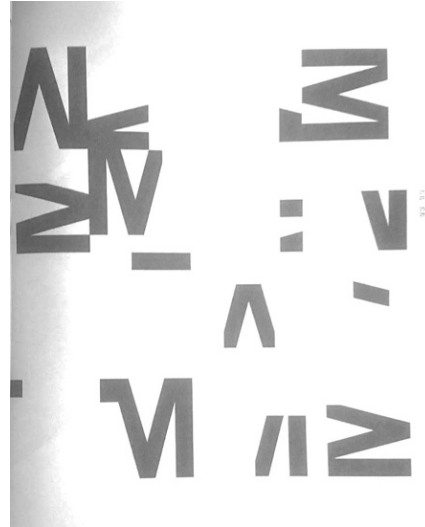
Weingart, yazı karakterinin potansiyelinin tükendiğini farkettiğinde, mevcut yazı biçimlerini çarpıtarak, bükerek yeniden oluşturmaya başlamıştır. Karanlık odada, fotomekanik işlemlerle kelimeler ve çizgiler yapmış, sözcükleri ve çizgileri tamamen okunmaz hale getirmiştir. Kelimelerin veya satırların bu sonsuz, farklı ağırlık varyasyonları ile büyütük veya

üst üste yapıştirarak kompozisyonlar oluşturmuştur. Bu yaklaşımla, biçimsel ifadenin araştırılmasına yönelik devrede, tasarımcı artık mesajın üretilmesinde yorumcu, ortak bir katılımcı konumuna gelmiş, başka bir deyişle hedef mesajdan vericiye kaymıştır. Bu bağlamda Yapıbozumcu yaklaşım ile tasarım okuyucusunu, anlamı inşa etmeye yönelten, yeni düşünceler üreten ve önyargıları yıkan kışkırtıcı bir olgu haline getirmiştir. Bu tavır biçim kadar içeriğe de önem veren bir yapıya sahiptir (Lupton, 1997: 115). Bu anlamda yazmanın kalıplaşmış kurallarını dönüştürdüğünde ve açığa çıkardığında Yapıbozumcu olarak isimlendirilmektedir.

Weingart, çalışmalarında kolaj teniğini kullanmasının yanında, genellikle Yapıbozumcu tasarımın öngördüğü gibi tipografiyi, altını çizerek ve parçalara ayırarak karmaşık bir yapıda mesajın okunurluğunu azaltılmış bir biçimde kullanmaktadır. En iyi fikirlerinin bir malzemenin mekaniğinden ilham alarak yarattığının farkına varmış, kendi yorumuyla nadiren kalıplaşmış fikirleri uygulamaya çalışmıştır (Weingart, 2000: 171). Bunun yerine, genellikle hayal edilemeyecek bulgulara yol açan fikirlere yönelmiştir. Bu yaklaşımının sonucunda oluşan süprizlerin eğlendirici olduğunu belirtmiştir (Weingart, 2000: 171). Deneysel yaklaşımıyla oluşturduğu Yuvarlak Kompozisyon çalışmalarına, 1962 yılı sonunda başlamış ve aylarca devam etmiştir. Yaklaşık otuz yıl sonra, 1990 ilkbaharında Darmstadt'daki Institut für Neue Technische Form'da bir sergide bu projesini sergilemiştir. Yeni seriyi oluştururken deneysel yollar izlemiş, yazı karakterleri ve metal öğelerin basılı renk varyasyonlarını letterpress baskı ile yeniden oluşturmuştur. Bu çalışmalarını *“Bir bulmacanın üzerinde çalışmaya benzer şekilde, parçaları birbirinin altına, üst üste, yan yana, dokunan veya örtüşen görsel ilişkiler aradım.”* şeklinde açıklamıştır (Weingart, 2000: 234).



Resim 6: Wolfgang Weingart, M harfi projesi.



Resim 7: Wolfgang Weingart, M harfi projesi.

SONUÇ

İsviçre Tipografisi, 1970'lere ve 80'lere gelindiğinde dünyanın değişimlerine paralel olarak katı yapısından dolayı eleştiri almış ve etkinliğini kaybetmeye başlamıştır. Tam bu noktada Basel'de eğitimci olarak çalışan Wolfgang Weingart deneysel çalışmalarıyla, İsviçre Tipografisi'nin kalıplarını Yapıbozumcu tasarımlarıyla kırarak o zamana kadar var olan görüntüsünü değiştirmiştir.

Weingart, daha okul yıllarının başında sonraki yıllarda uygulayacağı tasarım yaklaşımının sinyallerini vermiştir. Tasarımlarında yaratıcılığı ve özgürlüğü yakalayıp, tekdüzeliği ve sıradanlığı yenerek kışkırtıcı oyunlar yaratmış, bu yaklaşımı ile Yapıbozumcu anlayışı tasarımların da uygulamıştır. İsviçre tipografi uygulamasını sorgulamayı, kurallarını değiştirmeyi ve potansiyelini yeniden değerlendirmeyi planlamış, bu hantallaşmış mesleği kışkırtmak ve tasarımcı yeteneklerini kırılma noktasına kadar gerginleştirmek ve sonunda da bir kez daha bir yazı olduğunu ispatlamak için çalışmıştır. Böylelikle Yapıbozumcu anlayışın savunduğu gibi yapıları değiştirerek, yeniden yazmıştır. Aynı zamanda sınırları zorlayabilmek adına çeşitli çözüm yolları aramış ve yeni görsel düzenlemeler ortaya koymuştur. Bu bağlamda tasarımlarında subjektif ve sezgiye dayalı bir sistem getirmiş, tüm olasılıkları zorlamıştır.

Tasarımcının çalışmalarında yoğun olarak kullandığı kolaj tekniği ile Yapıbozumcu tasarım anlayışında görülen genel bir özelliği uygulamıştır. Birlik, uyum ve dengenin yerini, birbiri ile uyumsuz formlar almış, bir yandan da bu formların birbirleri ile yarattıkları kışkırtıcı gerilim ve farklı katmanların birbiri üzerinde yer alması ile çok katmanlılık yaratmıştır. Böylelikle her tabaka da dilin ve formun kullanımı süresince, dilin karmaşık gizliliklerinde izleyicinin keşfedip deneyimleyebildiği eğlenceli bir oyun yaratmıştır.

Görsel bir öge olarak metnin görevini çoğaltmayı amaçlayan Yapıbozum yaklaşımını tasarımlarında kullanan Weingart, tipografik tasarımdaki geleneksel uyumu yıkarak; tarz, büyüklük, ağırlık tipografik elementlerin sayfa üzerindeki yerinden başlangıç harflerine, metne ve başlıkların parçalanmaya başlaması ile görsel kodlama yaratmıştır. Eğlenceli bir oyuna dönüşen bu yapı aynı zamanda etkileşimli bir iletişim sağlamak ve karşılıklı konuşma gibi tasarımdaki anlam, onu yorumlayan okuyucunun katılımıyla yapılanmaktadır. Weingart'ın tasarımlarındaki bu yaklaşımı Yapıbozumcu anlayışın savunduğu önemli özelliklerden biridir. Yani formu parçalarken bir anlamda amaç, uyumlu birimler, dengeli ve kışkırtıcı aynı zamanda eğlenceli nitelikler kazandırmaktır. Bu durum tasarımcıyı problem çözme adına akla gelmeyen deneylere yönlendirmektedir. Bu deneysellik, anlamlı bir biçimde katmanlar yaratarak, içerik ve dil üzerine gelenekselden uzaklaşan bir okutma biçimini hedefletmektedir. Bu yaklaşımla, biçimsel ifadenin araştırılmasına yönelik devrede, tasarımcı artık mesajın üretilmesinde

yorumcu, ortak bir katılımcı konumuna gelmiş, başka bir deyişle hedef mesajdan vericiye kaymıştır. Bu bağlamda Yapıbozumcu yaklaşım ile tasarım okuyucusunu, anlamı inşa etmeye yönelten, yeni düşünceler üreten ve önyargıları yıkan kışkırtıcı bir olgu haline getirmiştir. Bu tavır biçim kadar içeriğe de önem veren bir yapıya sahiptir.

Weingart'ın çalışmalarında da görüldüğü gibi Yapıbozumcu tasarım anlayışı, tasarımın sadece uygulama temelli olmadığını ve teori ile desteklenmiş bir tasarımın daha radikal ve yaratıcı uygulamaları gerçekleştirebileceğini göstermiştir. Aslında Weingart ve onun gibi yapıbozumcu yaklaşımda çalışmalar üreten tasarımcılar, Yapıbozumun felsefesini ilerletmeye yönelik açılımlar sunmuştur. Tasarımcıların gelenekseli yıkıcı tarzları, çağdaş yaklaşımla yeni standartların temelini oluşturmaya başlamıştır. Bu anlayış günümüz tasarım dünyasını da varolan kuralları yeniden değerlendiren, yeni girişimlerde bulunan, yaratıcılıklarını rahatça ortaya koyabildikleri bir yapıya yönlendirmiştir. Weingart'ta bu yaklaşımın önde gelen isimlerinden biri olarak hem tasarım anlayışı hem de öğretileriyle günümüz öğrencilerine, tasarımcılarına ve eğitimcilerine örnek yaratacak bir vizyon sağlamıştır.

