



MEDYANIN İNŞA ETTİĞİ YOKSULLUK KÜLTÜRÜNÜN TOPLUMSAL ALGISI

PINAR MEHRİ ŞANLIER*

Özet

Küreselleşme ile birlikte varıl kesimin kurallarını koyduğu ekonomi politikaları yeryüzünde yoksulluğu nicel olarak artırmış, nitel olarak farklı boyutlar kazandırmıştır. Yoksulluk olgusunun toplumsal varoluşu nasıl etkileyeceği sorunu zengin ve yönetici sınıfın, kaynakların kullanımından dışladığı yoksul kitlelerden korkmasına neden olmuştur. Bu korku yoksulluk yönetimini zorunlu kılmıştır. Teknolojiye paralel olarak kitle iletişiminin gelişmesiyle birlikte dünyaya ilişkin farkındalık düzeyi son derece artmıştır. Bu nedenle yoksulluk yönetimi güçleşmiştir. Farklı biçim ve boyutta yeni stratejileri gerektirmektedir. Yoksulluğun algı yönetimi kitle iletişim araçlarıyla yapılmaktadır. Medya, kitlelerin zihninde yoksulluğu yeniden tanımlayan bir yoksulluk kültürü inşa eder. Bunu her gün yeniden üretir, izlettirir. Sürekli tekrar edilen bu mesajlar zihinlerdeki yoksulluk algısını yönetir. Çalışmanın amacı medyanın inşa ettiği yoksulluk kültürü aracılığıyla yoksulluk algı yönetiminin nasıl gerçekleştirildiği sorusuna yanıt aramaktır.

Anahtar Kelimeler: yoksulluk kültürü, algı yönetimi, medya

* Genel Koordinatör.

Günümüzün yenedünya düzeninde, 1980'lerden itibaren hız kazanan küreselleşme süreciyle birlikte uluslararası sermayeyi elinde tutan varıl kesimin kurallarını koyduğu ekonomi politikaları, bir yandan yeryüzü ölçeğinde yoksulluğun artmasına, pek çok insanın temel gereksinimlerini bile karşılamaktan yoksun bırakılmasına neden olmuştur.

Abstarct

Economic policies that establish the rules of affluent segment with globalization have increased poverty as quantitative earth has given qualitatively different dimensions . Social existence of the phenomenon of poverty and how the problem will affect the rich ruling class ,has led to a fear of the poor masses to exclude the use of resources. This government has made it mandatory fear poverty . The awareness about the world of mass communication in parallel with the development of technology has increased enormously . Therefore, poverty management is difficult. Different formats and requires new strategies in size. Poverty is done with perception management in the mass media. Media builds a culture of poverty redefining poverty in the minds of the masses. It reproduces every day , lets you monitor . These messages that repeat continuously manage the perception of poverty in mind . The aim of the media through which to build a culture of poverty in which to answer the question of how poverty perception management .

Giriş

Tarih boyunca “yoksulluk olgusunun toplumsal varoluşu nasıl etkileyeceği sorunu” (Buğra 2008: 10), kaynakların kontrolünü kendi çıkarlarına yönelik olarak elinde tutan zengin ve yönetici sınıfın, kaynakların kullanımından dışladığı yoksun/yoksul kitlelerden korkmasına ve bu korku nedeniyle onları denetim altında tutma yolunda çözüm aramasına neden olmuştur.

Bu korku nedeniyle mülkiyet ilişkilerinden ve üretim araçları sahipliğinden yoksun bırakılmış yoksul kitlenin artı değer paylaşımında söz sahibi olması, tarihsel koşullara göre farklı biçimlerde engellenmiş, engellenmeye çalışılmış, örgütlü bir mücadele sürecinin önu sürekli olarak kesilmiştir.

Örgütlü yapıda varıl sınıfın denetiminde ve lehine kurgulanan üretim ve dağıtım/bölüşüm ilişkilerinin yapısını yok sayan bir şekilde, gerçeğin çarpıtılması sağlanmış, yoksun bırakılmış kitlenin zihnindeki yoksulluk algısı geçmişten günümüze sürekli ve çeşitli şekillerde yönetilmeye çalışılmıştır.