KAYNAKÇA

- Akgül, R. F. (2008). “1980’lerden Günümüze Grafik Tasarımda Yapıbozumculuk”Yayınlanmamış sanatta yeterlilik tezi. Dokuz Eylül Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anabilim Dalı Sanatta Yeterlilik.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Byrne, C. Witte, M. (2001) “A Brave New World: Understanding Deconstruction” Heller, S. Ballance, G. *Graphic Design History*. New York: Allworth Press.
- Hong, D.S., Hwang, M. (2006). “The Status and Prospects of Deconstruction in Graphic Design” Design Resarch Society, International Conference in Lisbon, IADE.
- Meggs, P. B. ve Purvis, A. W. (2011). *Meggs History of Graphic Design*. Canada: John Wiley&Sons. Inc.
- Lupton, E. & Miller, J. A. (2004). *Design Writing Research*. London: Phaidon Press Publisher.
- Lupton, E. (1997). “A Postmortem on Deconstruction?”*Design Culture An Anthology of Wrting From The AIGA Journal of Graphic Design*, Der: Steven Heler ve Marie Finamore, New York: Allworth Pres.
- Norris, C. (2002). *Deconstruction: Theory and Practice*, New York: Routledge.
- Poyner, R. (2003). *No More Rules, Graphic Design and Postmodernism*, North America: Yale University Press.
- Strom, K. (2003). “Reading Scott Makela: The Subversion of Dyslexic Deconstruction” *Design Issues*, Volume: 19, Number:2.
- Tam, K. (2003). “Wolfgang Weingart’s Typographic Landscape” *2+3D Magazine* Number:6
- Weingart, W. (2000). *Typography: My Way to Typography*. Switzerland: Lars Muller Publisher.

24 OCAK KARARLARI VE 12 EYLÜL ASKERİ DARBESİNİN BASINA OLAN ETKİLERİ: MİLLİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ

*Sinan BARAN**

24 Ocak Kararları ve devamında gerçekleşen 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi sonucunda basın alanında köklü değişiklikler olmuştur. Liberal ekonomiye geçiş küresel manada basın sektörünün birleşmesine yol açmış, askeri darbe de ülke genelinde fikir gazeteciliğinin kısıtlanmasına ve birçok siyasi içerikle çıkan gazetelerin kapanmasına sebep olmuştur. Böyle bir ortamda basının geleneksel sahiplik yapısının değişmesiyle kalınmamış, aynı zamanda değişen sahiplik yapısıyla ve kâr odaklı anlayış ile gazetelerin içeriklerinde çeşitli değişikliklerin ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacını yıllara göre Milliyet Gazetesinin değişim ve dönüşümünü nicel verilerle ortaya çıkarmak oluşturmaktadır. Çalışmada “Magazinsel İçerik, Manşette ve Sürmanşette Siyasi İçerik, Bağlamsızlaştırma, Siyasi İçerikli Fotoğraf ve Karikatür” unsurları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: 24 Ocak Kararları, 1980 Darbesi, Milliyet Gazetesi, Magazinleşme, Tekelleşme.

* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, sinan.brn@hotmail.com

24 January Decisions And The 12 September Military Coup's Effects On Press: Milliyet Newspaper Sample

As a result of the 24 January Decisions and the 12 September 1980 Military Coup, there have been radical changes in the media. The transition to the liberal economy has led to the unification of the press sector on a global scale, and the military coup has led to the restriction of opinion journalism throughout the country and the closure of many political newspaper. In such an atmosphere, it has been observed that not only the traditional ownership structure of the press has changed but also at the same time various changes have occurred in the contents of the newspapers with changing ownership structure and profit-oriented understanding. The purpose of working in this context is to reveal the change and transformation of the Milliyet newspaper according to years in quantitative datas. In the study, the elements of "Magazin Content, Headline and Subhead Political Content, Decontextualization, Photography With Political Content and Caricature" were analyzed by content analysis method.

Key Words: Decisions of 24 January, 1980 Coup, Milliyet Newspaper, Magazinization, Monopolization.

Giriş

Kitle iletişim araçlarının, toplumun siyasal yönden olgunlaşmasında, demokratik davranışı ve temel hakları içselleştirerek karar verme sürecinde, doğru etkilenmesinde önemli bir anlamı vardır. Kitle iletişim araçlarının varlığı insanların hak ve özgürlükleri açısından çok önemlidir (Fichter, 2006: 79). Fakat 24 Ocak Kararlarıyla serbest piyasa ekonomisine geçen Türkiye’de medya, adeta dar bir boğaza girmiştir. Devletin medyaya yönelik sübvansiyonları kaldırması medyaya ekonomik buhran yaşatmıştır. Ekonomik sıkıntıdan kurtulmak isteyen medya, tiraj arayışına girmiş bunun sonucunda da gazetecilik pratiklerinden uzaklaşarak içeriği boşaltılmış haberlerin dolaşımı sağlanmıştır. Özellikle 12 Eylül Askeri Darbesinden sonra birçok gazete kapatılmış, kalanların ise siyasi içerikli haber yapmaları engellenmiştir. Böyle bir ortamda fikir körleşmesi yaşayan gazeteler, çok satmak için magazinsel haberlerle okuyucularının karşısına daha sık çıkar olmuştur.

Nitekim dönemin Demirel hükümetinin Devlet Planlama Teşkilatı müsteşarı Turgut Özal marifetiyle planlayıp uygulamaya koyduğu 24 Ocak 1980 Kararlarının da böylesi bir değişim ve dönüşüme yol açar nitelikte olduğu dikkatten kaçırılmamalıdır. Özellikle yıllardan beri sürdürülen gümrük duvarlarını yükselten korumacı ve ithal ikameci ekonomi anlayışı, 24 Ocak Kararları ile terk edilmiş, yerine kapitalist batı dünyası ile tam entegrasyonun başlangıç adımı olan ve neo-liberal bir yaklaşım modelini öneren önlemler gündeme gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında 24 Ocak 1980 Kararları, Türkiye’de yalnızca ekonomik algılama ve sistematiğe değil aynı zamanda toplumsal ve dolayısıyla diğer alanlarda da önemli değişim ve dönüşümlerin ortaya çıkışını sağlayan önlemler olarak anlaşılmalı ve görülmelidir (Özgen, 2011: 467). 24 Ocak Kararları özellikle yazılı basını ekonomik sıkıntıya sokmuştur. Bunun en önemli sebeplerinden birisi, 24 Ocak Kararlarını müteakiben kâğıda yapılan zamdır. 24 Ocak 1980’e kadar gazete kâğıdı basına, devlet tarafından büyük sübvansiyonla verilmekteyken, 25 Ocak’ta Demirel hükümeti tarafından fiyat artışına tabii tutulmuştur. Hükümet kâğıdın fiyatını 41 liraya çıkarınca, basın ve yayıncılık dünyası ekonomik sıkıntıya düşmüştür. Gazetelerin kâğıdı serbest piyasa fiyatı üzerinden alma zorunluluğu karşısında umutlar reklama bağlanmıştır. Ayakta kalabilmenin bir diğer şartı da büyük sermaye sahibi grupların desteğini alabilmekten geçmiştir. Daha önceki dönemlerde kişisel birikimlerle dergi çıkarmak mümkünken, bu artık imkânsız hale gelmiştir. 1980’den itibaren basındaki reklamlara harcanan pay artış göstermiştir (Dündar, 2016: 129). Basın ya da daha genel anlamda belirtmek gerekirse medya da bu gelişmeden doğrudan etkilenmiş, sonuçta 1980 sonrasında medya, toplumsal sorumluluklarından arınmış ve Neo-liberal pazar ekonomisinin gereklerine uygun biçimde

sadece satış rakamlarını düşünen ve tıpkı plastik eşya üretimi yapan ya da konfeksiyon giyim eşyası üreten sıradan bir ticari kuruluş haline gelmiştir (Özgen, 2011: 468).

1970'lerden itibaren değişen, yalnızca devletin müdahale biçimidir. Kapitalist sistemde devlet ile piyasa, birbirine kopmaz biçimde bağlıdır ve piyasanın kendi kendini düzenleme yeteneğinin bulunmaması yüzünden 'düzenleme', bir başka deyişle devlet müdahalesi kaçınılmazdır. Serbest piyasa söylemi ise kaçınılmaz olarak devlet müdahalesine gereksinim duyan sermaye sınıfına ideolojik destek sağlayan bir mite dönüşmüştür (Adaklı, 2006: 39).