Günümüzün yenedünya düzeninde, 1980'lerden itibaren hız kazanan küreselleşme süreciyle birlikte uluslararası sermayeyi elinde tutan varsıl kesimin kurallarını koyduğu ekonomi politikaları, bir yandan yeryüzü ölçeğinde yoksulluğun artmasına, pek çok insanın temel gereksinimlerini bile karşılamaktan yoksun bırakılmasına neden olmuştur.¹ Bir yandan da "yeni yoksulluk" olarak nitelendirilen, geçmiş dönemden ayrı karakteristik özellikler gösteren, gelişmiş Batı ülkelerinin kendi için de de yalnızca göçmenler, vasıfsızlar gibi kırılğan kesimlerin değil, ağır sanayinin düşük ücretli ülkelere kaydırılması ve teknolojinin istihdam daraltıcı baskısı nedeniyle vasıflı işçilerin ve beyaz yakalılarında içinde bulunduğu bir karakteristiğe bürünmesine neden olmuştur (Özbudun 2002: 53).

Dolayısıyla bugün artık sadece küresel sermayenin gölgesinde ve ana akım söylemlerinde vurguladığı gibi gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş batı ülkelerinin kendi içinde de hem işsizlik oranı artmış, hem de düşük ücret politikaları nedeniyle çalışan yoksullar oluşmuştur.

Bütün bu nedenlerle yoksulluk yönetimi tarihsel süreçte hiç olmadığı kadar güçleşmiştir ve çok daha farklı biçim ve boyutta yeni stratejileri gerektirmektedir. Kitle iletişimiyle gelen dünyaya ilişkin farkındalık, büyük çoğunluğu oluşturan yoksul kitlelerin bir anda kontrolden çıkarak, sistem karşıtı eylemlere girişmelerine neden olabileceği potansiyelini içinde barındırmaktadır. Bu noktada yoksul kitlelerin algı yönetimi görevini yine kitle iletişim araçları üstlenmiştir.

Kitle iletişim araçlarında üretilen ve her gün yeniden üretilen mesajlar yoksullukla ilgili toplumsalın üretim ve dağıtım ilişkileriyle gelen örgütlü yapısını yok sayarak yoksulluğun yapısal gerçekliğini çarpıtır. Sürekli tekrar edilen bu gerçekliği çarpıtılmış mesajlar zihinlerdeki yoksulluk algısını yönetir. Medya, kitlelerin zihninde yoksulluğu yeniden tanımlayan bir yoksulluk kültürü inşa eder ve bunu her gün yeniden üretir, izlettirir.

Buradan hareketle çalışmanın amacı medyanın inşa ettiği yoksulluk kültürü aracılığıyla yoksulluk algı yönetiminin nasıl gerçekleştirildiği sorusuna yanıt aramaktır. Söz konusu yanıt aranırken yoksulluk algı yönetiminin kuramsal, kurumsal ve iletişimsel boyutları analiz edilmeye çalışılacaktır.

Dolayısıyla bugün artık sadece küresel sermayenin gölgesinde ve ana akım söylemlerinde vurguladığı gibi gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş batı ülkelerinin kendi içinde de hem işsizlik oranı artmış, hem de düşük ücret politikaları nedeniyle çalışan yoksullar oluşmuştur.

Kitle iletişimiyle gelen dünyaya ilişkin farkındalık, büyük çoğunluğu oluşturan yoksul kitlelerin bir anda kontrolden çıkarak, sistem karşıtı eylemlere girişmelerine neden olabilme potansiyelini içinde barındırmaktadır. Bu noktada yoksul kitlelerin algı yönetimi görevini yine kitle iletişim araçları üstlenmiştir.

Kuramsal Düzeyde Yoksulluk Algı Yönetimi: Bireysel Sorumluluk Paradigması ve Bu Paradigmadan Kaynağını Alan Yoksulluk Kültür Tezi

Toplumsalın sosyo-ekonomik örgütlenme biçimi yoksulluğa ve yoksullara bakışı, yoksulluğun nasıl tanımlandığını ya da tanımlanacağını da belirlemektedir. İronik bir biçimde yoksulluğun tanımını, kurallarını varsılların belirlediği toplumsal yapıda, üretim-dağıtım ilişkilerini yöneten varsılların, yine üretim ve dağıtım koşullarına olan hakimiyetlerinin devamını garantilemeye hizmet eden ideolojik çerçeveden geçerek, varsıllar yapar.