1979'da Aydın Doğan'ın Milliyet Gazetesini satın almasıyla başlayan ve 1988'de Asil Nadir'in Türkiye'de bazı basın ve yayım kuruluşlarını almasıyla ivme kazanan basın dışı sermayenin Türk basınında yer alması ile ilgili oluşum ve aile tipi basın işletmesinden, finans-kapitali dışarıdan sağlanan basın kuruluşlarına geçiş modeli, döneme damgasını vuran en önemli olaylardı. 1980'li yılların sonuna gelindiğinde artık basın kuruluşları, "tüketici" ya da "müşteri" odaklı çalışmaya başlamışlar, kitle gazeteciliği anlayışı ön plana çıkmış ve gazetelerde haber merkezlerinin yanı sıra reklam ve pazarlama departmanları da önemli ölçüde yönetimde ağırlıklarını hissettirir hale gelmişlerdi. Böylesi bir oluşumda elbette ve kaçınılmaz biçimde, dünya konjonktüründeki gelişmelerin yanında, 12 Eylül olgusunun ve Turgut Özal'ın uygulamaya koyduğu sosyo-ekonomik politikaların da tartışmasız katkısı bulunmaktaydı (Özgen, 2011: 7). Milliyet Gazetesi 1979 yılında Abdi İpekçi'nin suikast sonucu öldürülmesi sonrası Aydın Doğan tarafından satın alınmıştır. Milliyet Gazetesi satın alındıktan sonra devamında gelen siyasi ve ekonomik olaylar, şüphesiz diğer gazetelerde olduğu gibi Milliyet Gazetesinde de içerik bakımından değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Bu değişikliklere neden olan toplumsal olaylar, ekonomide yenilikler, siyasi hareketlilikler ve daha sonra gerçekleşen 1980 Askeri Darbesi basını hem içerik olarak hem de sahiplik yapısı bakımından etkilemiştir. Bu suretle çalışmada 1980 yılı Mayıs ayı ele alınmış ve yirmi yıl sonrasında aynı gazetenin yapısı incelenmiştir. 2000 yılına gelindiğinde ise postmodernizmin tüm yönleriyle hayata sirayet etmesi ve yeni bir mecra olarak internet gazeteciliğinin geleneksel basına alternatif olması neticesinde farklı bir ortam ortaya çıkmıştır. Yeni yüzyılın bu farklılığını ortaya koymak bakımından çalışmada yirmi yıllık süreç yeterli görülmüştür. Bu çalışmada da bu farklılıklar, Milliyet gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı ve 2000 yılı Mayıs ayı birinci sayfaları dikkate alınarak içerik analiziyle ortaya konulmuştur.

1980 ve 2000 Yılları Arasında Türk Basının Genel Durumu

1980 yılına yaklaşıldığında dünya ekonomisi ve siyasetindeki gelişmeler de pek iç açıcı değildi. Petrol fiyatları son 10 yılda ciddi manada artış kaydetmiş, ülkeler henüz o günlere kadar adı bile bilinmeyen stagflasyonla karşı karşıya kalmanın vermiş olduğu sıkıntılarla mücadele etmekteydi. Bu bakımdan 1980- 1989 dönemi belki de ülkenin en zorlu, siyasi sorumluluğun alınabileceği en riskli dönemlerden biriydi (Ünal, 2015: 20). 12 Eylül 1980 tarihinde gerçekleşen ve Türk siyasi hayatının dönüm noktalarından biri olarak anılan ve demokrasinin kesintiye uğradığı bu süreçte, basının haber verme ve kamuoyunun da haber alma hakkı ciddi şekilde zedelenmiştir. 12 Eylül yönetimi ilk günden itibaren basına getirdiği kısıtlamalar, cezalar, yaptırımlar ve sansür uygulamalarıyla özgür ve bağımsız bir basın olgusunu ortadan kaldırmıştır. Basın üzerinden darbeyi ve darbe yönetiminin icraatlarını meşrulaştırma amacı güden 12 Eylül rejimi bu hedefe ulaşmak için basını baskı altına almıştır (Dündar, 2016: 128). 12 Eylül rejimi, basını ve basında yer alan içerikleri biçimlendirmeye çalışmıştır. 12 Eylül yönetimi, basına yönelik baskıcı bir tavır sergilemiş, sansür uygulamalarından kaçınmamış ve basını çeşitli ceza ve yaptırımlara maruz bırakmıştır. Bu nedenle 12 Eylül dönemi Türk basın tarihinin en karanlık ve zorlu dönemlerinden biri olarak adlandırılmaktadır. 12 Eylül rejiminin basına yönelik baskıcı uygulamaları sonucu Türk basının işleyişi ve içerik seçimlerinde köklü değişimler yaşanmıştır (Dündar, 2016: 125). Medya ve özellikle dönemin hâkim medya aracı olan gazeteler ve haliyle gazeteciler için de operasyonlar yapılmış, bu operasyonlar çerçevesinde 400 gazeteci için toplam 4 bin yıl hapis cezası istenmiş, gazetecilere 3 bin 315 yıl 6 ay hapis cezası verilmiştir. Yine aynı dönemde 300 gazeteci saldırıya uğramış, bunlar arasından 3 tanesi öldürülmüştür. Söz konusu ortamda 300 gün boyunca yayın yapılamamış, 39 ton gazete ve dergi ise imha edilmiştir. 13 büyük gazete için toplamda 303 dava açılmıştır (Yüksel, 2011). Böyle bir hava içerisinde hem toplum hem basın sektörü hem de basının içerik ve sahiplik yapısı bozulmuştur.

1950'lere kadar basında, devlet denetiminin egemen olduğu bir dönem yaşanmıştır. 1950'den sonra, özellikle 1970-1980 arası basının şirketleştiği görülmektedir. Bu dönem, teknolojik yatırımın arttığı ve gazetecilikten para kazanmanın yaşandığı bir dönem olarak nitelendirilebilir. Medya patronları bu dönemde yayın faaliyetinden biriktirdikleri sermaye ile basın dışında ticari girişimlere yönelmişlerdir (Uzun, 2008: 52). 1980 sonrasında yeniden demokratik hayata geçilmesiyle Türk basınındaki en önemli gelişme, 80 öncesinde başlayan fakat daha sonra hızlanan basın dışı sermayenin sektöre girmesi ve tekelleşmedir (Tokgöz 1991-1992'den Akt: Taşdemir, 2005: 174). Hürriyet, Sabah ve Milliyet basın alanında diğer yayınlarıyla tekel haline gelmişlerdir. Basın kuruluşlarının holdinglere bağlı olması 1980

sonrası basın dışı olaylara basının alet edilmesi gibi bir sorun ortaya çıkarmıştır (Taşdemir, 2005: 175). 20. yüzyıl içinde, medya endüstrilerinin medya tekelleri şeklinde dönüşmek için birleşmelerinin ve kaynaşmalarının önemli bir olgu olarak sürekli dile getirildiğini söylemek yanlış olmaz. 21. yüzyılda da bu olgunun süreceği su götürmez (Tokgöz, 2015: 35) bir gerçek olarak durmaktadır. 1980 öncesinde basın sektöründe hâkim olan sermaye grupları bir yandan medyanın farklı sektörlerine yayılırken, diğer yandan özellikle kamu ihaleleri yoluyla medya dışı alanlarda da hakim olmaya başlamıştır. Buna paralel olarak, 80 öncesinde basın sektöründe yer almayan bazı büyük sermaye grupları da giderek kâr beklentisi yükselen “medya” sektörünün oluşumunda aktif roller üstlenmiş ve nihayetinde bu alan tamamıyla büyük sermayenin oyun sahasına dönüştürülmüştür (Adaklı, 2010: 68).

Basının özgür olması ve objektif yayın yapabilmesi demokratik yönetimlerde var olması gereken bir durumdur. Ancak bu durum çeşitli sebeplerle sekteye uğramaktadır (Taşdemir, 2005: 173). Basın kuruluşlarının tekelleşmesi bu sebeplerden birisidir. Zira tekelleşmeyle birlikte gazeteciliğin yapısında köklü değişiklikler gözlemlenebilmektedir. Bu değişiklikler arasında en dikkat çekici ve önemli unsur medya sahipliğindeki değişimdir. Medya sahipliklerinin geleneksel yapısı bozulmuş, adeta kadim medya geleneği sona ermiştir. Geçmişteki medya kuruluşlarının aile medya sistemi, özellikle 1980’li yıllarda basın alanıyla doğrudan alakası olmayan büyük şirket veya holding sahiplerinin eline geçmeye başlamıştır. Bunun en bariz örneğini ise Milliyet gazetesi oluşturmaktadır. Diğer gazete ve görsel işitsel basın kuruluşlarının da benzer şekilde sermaye odağında toplanması sonucu medya/basın alanında tekelleşmeleri hızlandırmıştır. Özellikle gazetelerin tirajlarını arttırmak için çeşitli düzenlemeler yapılmış, bunun sonucunda da geleneksel basının içeriğinde değişikliklere gidilmiştir. Bütün bunların sonucunda gazetelerin asli görevlerinden olan bazı içeriklerde yıllara göre değişiklikler rahatlıkla gözlenebilir olmuştur.