Dolayısıyla dünyadaki pek çok insanın içinde bulunmak zorunda bırakıldığı bu insanlık durumunun/dramının çözüm/çözumsuzlük sürecini var eden koşulları oluşturmak ya da ortadan kaldırmak yine varsıl yönetici sınıfın elindedir. Yoksulluğa bakışın en çarpıcı vurgusu liberal ideolojinin kuramsal düzeyde yoksulluk algı yönetiminde başat rol oynayan klasik ekonomi tanımı olan en genel söylemle ekonominin yeryüzünde insanlığın devamı için bahşedilmiş kaynakların kıt olduğu ve bu kıt kaynakların en verimli şekilde yönetilmesi gerektiği tanımıdır.

Söz konusu kıt kaynakları ancak yine yaradılışı gereği kendisinde üstün nitelikleri barındıran ve bu nedenle kendi hayatını yaşam standartları en yüksek düzeyde olacak şekilde yönetmeyi başaran varsıl ve yönetici sınıf en verimli şekliyle insanlığın çıkarına kullanılmasını sağlayabilir. Bazı insanlar ise yaradılışında böyle bir potansiyel barındırmaz, dolayısıyla kendi hayatlarını devam ettirecek yetilerden yoksun olduklarında yoksulluk içinde yaşamaya mahkumdurlar. Toplumsal sistemde karşılıklarına çıkan fırsatlardan yararlanamazlar ve genelde bunların çocukları da aynı yapıdadır ve böylece yoksulluk döngüsüne hapsolmuşlardır.² Zenginliği hak edenler hem kıt kaynakları bütün bir toplum lehine en verimli şekliyle üretime sokmaya çalışırken, bir yandan da hayatta kalmayı beceremeyen bu kusurlu bireylerin varlıklarını idame ettirebilmelerini sağlamak için gerekli sosyal politikalarla uğraşmaktadır (Rafter 2003: 12).

En genel özetiyle bireysel sorumluluk paradigması toplumda istihdam, sosyal statü ve bireysel olanakların adil bir biçimde dağıldığını ve çalışma yaşamında liyakatin geçerli olduğunu varsayar. Olanaklar herkes için eşittir, ancak bazıları tembel ve kusurludur. İşi iyi yapan kazanır, yapamayan yoksulluğa mahkûmdur.

Dünyadaki yapısal eşitsizlikleri göz ardı eder. Dünyadaki eşitsizlikten değil, hayat yarışındaki başarısızlıktan eşitsizliğin doğduğu savunulur. Bireyler arasında yüzeysel ekonomik farklılıklar olmasına rağmen, her insan benzer fırsatlar ile hayata başlar. Eğer bireyler tam kapasite çalışırlarsa, bütün yeteneklerini kullanmayı becerebilirlerse kendi servetlerini kazanırlar. Bireysel yetenekler ve fırsatlar boşa harcandığında ise yoksulluk meydana gelir. İşte yoksullar bunu beceremeyen ya da becermek istemeyen kusurlu/eksik yaradılışlı(doğuştan defektli) bireylerdir(Rafter 2003: 13).

Böylece yoksulluğu ve yoksun bırakılmışlığı yaratan üretim ve bölüşüm/dağıtım kurallarının varsılların lehine belirlendiği gerçeği çarpıtılarak yoksulluk olgusunun kuramsal düzeyde algı yönetimi amacına hizmet eder.

Yoksulluk Kültürü Tezi

Yoksulluk kültürü kavramı ilk kez Amerikalı antropolog Oscar Lewis tarafından 1959 yılında, yoksulluğu kendi norm ve değerlerine sahip bir alt kültür olarak tanımlamak için kullanılmıştır.³ Ancak popülerliğini 1980'li yıllarda küresel kapitalizmle birlikte tüm dünyaya egemen olan neoliberal ideolojinin ekonomi politik söylemlerine hizmet etmek amacıyla kullanılacağı zaman kazanmıştır.