Türkiye’de basında tekelleşme için dönüm noktası 1980’li yıllar oldu denilebilir. Bir yandan birikimlerini yapan medya kuruluşları, diğer yandan medyayı silah olarak kullanma gücüne göz koyan holdingler, medya sektörüne girerek pazar savaşını kızıştırdı. 12 Eylül 1980 Askeri Darbesinin ardından siyasal partilerin kapatılması, siyasetin askıya alınmasıyla medyanın konumunda önemli bir değişiklik oldu (Tokgöz, 2015: 48) ve böylesi bir yoğunlaşma ve çeşitlenme süreci içerik düzleminde bir patlamaya sahne olsa da görünen çeşitlilik, birbirinin benzeri ürünlerden ibaret kalmış, 24 saat habercilik yaklaşımı ile birlikte haber dâhil bütün türlerde eğlence ögesi hakim kılınmıştır (Adaklı, 2010: 69). Gerek 12 Eylül yönetimin basına yönelik sansür uygulamaları, gerekse gazetecilerin uyguladığı oto sansür, basının işlevini yerine getirmesine engel olmuştur. Darbe sonrasında, basın iç politika haberlerinden kaçındığı

için, magazin konulu içerikler popüler olmuş, (Dündar, 2016: 125) böylece büyük sermayeye dayanan medya, magazin programlarının ve haberciliğinin de gelişmesine yol açmış, bu da bir kültür yozlaşmasına neden olmuştur (Topuz, 2012: 347).

1990'lı yıllarda ise medya patronlarının artık işletmelerini endüstri kompleksi haline dönüştürdüklerini görmekteyiz. Gazete, dergi, kitap, radyo, televizyon gibi farklı medya işletmeleri, bankalarıyla birlikte farklı endüstri ve hizmet şirketlerini çalıştıran holdinglere dönüştü. Medya sektörüne inanılmaz yeni teknoloji girişi olurken, ölçekler büyüdü, yatay dikey birleşmelerle ürün çeşitlenmesine gidildi. Pazarlama ve dağıtım örgütleri yeniden yapılandırıldı. Reklam pastasından en büyük dilimi kapma mücadelesi kızıştı. Asıl önemli olan, medya sektörü “tebdil-i mekânda ferahlık vardır” diyerek Özal’ın yaptığı tahsislerle, Babıali’den İkitelli veya Güneşli’ de yaptırdıkları “medya plaza” veya “medya center”a taşındı (Tokgöz, 2015: 49). 90'larda meydana gelen değişim ve yenilik hız olarak 80'lerde yaşanan hız ve gelişmelerin çok daha ötesinde gerçekleşmiştir. Kanadalı iletişim bilimci-sosyolog Marshall Mc Luhan'ın deyişiyle dünya “Global bir köy” haline gelmiştir. Değişim baş döndürücü bir hız kazanmıştır. Ulusal sınırlar harita üzerinde kalmış ve global dünyanın katı kuralları dünyanın pek çok yerinde geçerli hale gelmiştir (Toruk, 2005: 494). Türkiye’de 1989 yılı itibarıyla Türk medyasının özel TV ve Radyo yayıncılığına kavuşması TRT'nin tekeli kırmıştır. Fakat bu kırılma başka kırılmaları da beraberinde getirmiştir. Medya kuruluşlarının gelir omurgasını oluşturan reklamlar, medya sektöründe alabildiğince rekabetçi ve çekişmeli olan süreci hızlandırmıştır. Bundan geleneksel gazeteler de payını almışlardır. Medyanın gücü daha iyi anlaşılmiş ve büyük sermaye sahipleri özel medya kuruluşlarını bir bir ellerine geçirmeye başlamışlardır.

Bu döneme Milliyet gazetesinin sahibi olarak giren işadamı Aydın Doğan en büyük rakibi Hürriyet gazetesini 1994 yılında satın alarak medyada iki önemli gazetenin birden sahibi olmuştur. Bu grubun karşısında ise en önemli rakip olarak Sabah gazetesinin sahibi Dinç Bilgin bulunuyordu. Bu iki grup kimi zaman anlaşarak gazete dağıtımını ve ortak reklam pazarlama şirketleri kurarak işbirliği yapmış, kimi zamanda birbirleriyle büyük çekişme ve kavga içine girmişlerdir (Toruk, 2005: 503). Bu çekişmeli rekabet ortamından en büyük zararı yine halk ve gazeteciliğin kendisi görmüştür.

24 Ocak kararları ve akabinde gelişen 12 Eylül Askeri Darbesi, medya sektöründe yeni bir kapı aralamıştır. Bu aralık en çok gazetelerde görülmektedir. Çünkü 1990'a kadar ne özel televizyon ne de özel radyo yayıncılığı vardı. Ülkemizde ilk özel gazetenin (*Tercüman-ı Ahval*) çıkması ve 1980 yılı arasında tam 120 yıl vardır. Bu zaman dilimi esnasında Türk gazetecilik pratiğinin omurgası oluşmuştur. Fakat 24 Ocak Kararları ve sonrasında vuku bulan askeri darbe

neticesinde, gazetelerin hem içerikleri hem de sahiplik yapıları başta olmak üzere pek çok unsur değişmiştir.

1980 sonrası dönem, gazetelerin kapatılma sıklığı ve gazetecilerin mesleklerinden men edilerek hapse düşmelerinin tedirginliği ile birlikte gelişen toplumsal içerikli mesajlar vermekten uzak, magazin haberleri peşinde koşan, halkın sözcülüğünü yapmaktan vazgeçmiş bir medya olgusunu ülke gündeminin tam ortasına getirip oturtmuştur. Basın, bu dönemde özellikle askeri iktidar baskısı altında ‘magazinleşme’ olgusunu yaşamış, dolayısıyla toplumsal muhalefetin basın yoluyla sesini duyurmasının önü kesilmiştir (Gezgin, 2004: 10). Serbest ekonomi anlayışı gazetelerin tek elde toplanmasının/dolaşmasının yolunu açmış, askeri darbe ise toplumu apolitik bir hale sokarak fikir gazeteciliğinden insanları soyutlamıştır. Bunun neticesinde zamanla magazinselleşme, sansasyonel içerikler, bağlamsızlaştırma ve siyaset dışı içerikler olabildiğince artmıştır. Bununla birlikte Türk gazetecilik tarihinde karikatür olgusu önemli bir yere sahipken, gazetelerdeki değişim ve dönüşüm sonrasında karikatürlerinde bu dönemde ciddi oranda kaybolduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu minvalde basın, halkın sesini duyurma ödevini yerine getirme konusunda ciddi sorunlar yaşamıştır.

Türk Basımında Magazinleşme Olgusu

Gazetecilik mesleğindeki en önemli değişim 1980’lerde medya sahiplik yapısının değişmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, gelenekten gelen gazeteci aileler gazetelerini bu alana yatırım yapan farklı sektörlerden sermayedarlara bırakmıştır. Yeni yatırımcılar “şirket anlayışlarını” zamanla satın aldıkları gazetelere taşımışlardır. Bunun yanı sıra, 1980 darbesi sonrasında otoriter siyasi ikliminde, medyadaki ticarileşme sansasyona dayalı magazin haberciliğinin yükselmesiyle sonuçlanmıştır (Bek, 2004’ten Akt. Kurban ve Sözeri, 2012: 53). Bulvar veya diğer adıyla magazin gazeteciliği, günümüz gazeteciliğinde çok yaygın olarak görülen gazetecilik türüdür. Türkiye’de ve pek çok diğer ülkede magazin gazeteciliğinin örneklerine rastlamak olağandır. İnsanoğlunu bilgilendirmekten çok, hoşça vakit geçirmesini vurgulayan magazin gazetelerinin izleyicisi, fikir gazetelerine oranla çok daha fazladır. Her eğitim düzeyine hitap edebildiğinden, vakit geçirmek, oyalanmak için okunulur (Tokgöz, 1981: 138).

Magazin kavramı sansasyonel gazetecilik, tabloid ve bulvar gazeteciliğinin gelişmesine paralel olarak ABD’de ve Avrupa’da ortaya çıkmıştır. Türkiye’de Meşrutiyet’in ilanı sonrasında gelişen yayıncılıkta magazin de kendisine yer bulmuştur. Cumhuriyet’in ilanı sonrasında yazılı basında magazin kavramı kültür ve sanat temelli tabanlı gelişmiştir. Bu dönem ile beraber Türk sinemasının gelişmesi de magazin basınının güç kazanmasına katkıda

bulunmuştur. Türkiye’de magazin gelişmesi 1980 sonrasında hızlanmıştır. 12 Eylül rejiminin yarattığı sansürcü ve siyasi platform sonucunda pek çok basın işletmesi içeriklerini magazinleştirmiştir. 1980 yılından sonra basın işletmelerine verilen sübvansiyonun kaldırılması gazete ve dergilerin maliyetlerini arttırmış ve basında tiraj olgusunu ön plana getirmiştir. Tiraj odaklı gazete yayıncılığı magazin ağırlıklı haber yayıncılığının önünü açmıştır (Kuyucu, 2015: 448-449). Böylece toplum çıkarını güden bir basından kâr amacı güden bir basının gelişmesi başlamıştır.