Lewis yaptığı çalışmalarda yoksulluk durumunun kendine özgü toplumsal ve psikolojik sonuçları olan ayrı bir kültüre yol açabildiğini, örneğin siyahi yoksullar ile Latin Amerika Ülkelerinde yaşayan yoksulların benzer kültürel özellikleri taşıdığını, bu nedenle bir yoksulluk kültüründen bahsedilebileceğini söyler.⁴

Yoksulluk kültürü tezi, klasik liberalizmden beslenen ve yoksulluğu bireysel sorumluluk nosyonu ile açıklayan bireysel sorumluluk paradigmasının biraz farklı bir görünümle yeniden canlandırılmasıyla oluşturulmuştur. Ama bu kez, yoksulların birbirine benzeyen yaşam biçimi, tutum ve davranışları ve sapkın değerler seti ile karakterize evrensel bir yoksulluk kültürünün varlığı iddia edilmiştir. Çünkü artık yoksulluk evrensel boyutta varsılları tehdit eder bir nitelik kazanmıştır. Evrensel boyutta tanımlanan bu yoksulluk içinde yaşama biçimine “kültürel nitelik” kazandıran durum ise kuşaklar arası aktarım ile süreklilik gösterdiği savı olmuştur.

Böylece yoksulluğu ve yoksun bırakılmışlığı yaratan üretim ve bölüşüm/dağıtım kurallarının varsılların lehine belirlendiği gerçeği çarpıtılarak yoksulluk olgusunun kuramsal düzeyde algı yönetimi amacına hizmet eder.

Yoksulluk kültürü kavramı ilk kez Amerikalı antropolog Oscar Lewis tarafından 1959 yılında, yoksulluğu kendi norm ve değerlerine sahip bir alt kültür olarak tanımlamak için kullanılmıştır.³ Ancak popülarlığını 1980'li yıllarda küresel kapitalizmle birlikte tüm dünyaya egemen olan neoliberal ideolojinin ekonomi politik söylemlerine hizmet etmek amacıyla kullanılacağı zaman kazanmıştır.

Yoksulluk kültürü; büyük kent merkezlerine daha iyi bir yaşam için yerleşmiş en yoksul köylülerle işçilerin yaşam tarzını açıklar. Yoksulluk kültürünü en hızlı benimseyenler, büyük bir hızla gelişmekte olan toplumda aşağı tabaka halkıdır. Kırsal bölgelerden kente göç edenler belirli bir fiziksel çevrede kümelenirler. İnançları, değerleri, tutumları ile yaşam biçimleri birbirine benzeyen insanların oluşturduğu bu çevre alt kültür alanını teşkil eder. Egemen kültüre ancak belli noktalarda katılabilir. Aynı sosyal çevrede yaşadıkları için bireylerde ortak bir dünya görüşü ve yaşam biçimi meydana gelir. Bu gecekondü bölgesinde yaşayan insanlarda sürekli geçim sıkıntısı, düşük ücret, yetersiz eğitim, yaşamak için mücadele, yüksel alkolizm oranı, kalabalık yerlerde yaşamak ve psikopatolojik davranışlarla karakterize bir alt kültür oluşur.

Lewis'e göre, yoksulluk koşullarına bir uyarlanma stratejisi olarak yoksulluk kültürü, aile içi toplumsallaşma mekanizmaları aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarılan, kendine özgü bir yapısı olan bir yaşam tarzıdır. Yoksulluk kültürünü kültür yapan özellik de; bu bir kez benimsendiği takdirde koşullar değişse dahi yoksulluk kültürünün varlığını sürdüreceği ve daha da fazlası kuşaklar arasında aktarılarak yeni kuşakların da bu kültürü benimsemesidir. Yani yoksulluğu meydana getiren ekonomik koşullar ortadan kaldırılrsa dahi, yoksulluk kültürünü değiştirmek olanaksızdır.

Eğer bu kültür içine doğan her çocuk belli bir yaşa geldiğinde yoksulluk kültürünü içselleştiriyor ve bu kültürden geçerek kendi yaşam koşullarını var ediyor ve ekonomik engeller ortadan kalksa bile bu kültürden çıkıp egemen kültür aracılığıyla modern topluma entegre olamıyorsa ekonomi-politik

alandaki üretilecek tüm iyileştirici politikalar anlamını yitirecek, değersizleşecektir. Dolayısıyla yoksulluğun kaynağını bir kültüre hapsedmek, kültürün tanımı gereği gelecekte de süregelen doğasının bu yoksulluk içinde yaşama kültürüne de sirayet etmesi ve yoksulun, varsıl ne yaparsa yapsın hep yoksul kalacak olması kuramsal bilgisini üretir.

Bu kuramsal bilgi iletişim araçlarından yayılan içeriği oluşturmada kullanılarak her gün geniş kitlelere anlatılan yoksulluk kültürü mitlerine dönüşür.

Bu kuramsal bilgi iletişim araçlarından yayılan içeriği oluşturmada kullanılarak her gün geniş kitlelere anlatılan yoksulluk kültürü mitlerine dönüşür.

Yoksulluk Kültürünün Medya Aracılığıyla

İnşası

Medya⁵ yukarıda açıklanmaya çalışılan yoksulluk kültürünü nasıl inşa eder? Kitle iletişim araçları tarihsel süreçte her zaman kapitalizmin algı/bilinç yönetimi görevini üstlenmişleridir, peki bunu nasıl gerçekleştirirler?

Anlamın İnşasında Medya Metinlerinin

Etki Sorunu:

En yaygın tüketilen medya olarak televizyonun etkisi ilk yıllardan itibaren tartışmalı bir konudur. Bu konuda, çok güçlü etkisi olduğundan, izleyicinin algılama sürecinde aktif ve seçici olduğu ve bu nedenle doğrudan etkisi olmadığına kadar değişen farklı ekoller vardır.⁶

Televizyonun etkisi söz konusu edildiğinde içeriklerin taşıdığı mesajlar anlam kazanır. Hangi mesaj, ne amaçla, kimleri, nasıl etkilemek ister sorularının yanıtlanması gerekir. Dolayısıyla bu soruların yanıtları bize televizyonun etkili bir algı yönetimi aracı olduğunu söyler.

Televizyon aracılığıyla yürütülen algı yönetimi belli bir toplumsal yapı içinde güç/iktidar ilişkileri bağlamında ve belli amaçlar doğrultusunda belli ideolojilerin, düşünsel ürünlerin üretilmesiyle başlayan ve bunların izleyiciler tarafından tüketilmesiyle biten bir süreç değildir. Bütün bir toplumsal yaşantıda olaylara, aktarılan gerçeklere olan bakışı, tutumu etkiler.⁷

Bunun tam tersine ana akım iletişim kuramları iletişimi gönderici-mesaj-alıcıdan oluşan çizgisel bir enformasyon akış sürecine hapseder. İletişim araştırmalarının ele aldığı konularla bağıntılı bütün yapılar dengede, geçerli ve evrensel gerçek olarak ön kabul görür. Buna Fiske'nin "aktif izleyici" tezi de eklenince algı yönetimi, ideolojik egemenlik ve üretilen ürünlerle ilgili bütün tartışmalı sonuçlar izleyiciyle bitirilir, yani televizyon mesajlarının hangi ideolojiden geçerek, hangi amaçla kodlandığının önemi olmadığı, izleyicinin kod açım sürecinde özgür ve seçici olduğuna vurgu yapılır.⁸ Bu vurguyla medya mesajlarının algı yönetimine hizmet ettiği, belli ekonomik ve onunla gelen siyasal, kültürel, ideolojik amaçları

Televizyon aracılığıyla yürütülen algı yönetimi belli bir toplumsal yapı içinde güç/ iktidar ilişkileri bağlamında ve belli amaçlar doğrultusunda belli ideolojilerin, düşünsel ürünlerin üretilmesiyle başlayan ve bunların izleyiciler tarafından tüketilmesiyle biten bir süreç değildir. Bütün bir toplumsal yaşantıda olaylara, aktarılan gerçeklere olan bakışı, tutumu etkiler.

gerçekleştirmeye yönelik, modern teknolojilerle aracılanmış olduğu gerçekliği dışlanmış olur.

Anlamın İnşasında Medya Metinlerinin

Teknik ve Anlatı Yapısı:

Medya aracılığıyla anlamın inşası, gerçekliğin temsili söz konusu olduğunda aracın teknik olanaklarının mesajın kodlanmasında yeri ve önemi, anlatı yapısı öne çıkmaktadır.