12 Eylül 1980 ihtilalinden sonraki dönemde basında magazinleşmenin ve yayıncılıkta sorumsuzluğun had safhaya ulaştığı bir dönem olmuştur. 12 Eylül darbesinin demokratik hak ve hürriyetleri sınırlayan tasarruflarından dolayı siyasi haber ve yazılarına büyük kısıtlamalar getirilen basın daha çok magazin haberlerine ağırlık vermiş, basında müstehcenlik furyası artmış ve masa başında resme göre hazırlanan haberler bu dönemde yaygınlaşmaya başlamıştır (Avşar ve Demir, 2005: 283). 1980’li yılların sonunda Türk basın dünyası büyük sermaye hareketinin manevra alanı haline gelince buradaki kurallar da büyük sermaye grupları tarafından belirlenmeye başlamış, sonuçta kapitalist yaklaşımın mantığına uygun olarak çok satanın değerli olduğu piyasa kuralı bu dönemde işlemiştir (Gezgin, 1999: 6). Bu minvalde Türkiye’de özellikle 1980 sonrası dönem kırılma noktasını oluşturmuştur. Askeri darbe neticesinde siyasi partiler ve birçok gazete kapatılmıştır. Toplumu apolitik düzeye indirme faaliyetleri için basın etkin bir biçimde kullanılmış ve netice olarak fikir gazeteciliğinin de önüne geçilmiştir. Böylece toplumun ciddi meseleler üzerinde kafa yorması engellenmiştir. Dolayısıyla basında magazinselleşme olabildiğince artmıştır. Basın alanındaki magazinsel içeriklerin bilinçli bir şekilde artması hem askeri darbe yönetimine hem de tekelleşme sonrasında kapitalist bir yaklaşımla kâr amacı güden medya sahiplerinin tiraj kaygılarına bağlanabilir.

Türk Basımında Tekelleşme / Yoğunlaşma (Birikim) Olgusu

Birikim (*concentration*), 19. yüzyılın başından itibaren endüstrileşmeyle birlikte var olan şirketlerin büyüyüp gelişmesi, küçük veya orta büyüklükte olanların ortadan kaybolması biçiminde ortaya çıkan bir olgudur. Basın sektöründeki birikim ve tekellerin (*monopolies*) oluşması, 19. yüzyılın son çeyreğinden itibaren ABD’de, daha sonra çeşitli Avrupa ülkelerinde kendini gösterdi. Günümüzde Birikim ve Tekellere medya sektörünün içinde yer alan yazılı, sözlü, görüntülü tüm medyada rastlamak olasıdır (Tokgöz, 2015: 33). Temeli 1980’li yıllarda atılan liberal politikalar, diğer alanlarda olduğu gibi habercilik sektörünü de önemli bir ölçüde biçimlendirmiş ve hatta 'Habercilik Sektörü' kavramını geliştirmiştir. Neo-liberal politikaların

önünün açıldığı 1980'li yıllarda, medyada tekelleşmeler, birleşmeler ve holdingleşmeler gerçekleşmiştir. Bu dönemlerde ABD'de şiddetlenen tekelleşme olgusu Avrupa ülkelerinde etkisini göstermiştir. Süreç, kısa bir zamanda Türk medyasında kendisini hissettirmiştir (Dursun, 2012: 3).

24 Ocak 1980 Kararları sonrasında gazete kâğıdına olan sübvansiyonların kaldırılması Türk basınında mali sorunların başlamasına neden olmuştur. Bu süreçte Türk basınına iş adamları yatırım yapmaya başlamış ve medyanın holdingleşmesinin ilk temelleri atılmıştır. Asil Nadir ile hızlanan medyanın holdingleşmesi ve basının büyük sermayeye bağımlılığı günümüze kadar gelmiş ve basın işletmelerini medya holdinglerine dönüştürmüştür. Medyada holdingleşme, beraberinde tekelleşme tartışmalarını alevlendirmiş ve basının hem nitelik hem de nicelik olarak küçülmesine sebep olmuştur. 1980'den sonra başlayan, 90'larda hızlanan ve 2000'li yıllarda somutlaşan medyanın holdingleşmesi ile beraber günümüzde yazılı basın birkaç büyük sermaye grubunun hâkimiyeti altında faaliyetlerini sürdürmektedir (Kuyucu, 2013: 19). Basında tekelleşme genel bir değerlendirme ile sahipliğin bir ya da birkaç işletme elinde toplanmasını ifade etmektedir (Avşar, 2004: 89).

Hıfzı Topuz'a göre ülkemizde iş adamlarının gazete sahipliği 1948 yılında Safa Kılıçlıoğlu'nun Yeni Sabah'ı almasıyla başlamıştır. Daha sonra Aralık 1949 yılında Habip Edip Törehan'ın Yeni İstanbul'u çıkarmasıyla devam etmiştir. 1948'e kadar, gazete patronları hep gazetecilikten yetişmiş kimselerden oluşmuştur. Tanzimat'ta da, İstibdat'ta da ve Meşrutiyet'te de durum aynı olmuştur. Sabah'ın sahibi Mihran Efendi gibi başyazar olmayan patronlar azdır. Fakat Cumhuriyet'in başlarından ikinci dünya savaşı sonrasına kadar patron-gazeteci geleneği sürdürülmüştür. Medya alanındaki holdingleşmeler ise 1960'lı yıllarda başlamış ve medya alanındaki ilk büyük holdingleşmeyi ise Aydın Doğan'ın 1979 yılında Milliyet gazetesinin %75'ini bir yıl sonrada tamamını almasıyla başlamıştır (Topuz, 2012: 329, 330, 334, 335).

Sermaye sahibi patronlar tarafından idare edilen holdinglerin, aynı zamanda basın sektöründe de faaliyet göstermeleri, basının kendi temel işlevlerinde de birtakım aksaklıkları ve etik anlamda sorunları da beraberinde getirmektedir. Holdingleşmenin getirdiği birçok sektörde faaliyet gösterme durumu, gerek siyasi aktörlerle gerekse de ulusal ve uluslararası iş çevreleri ile belirli kıstaslar dâhilinde uyumu gerektirdiğinden, holdingin bir taraftan da basın sektörü içerisinde var olması, çoğu kez basını 'taraf' olarak algılanabilecek bir düşüncenin içine sürüklemektedir (Bulunmaz, 2011: 238). Yukarıdaki bilgiler incelendiğinde Türk medya sisteminin ticari bir sektör haline geldiği görülmektedir. Kendi içerisinde tekelleşmelerle sektörleşmesinin ötesinde, diğer ekonomik sektörlerle-çevrelerle bağlantı kurduğu dikkat çekmektedir. Hatta bu holdinglerin gelirlerinin büyük bir kısmını medya alt sektörleri değil,

diğer sektörlerin oluşturduğu yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu holdinglerin medyayla amaçladıkları, sadece ekonomik güç elde etmek değildir, aynı zamanda söylem gücüne de sahip olmaktır. Türkiye'de bütün ticari faaliyet alanlarına şekil veren mekanizma siyasettir. Siyasi odaklarla iyi ilişkiler içerisinde giremeyen bu holdinglerin, medya da dâhil diğer alanlarda başarılı bir ticari faaliyet sürdürmeleri olanaklı görünmemektedir (Dursun, 2012: 14).

Medya alanında yaşanan tekelleşmeye bakıldığında, bazı noktalar dikkat çekmektedir: Medya kuruluşları çok hızlı değişen bir teknolojiyle karşı karşıya kalmışlardır. Teknolojik gelişmeye uyamayanların yayın hayatına başka grupların içerisinde yer alarak devam ettiği görülmüştür. Nitekim gelişmiş baskı teknikleri kabul edilmiş, bilgi işlem makinalarının kullanımında bir düzenlemeye gidilmiştir. Bütün bunlar çok pahalı teknikler olduğu için basın kuruluşlarının yapmak zorunda oldukları yatırımların boyutları da büyümüştür. Buna karşılık medya kuruluşlarının sağladığı gelirler konusunda aynı ölçüde artış olanağı görülmemektedir. Genel olarak gazeteler satıştan toplam gelirin belli bir yüzdesini (20-40) sağlamaktadırlar. Yayını sürdürmeye olanak sağlayan asıl kaynak reklam gelirleridir. Reklamın gazetelerin içeriği üzerindeki olası etkileri konusu bir kenara bırakılsa bile, bu durumun basını değişen koşullara, öteki sanayilere göre çok daha fazla bağımlı kıldığı bir gerçektir (Özer, 2011: 161). Basın alanındaki tekelleşmeler sonucunda pek çok yapıda bozulmaların meydana geldiği görülmektedir. Basının asli işlerinden olan kamuoyunu bilgilendirme görevi ve hükümet ve halk arasında köprü olma pozisyonu tekelleşmeler sonrasında kaybolmaya yüz tutmuştur. Tekelleşmeye ön ayak olan büyük sermaye grupları basının asli görevini kişisel menfaat ve kar odaklı kullanmaya başlamışlardır. Bu durumun oluşmasında ülkemizde gerçekleşen askeri darbe sonrasında siyasi içerikli haberlerin ve fikir gazeteciliğinin kısıtlanması ve aynı zamanda kapitalist sistemin kar elde edebilmek için birçok şeyi meşru görmesi önemli rol oynamıştır. Tekelleşme biçimlerinin tamamına (*Yatay, Dikey, Çapraz ve Ultra Çapraz Tekelleşme*) sahip olan gazete patronları, diğer sektördeki işleri için basının gücünden yararlanma imkânına sahip olmuşlardır. Basın alanında tekelleşme bunlarla sınırlı değildir. Diğer sorunlar ise şöyledir;

- Tekelleşmeler sonucunda türdeşlik ortaya çıkmıştır. Böylece yayımlanan haberlerin içerikleri birbirlerinin aynısını oluşturmaktadır. Bunun sebebi ise farklı medya kuruluşlarının tek elde toplanmasıdır.
- Basın sektörünün tek elde toplanması çok sesliliğe engeldir. Dolayısıyla bu durum demokrasiyle de bağdaşmamaktadır.

- Tekelleşmeyle birlikte medya holdingleri sahipleri basının gücünü kullanarak manipülasyon gücüne sahip olmuşlardır.
- Basında holdingleşme sendikacılığa karşıdır. Çünkü sendikalar hem basını hem de basın çalışanlarının haklarını korumakla mükellef olduğu için gazete patronlarının kapitalist yaklaşımlarıyla bu durum bağdaşmamaktadır.
- Tekelleşme beraberinde işsizlik sorununu da tetiklemektedir. Çünkü farklı basın sektöründe çalışanların farklı sesleri vardır. Dolayısıyla tekelleşmede tek ses anlayışı hâkimdir. Farklı seslere yer yoktur. Ayrıca tekelleşme sonrasında çalışanların iş yükü hem artmaktadır hem de yaptıkları işler çeşitlenmektedir.
- Basın kuruluşlarının sahiplik yapısının değişmesi önemli bir problemi de beraberinde getirmiştir; içerik. Kar odaklı tekelleşme, kar odaklı içeriği oluşturmuştur. Bu suretle enformasyonla halkı uyuşturucu, olay ve olguları sıradanlaştıran ve daha çok takip edilebilmek adına magazin ve üçüncü sayfa haberlerine sıkça başvurma amacı güdülmüştür.
- Reklam pastasından en büyük payı alma kaygısı, basın etik kurallarının göz ardı edilmesine sebep olmuştur.

Amaç ve Yöntem

Sürekli bir devinim halinde olan dünyada hiçbir şey sürgit aynı kalmamaktadır. Tüm olay ve olguların oluşması, gelişmesi ve hayatta yer edinmesi bilgi birikimine bağlıdır. Bilgi birikimi de var olan teknolojinin hammaddesini oluşturmaktadır. Bu oluşum ve dönüşüm döngüsünden gazetecilikte tüm yönleriyle etkilenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacını yıllara göre Milliyet Gazetesinin değişim ve dönüşümünü nicel verilerle ortaya çıkarmak oluşturmaktadır. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla kitap, kitap bölümü, mektup, tarihsel dokümanlar, gazete başlıkları ve yazıları gibi bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik olarak tanımlanabilir (Sert ve ark 2012: 3).

Elde edilen veriler Frekans analiz tekniği ve Paired Samples T-Test (Bağımlı Örneklem T-Testi) tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir. Frekans analizi ve Paired Samples T-Test (Bağımlı Örneklem T-Testi) analizi için SPSS 24,0 paket programı kullanılmıştır.

Bağımlı örnek t testi bir grubun veya örneklemin bir değişkene ait iki farklı zamandaki ölçümlerine ilişkin ortalamalarının karşılaştırılarak söz konusu ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven düzeyinde önemli olup olmadığını test etmek için kullanılır. Tekrarlı ölçümler

ile iki ortalamanın karşılaştırıldığı bu duruma tipik örnek araştırmalarda uygulanan ön test-son test modelidir (www.onlineistatistik.com). Bu doğrultuda iki hipotez kullanılmıştır. H_0 hipotezi ve H_1 hipotezi. H_0 hipotezi $p > 0,05$ 'i ifade etmektedir ve ön test ve son test arasında anlamlı bir fark yoktur sonucuna karşılık gelir. H_1 hipotezi ise $p < 0,05$ 'tir, buna göre de ön test ve son test arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna ulaşılır.

Frekans analizi ise, en basit şekliyle, birim veya ögelerin sayısal, yüzdesel ve oransal bir tarzda görünme sıklığını ortaya koymaktır. Bu, belirli bir ögenin yoğunluğunu ve önemini anlamayı sağlar. Frekans analizi sonunda, ögeler önem sırasına sokulur ve sıklığa dayalı bir sınıflama yapılır. Örneğin, bir metinde anahtar-sözcüklerin, bir insanın günlük uğraşları arasında ilgi odaklarının, bir kitle iletişim aracında ana-temaların belirlenmesinde, frekans analizi sonuçlarına bakılır (Bilgin, 2014: 18). Bu çalışmada yüzdesel frekans analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Önemi

1980 yılı içerisinde gerçekleşen 24 Ocak kararlarıyla Liberal ekonomiye geçiş, bunun neticesinde hızlanan medyada holdingleşmeler ve 12 Eylül Askeri Darbesinin basın alanında yarattığı değişim ve dönüşümün ortaya bilimsel verilerle çıkarılması bu araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

Araştırmanın Evreni Örneklemi ve Sınırlılığı

Araştırmanın evrenini Milliyet Gazetesi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı ve 2000 yılı Mayıs ayı boyunca çıkan gazetenin birinci sayfaları, çalışmanın örneklemi oluşturmaktadır. 1980 yılı toplumsal, siyasi, askeri ve basın açısından hem hareketli hem de değişim ve dönüşümlerin yaşandığı yıl olmuştur. 2000 yılında ise bu değişim ve dönüşümlerin yerleştiği, genel mahiyette toplum tarafından kabul edildiği ve yeni bir yüzyılın da başlangıcı olması, çalışmanın 1980 ve 2000 yılları göz önüne alınarak iki farklı dönemde yapılmasında etkili olmuştur. Ayrıca çalışmada belirtilen tarihsel dönemlerde Milliyet Gazetesinin ilk sayfasında yer alan “Magazinsel İçerik, Manşette ve Sürmanşette Siyasi İçerik, Bağlamsızlaştırma, Siyasi İçerikli Fotoğraf ve Karikatür” unsurlarının değerlendirilmesi çalışmanın ayrıca sınırlılığını oluşturmaktadır.

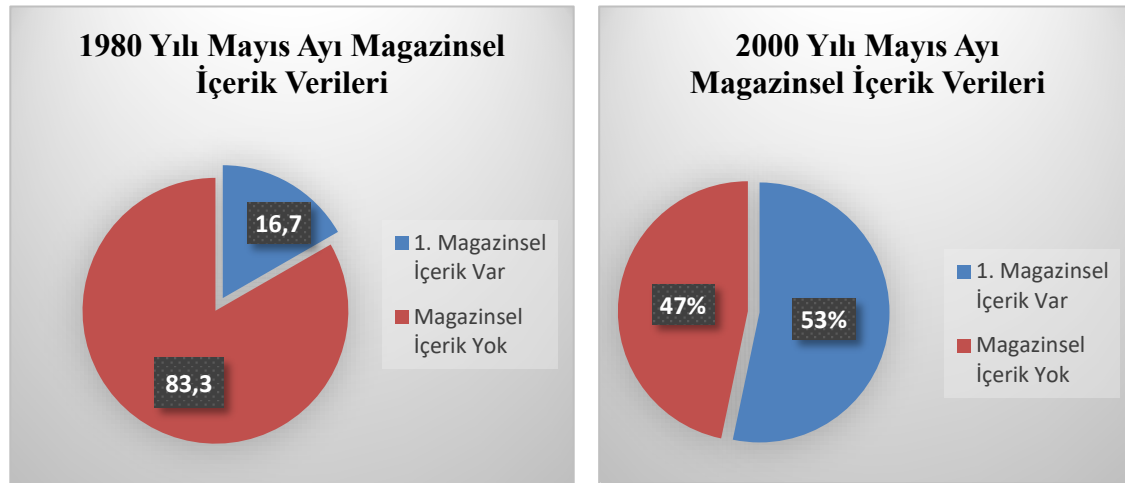
Bulgular

Tablo 1: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri T- Testi sonuçları.

Ölçüm	N	X	SS	DF	T	P
1980 (Ön Test)	30	1,83	,37	29	3,61	0,001
2000 (Son Test)	30	1,46	,50			

$P < 0,05$ H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre 1980 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri arasında $p = 0,001$ anlamlılık düzeyinde fark vardır.

Şekil 1: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri yüzdeler oranları.