Medya mesajları; taşıdığı anlamları, anlattığı herhangi bir gerçekliği kendi teknik özelliklerinden ve bu teknik özelliklerin verdiği anlatı yapısından geçerek yeniden kurar. Yani gerçek, medyada yeniden üretilir. Dolayısıyla artık gerçeklik yeniden kurgulanmış hâliyle temsil edilecektir.⁹

Aracın teknik özelliklerini oluşturan kamera hareketleri, çekim ölçekleri, kurgu teknikleri, görsel ve ses efektleri içerikle anlatılan öykünün yeniden üretilmesine, anlatı yapısının güçlendirilmesine yardım eder.¹⁰

Gerçeklik, medya metinlerinde yeni bir görünüme, yapıya ve anlama bürünür; burada ideolojik kodlar devreye girer ve bu kodlardan geçerek anlatılan gerçeklikle ilgili ne anlatılmak istenildiğine göre yeniden kurgulanır. Bu kurgunun üretilip pekiştirilmesinde aracın teknik özellikleri yardım eder.¹¹

Yoksulların Medyada Temsili:

Çalışma boyunca analiz edilmeye çalışılan yoksulluk algı yönetimi amacına hizmet eden kuramsal yapı ve bu yapının oluşturduğu yoksulluk tanımlamaları yoksulların medyada temsiline sınırlarını çizmektedir. Yoksullar genel olarak medyada çalışmayı sevmeyen, tembel, suça meyilli, madde bağımlısı olarak temsil edilirler. Yani yoksulluklarından kendileri suçludurlar. Bunun dışında medyada sürekli bize gösterilen yoksullar etnik azınlıklar, kadınlar, çocuklar, engelliler, yaşlılar, tek ebeveynli aileler ve göçmenlerdir.¹² Böylece yoksulların kusurlu, çalışmayı sevmeyen, üretim süreçlerinden kendi yetersizlikleri nedeniyle dışlanmış, sosyal yardımları hak etmeyen bireysel ya da ontolojik nedenlerle toplumsal yapı

içinde dezavantajlı bireylerden oluştuğu nosyonuna yönelik bir yoksulluk kültürü üretilir, yayın akışı içinde sürekli tekrarlarla yeniden üretilir.¹³

Yardıma muhtaç, kendi fiziksel ve zihinsel yetileriyle hayatını devam ettirmeye muktedir olmayan yoksullar ve onlara yardım eli uzatan “hayırsever devlet”, “sivil toplum kuruluşu” ya da “zengin vatandaşın” buluşma anları ana haber bültenlerinin, dizilerin, haber ya da magazin programlarının en dramatik sahneleri olarak her gün yeniden üretilmektedir. Aynı zamanda kitle iletişim araçları ve özellikle televizyon yarattığı popüler kültür ürünleri ile ekranları başındaki yoksullara da her gün yeni katarsisler yaşatarak onları rahatlatmaktadır. İnsel’in (2004: 247) de belirttiği gibi, böylelikle onların sistem karşıtı eylemlere yönelmelerinin yerine “medyatik eğlenceyi” koymaktadır.

Medya bu süreçte bir yandan yoksulları, egemen ideolojinin tanımladığı biçimde kendi yoksulluklarının sorumlusu olan egemen toplumsal yapıdan ayrılmış bir alt kültürle karakterize bireyler olarak sunmak suretiyle onların etiketlenmesine, yoksulluk inşasının bu sosyal damgalanma üzerinden kurulmasına aracılık etmekte, öte yandan sunduğu popüler kültür öğeleriyle yoksullara da bir katarsis olanağı sunmaktadır.

Sonuç Yerine:

Kitle iletişimi 19. yüzyıldan itibaren farklı biçimlerde ve giderek artan şekilde kapitalizmin sözcülüğünü üstlenmiştir. Küresel politikaların gereği olarak medya örgütlenmeleri de kâr dürtüsüyle faaliyetlerini sürdüren ticari örgütler olarak varlığını sürdürmektedir. Günümüz medyası hem kendi ekonomik çıkarları, hem de pazarın çıkarlarına yönelik olarak yayın içeriklerini düzenlemektedir. Bu doğrultuda kamuoyunu etkileme ve yönlendirme gücü 1900’lü yıllarda keşfedilen medyanın, dünya üzerinde yoksulluğu yönetmek amacıyla kullanılması da kaçınılmazdır ve son derece etkili bir yoldur.

Medyanın inşa ettiği yoksulluk kültürüyle, 20. yüzyılın ortalarından itibaren başlayan ve günümüzde de yoğun bir şekilde süren ekonomik, siyasal ve sosyal dönüşümlere paralel olarak yoksulluğun yönetilmesi amaçlanmaktadır. Evrensel nitelikler taşıdığı ve kuşaklar arası aktarıldığı öne sürülen yoksulluk kültürüyle

Medyanın inşa ettiği yoksulluk kültürüyle, 20. yüzyılın ortalarından itibaren başlayan ve günümüzde de yoğun bir şekilde süren ekonomik, siyasal ve sosyal dönüşümlere paralel olarak yoksulluğun yönetilmesi amaçlanmaktadır.

dışlanmışlık ve marjinalite düzleminde yoksulluk, bireysel yetersizlik ve mağduriyete indirgenmekte, alt-sınıf olarak nitelenen yoksul insanlar toplumsal sınıftan farklı konumlandırılarak, onlara yeni bir yaşam biçimi öğretilmektedir. Bu yeni yaşam biçimi medyada temsil edilmektedir. Medya aracılığıyla yoksulluk kültürü her gün yeniden üretilmektedir. İnsanlık medyanın anlattığı zavallı, mağdur, hayatta kalmayı beceremeyen yoksullara ait öyküleri her gün yeniden izleyerek yoksullara ilişkin değer yargılarını oluşturmakta, onlara yardım eli uzatan kahramanları alkışlamakta ve aynı zamanda yoksullar üzerinden kendini tanımlamaktadır.

Buradaki algı yönetiminin etkililiği, gücü yeryüzünde onca yoksul/yoksun bırakılmış kitlenin kendisinden azınlıkta kalan varlıklı kitlenin varlığını bildiği ve neden kaynakların varlıkların kontrolünde kaldığını sorgulamadan kendi içinde bulunduğu insanlık durumuna razı oluşunda kendini göstermektedir.

Yoksulluk yönetiminin uluslararası kurumsallaşma tezahürü olan Dünya Bankası, Uluslararası Kalkınma Programı gibi yapıların 1990'lardan beri yeryüzündeki yoksulluğu yok etmeyi hedeflediklerini ilanı ile yoksulluğu üreten yapısal nedenlerin teknik olarak çözümünün son derece basit olmasına rağmen yoksulluk sorununu çözmede katedilen/edilemeyen yol arasındaki çelişki ve "1990'da 1,9 milyar olan aşırı yoksulluk içinde yaşayanların sayısının, 2010'da 1,2 milyara düştüğünü"¹⁴ duyurarak, bunun internetten, televizyondan ve diğer kitle iletişim araçlarından "1" ve "2" rakamlarının bir araya gelmesiyle oluşan bir sayısal değere indirgenerek başarıyla eşleştirilmesi, ama 1.2 milyar gerçek kişinin, insanlık onuru bakımından diğerlerinden farkı olmayan ama açıklık/açlık sınırında yaşamak zorunda bırakıldığını görmezden gelen bir egemen bakışı temsil eder ve bunu bütün bir topluma empoze eder.

1 Erdoğan, 2002; Şenses, 2002, 2004; Deane, 1994; Buğra, 2008; Özdek, 2002, Özbudun 2002

2 Düşünsel temellerini Herbert Spencer, Jeremy Bentham, Adam Smith'ten alan klasik liberalizm yoksulluğu, kusurlu/hatalı/doğuştan defektili bireyler nosyonuyla açıklar. Bazıları zengin olmak için doğmuştur. Bazıları ise doğuştan kusurlu olduklarından hayatta kalmayı becerememektedirler. Yaradılışları gereği kötü ahlaki değerler setine sahip olan yoksullar, çalışmayı sevmezler, bir işin gerektirdiği sorumlulukları yerine getiremezler, suça meyillidirler.

3 Lewis, Five Families; Mexican Case Studies In The Culture Of Poverty, 1959

4 age, s.16

5 Çalışma kapsamında medya olarak, internete rağmen hâlâ en çok tüketildiğine inanılan televizyon üzerinden analiz edilmeye çalışılacaktır.

6 Erdoğan, 2007

7 Erdoğan, 2007

8 Erdoğan, 2004

9 Bourdieu, 1996: 23

10 Mutlu, 1995; Demircan ve Kurt 2001; Poyraz, 2002;

11 Fiske, 1992:5

12 Heather M. Crandall 2006 yılında "Poor Television: Narratives of The Working Poor in Prime-Time Television Crime Drama"

13 Kathleen A. Kaufelt 2003, Hannah, 2005, Raffer, 2003

14 <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/mdgoverview/overview/mdg1/>