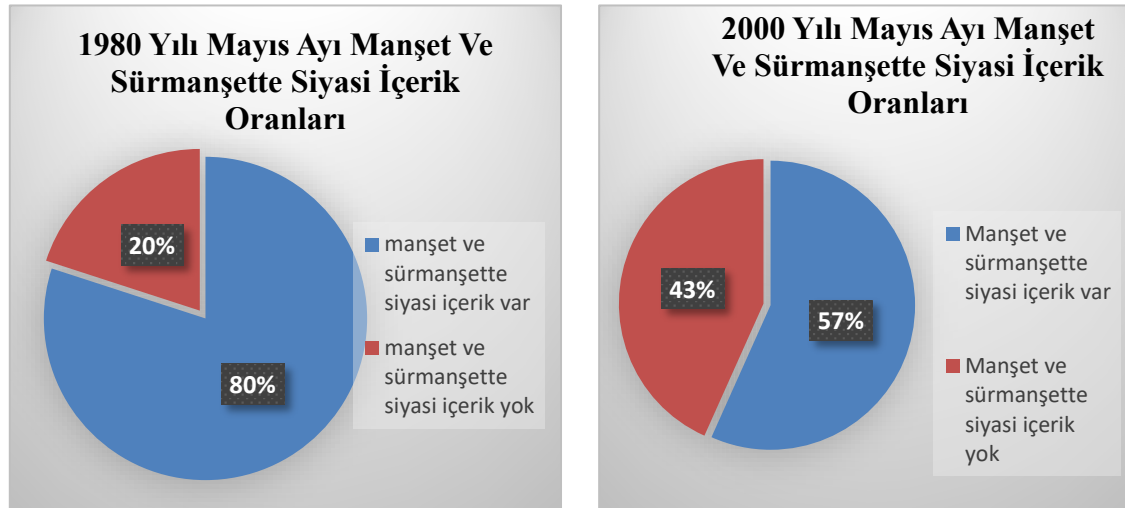
Şekil 1'e bakıldığında 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %16,7 'lik magazinsel içeriğe rastlanmış %83,3'lük geri kalan kısımda ise diğer içeriklere rastlanmıştır. 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu durum ise şöyle değişmiştir; %53 oranında magazinsel içerik %47 de diğer içerikler yer almıştır.

Tablo 2: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik ile 2000 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik verileri T- Testi sonuçları.

Ölçüm	N	X	SS	DF	T	P
1980 (Ön Test)	30	1,20	,40	29	-2,249	0,032
2000 (Son Test)	30	1,43	,50			

$P < 0,05$ H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre 1980 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik ile 2000 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik arasında $p = 0,032$ anlamlılık düzeyinde fark vardır.

Şekil 2: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik ile 2000 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik verilerini gösteren yüzdeler oranlar.

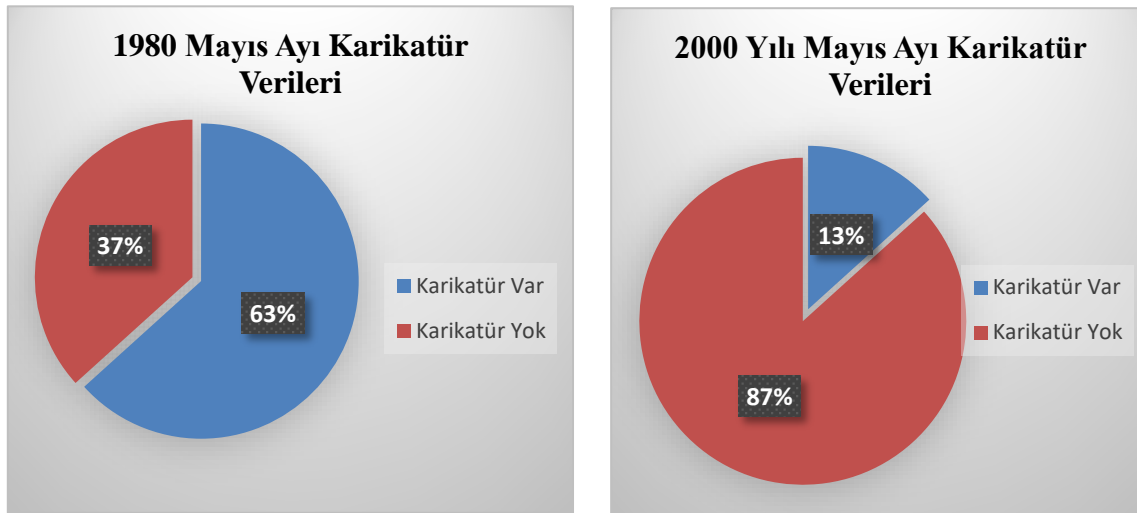


Şekil 2’de ise 1980 Yılı Mayıs ayı süresinde toplamda % 80 oranında olan manşet ve sürmanşetteki siyasi içerikli haber oranı 2000 yılı Mayıs ayı boyunca %43’e gerilediği görülmektedir.

Tablo 3: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı karikatür verileri ile 2000 yılı Mayıs ayı karikatür verileri T- Testi sonuçları.

Ölçüm	N	X	SS	DF	T	P
1980 (Ön Test)	30	1,36	,49	29	-4,014	0,000
2000 (Son Test)	30	1,86	,34			

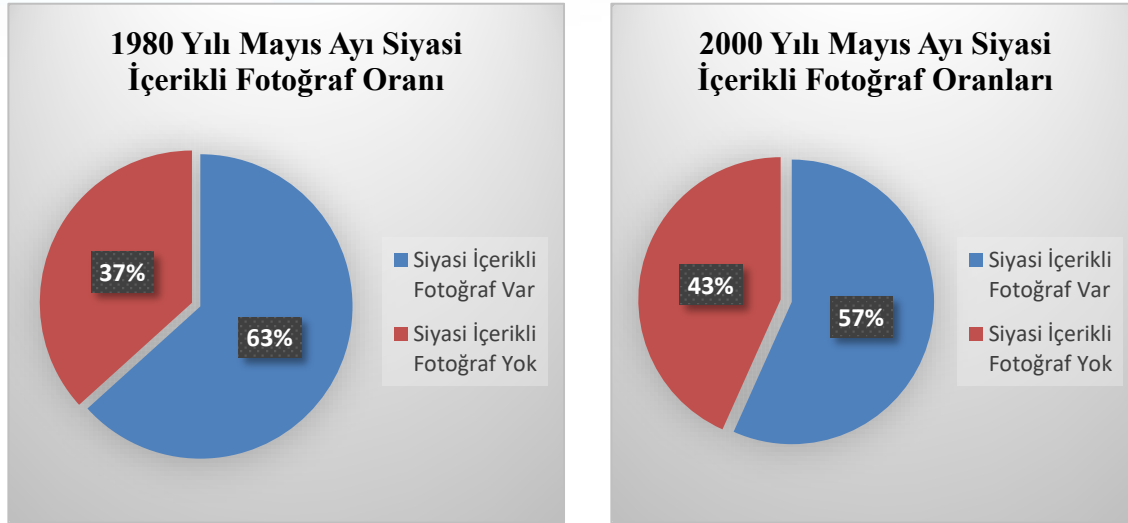
$P < 0,05$ H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre 1980 yılı Mayıs ayı karikatür verileri ile 2000 yılı Mayıs ayı karikatür verileri arasında $p=0,000$ anlamlılık düzeyinde fark vardır.

Şekil 3: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı karikatür verileri ile 2000 yılı Mayıs ayı karikatür verileri

yüzdeler oranları.

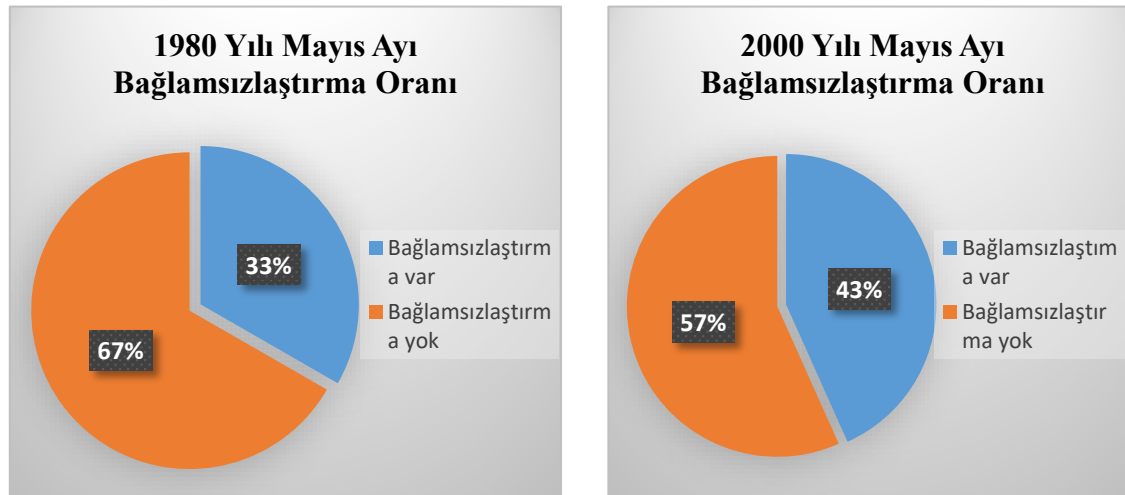
Şekil 3'te 1980 ve 2000 yılına ilişkin karikatür verileri yer almaktadır. Buna göre 1980 Yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında karikatür kullanılmışken, 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu oran %13'e gerilemiştir.

Şekil 4: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı siyasi içerikli fotoğraf verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı siyasi içerikli fotoğraf verileri yüzdeler oranları.



Şekil 4'te siyasi içerikli fotoğraf oranları görülmektedir. 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında siyasi içerikli fotoğraflara yer verilmişken bu oran 2000 yılı Mayıs ayı boyunca %57'ye gerilemiştir.

Şekil 5: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı bağlamsızlaştırma oranı ile 2000 yılı Mayıs ayı bağlamsızlaştırma verilerini karşılaştıran yüzdeler oranlar.



Şekil 5'te ise içeriklerin bağlamsızlaştırma oranları verilmiştir. Bu oranlara göre 1980 yılı Mayıs ayı boyunca içeriklerde %33 iken 2000 yılı Mayıs ayında bu oran %43'e çıkmıştır.

SONUÇ

Şubat 1979'da Abdi İpekçi'nin öldürülmesinin ardından Milliyet Gazetesi, güçlü bir sermaye grubunun eline geçmiştir. Mali sorunların arttığı bu süreç içerisinde sermayeleşmeyi beceremeyen gazeteler tek tek kapanmışlardır. Büyük yatırımların yapılması ile beraber haber üretimi kolaylaşan, baskı olanakları artan ve özel dağıtım sistemi oluşturan işletmeler, gündelik gazete basımının dışında da faaliyetler yapmaya başlamışlardır. Büyük basın işletmeleri de bu kural doğrultusunda hareket ederek magazinsel içerikli gazeteler yayınlamaya başlamışlardır. Bu işletmeler kendi yayınlarının reklâmını bedava yaparak, bütün yurt sathına yayabildikleri için, aynı alanlarda dar kadrolarla çıkarılan yayınları piyasadan silmeye başlamışlardır. Böylece sermayenin etkisi altında başında ister istemez tekelleşme süreci başlamıştır (Görgülü, 1990'dan Akt. Kuyucu, 2013: 28). Bu durum araştırmanın verilerine şöyle yansımıştır;

Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayında %16,7 oranında magazinsel içeriğe rastlanmış %83,3'lük geri kalan kısımda ise diğer içeriklere rastlanmıştır. Fakat 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu durum %53 oranında magazinsel içerik %47 oranında diğer içerikler şeklinde değişmiştir. Veriler incelendiğinde iki farklı dönemde magazinsel içeriklerin 20 yıllık dönemde %36,3 oranında arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan Paired Samples T-Test sonucunda ise

$P=0,001$ anlamlılık düzeyinde 1980 yılı Mayıs ayı verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı verileri arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Benzer şekilde Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı süresinde toplamda % 80 oranında olan manşet ve sürmanşetteki siyasi içerikli haber oranı 2000 yılı Mayıs ayı boyunca %43'e gerilediği görülmektedir. Bu verilerden de anlaşılacağı üzere siyasi içerikli yazıların oranında neredeyse yarı yarıya bir düşüşün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 20 yıllık bir farkla siyasi içerikli haberlerin sayısındaki düşüşte 12 Eylül Askeri Darbesinin ve medya alanında holdingleşmenin yarattığı kar odaklı habercilik anlayışı etkili olmuştur. Paired Samples T-Test sonucunda ise $P=0,032$ anlamlılık düzeyinde 1980 yılı Mayıs ayı verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı verileri arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Milliyet Gazetesinin 1980 ve 2000 yılına ilişkin karikatür verilerine bakıldığında 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında karikatür içerikli haberlerin olduğu görülürken, 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu oran %13'e gerilemiştir. Karikatür içerikli haberlerin bu kadar fazla oranda düşmesi, karikatürün güldürürken düşündürülen yapısının ve içerisindeki ciddi mesajların topluma ulaşamamasına sebep olmuştur. Bunun karşılığında magazinselleşme olgusunun artmış ve böylece toplum depolitizasyon bir sürece sokulmuştur. SPSS Paired Samples T-Test sonucuna göre $P=0,000$ anlamlılık düzeyinde 1980 yılı Mayıs ayı verileri ve 2000 yılı Mayıs

ay verileri arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir.

Gazeteler için kullanılan fotoğraflar önemli bir yere sahiptirler. Haber fotoğrafları bazen haber metnine yardımcı bir konumda olurken, bazen de haberin bizzat kendisi olabilmektedir. Okurların görsel hafızalarına hitap etmesinden dolayı okuma yazma bilmeyen insanlar için haber fotoğrafları oldukça önemli bir role sahiptir. Çalışmada Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında siyasi içerikli fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir. Bu oran 2000 yılı Mayıs ayında %57'ye gerilemiştir. Bu iki oran arasındaki aralığın çok açık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Fakat içeriklerin bağlamsızlaştırılmasıyla başka bir sorun gözlemlenmiştir. Bağlamsızlaştırma sonucunda içerikler bağlamından yani esas anlatılmak istenen içeriklerden kopartılmıştır. Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayında içeriklerdeki bağlamsızlaştırma oranı %33 iken 2000 yılı Mayıs ayında bu oran %43'e çıkmıştır.

Son olarak araştırmada Milliyet Gazetesinin farklı dönemlerdeki birinci sayfaları incelenmiş ve iki farklı dönemde içeriğin nasıl değiştiği verilerle ortaya konulmuştur. Yapılan literatür çalışmasıyla da bu değişim ve dönüşümün sebepleri yukarıda belirtilmiştir.

KAYNAKÇA

Adaklı, G. (2006). Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkisi, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye’de Medya Endüstrisinin Dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.

Avşar, B. Zakir ve Demir, V. (2005). Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim. Piramit Yayıncılık, Ankara.

Avşar, Z. (2004). Medyada Yoğunlaşma Ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 121-144

Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi (3. Baskı). Ankara, Siyasal Kitapevi.

Bulunmaz, B. (2011). Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu. *Öneri Dergisi*, 9(36), 237-246.

Dursun, O. (2014). Türk Medyasının Sermaye Yapısı Ve Siyasal İktidarla İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (1), 1-22.

Dündar, L. (2016). 2 Eylül 1980 Darbesinin Basına Etkileri. *Uluslararası Tarih Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Sayı: 16*, 125-154.

Fichter, J. (2006). Sosyoloji Nedir (8. Baskı). Ankara, Ertem Matbaacılık.

Gezgin, S. (1999). “Basınımda Son Günlerde Gelişen Olaylar ve Bir Değerlendirme”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı (9) s. 5-8.

Gezgin, S. (2004) Gazeteciliğin Ve Türk Yazılı Basınının Kısa Tarihsel Perspektifi (III). *İletişim Fakültesi Dergisi*, 9-12.

Kurban, D ve Sözeri, C. (2012). İktidarın Çarkında Medya: Türkiye’de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller. TESEV Yayınları, İstanbul.

Kuyucu, M. (2013). Türkiye Basınında Tekelleşme Tartışmaları: Türkiye’nin İlk Medya Holding Patronu Asil Nadir Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2 (5), 18-38

Kuyucu, M. (2015). “Türkiye’de Değişen Magazin Basını Ses Dergisi Örneğinde Magazin Yayıncılığı Sorunsalı” Proceedings Of Intcess15- 2nd International Conference On Education And Social Sciences, s. 448-463.

Özer, Ö. (Ed: Şimşek M, C. ve Türkoğlu). (2011). *Medya Okuryazarlığı*. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

Özgen, M. (2011). 1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu. *A Dialog Between Turkish and American Scholars*, 465-477.

Sert, G., Kurtoğlu, M., Akıncı, A. ve Seferoğlu, S, S. (2012). Öğretmenlerin Teknoloji Kullanma Durumlarını İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış: Bir İçerik Analizi Çalışması. *Akademik Bilişim 12 – XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. Uşak Üniversitesi 1- 3 Şubat*, 351-357.

Taşdemir, E. (2005). 1980 Sonrası Türk Basını, Türk Siyasi Hayatı Ve Basın-Siyaset İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(4), 173-180.

Tokgöz, O (2015). Temel Gazetecilik (11. Baskı), İmge Kitabevi, Ankara.

Tokgöz, O. (1981). Temel Gazetecilik, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.

Topuz, H. (2012). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi (4. Baskı), Remzi Kitabevi, İstanbul.

Toruk, İ. (2005). Türkiye’de 1990-2000 Yılları Arasında Sosyoekonomik Ortamın Ve Kültürel Hayatın Reklamlar Üzerinden Temsili. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 493-508.

Uzun, M. (2008). *Medya Sahipliğinin İçeriğe Yansımaları: Cem Uzan ve Genç Parti Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.

Ünal, U. (2015). Özal Dönemi Ekonomisine Genel Bir Bakış, Erişim 10 Mart 2017, https://mpira.ub.uni-muenchen.de/81603/1/MPRA_paper_81603.pdf

www.onlineistatistik.com. (2016). Bağımlı 2-Örneklem t-Testi (Paired Samples) Nedir? Neden ve Nereelerde Kullanılır?. Erişim Tarihi: 09 Mart 2018. <https://www.onlineistatistik.com/single-post/2016/12/09/Bagimli-orneklemler-paired-t-testi-nedir-nerelerde-kullanilir>.

Yüksel, O. (2011). 12 Eylül 1980’den Günümüze Türkiye, Erişim 10 Mart 2017, <http://politikakademi.org/2011/09/12-eylul-1980den-gunumuze-turkiye/>