

MEDYA POLİTİKALARININ DEĞERLENDİRİLMESİNDE BİR BAŞKA YAKLAŞIM MÜMKÜN MÜ? KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIM ÇATIŞMASINI KIRMAK*

Yrd. Doç. Dr. Soner YAĞLI*

ÖZET

Medya çalışmalarında eleştirel görüşün ideolojinin yeniden keşfedilmesiyle biçimlendiği, liberal paradigmanın sorgulanması esasına ve kendi içindeki çok perspektifli yapıya dayandığı gözlenmektedir. Son yıllarda yapılan medya çalışmaları ve bunların politikaları üstüne yapılan değerlendirmelerde, eleştirel yaklaşım içinde yer alan, medyanın ideolojik yönüne vurgu yaparken medya metinlerinin dilsel ve ideolojik yönüne ağırlık veren, başat ideolojik tanımlar ve temsillerin üretiminde medyanın rolünü inceleyen kültürel çalışmalar ile temelde ekonomik faktörleri ortaya koymayı hedefleyen, ekonomik gelişmelere bağlı olarak sahiplik ve mülkiyet yapılarının medyada belirleyici olduğunu savlayan ekonomik-politik yaklaşımın birlikte kullanılma eğilimi görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Haber, İdeoloji, İktidar, Anlam, Kültür, Ekonomi.

IS ANOTHER APPROACH POSSIBLE IN ASSESSMENT OF MEDIA POLITICS?: CULTURAL STUDIES AND TO BREAK THE CONFLICT OF ECONOMICAL - POLITICAL APPROACH

ABSTRACT

It is observed in media studies that critical vision shaped up through rediscovering of ideology and depending on questioning the liberal paradigm and on

* Bu çalışma, temelde medya çalışmalarında ana damar paradigmalarda içinde görülen eleştirel yaklaşımların alanındaki ayrılaş(ama)ma ya da çatışma unsurları üzerinde durarak, kültürel çalışmalar ve ekonomi-politik yaklaşımların birlikteliğinin mümkün olduğunu sorgulamaktadır. Avrupa ve Amerika merkezli akademik tartışmaların odağında olan böylesi bir çaba gerek kültürel gerekse de ekonomi-politik argümanların yeniden gözden geçirilmesine de yol açmaktadır. İdeoloji gibi sorunsal bir kavramın etrafında oluşan değerlendirme farklılıklarına dair uzlaşan ve çatışan noktaların sorgulanarak, belki de medyanın tartışılmasında ve anlamlandırılmasında daha işlevsel bir amaca ulaşacağı arzusunun güden "eleştirel ekonomi-politik" ya da "çok perspektifli kültürel çalışmalar" başlığı altında toplanan yeni görüşler, aynı zamanda medya merkezli tartışmaların geldiği aşamayı da ortaya koymaktadır.

* Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

the multi-perspective structure within itself. In the assessments made on media studies carried out in recent years and their politics a tendency toward the combined use of cultural studies which are involved in the critical approach, which concentrate on linguistic and ideological aspects of media while emphasizing the ideological side of media, which examine the role played by media in production of dominant ideological definitions and presentations; and the economical-political approach which basically aims to reveal the economical factors and which claims that ownership and possession structures are determinants in media depending on the economical developments was observed.

Key Words: *Media, News, Ideology, Political Power, Meaning, Culture, Economy.*

GİRİŞ

Medya ve haberin nasıl değerlendirileceği medyaya ilişkin akademik çalışmalar bağlamında önemli bir sorunu ve farklı çatışma noktalarını içinde barındırmaktadır. Medyanın ve üreticisi olduğu haberin, içine yerleştiği, varlığını sürdürdüğü ve dolaşıma çıktığı ortamın toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel unsurları ve son dönem itibarıyla teknolojik koşulların geldiği aşamayı da eklemelersek birbirinden farklı ve problemleri bir haritanın alanı çizilmiş olmaktadır. Meselenin aslında kavranmasını kolaylaştıran “zorluk”, kavramların değerlendirilme farklılığından ve temelde *ideoloji* gibi sorunsal bir kavramın medya çalışmalarında yeniden keşfinden kaynaklanmaktadır.

Medya ve medyanın ürettiği ürünler değerlendirilirken temelde iki ana görüş üzerinden bu değerlendirmenin gerçekleştiği görülmektedir. Bunlardan ilki olan liberal yaklaşım perspektifinde medya; özgürlük, çoğulculuk ve nesnellik ilkelerinin ve temelde liberal paradigmanın sunduğu evren üzerinden değerlendirmeye alınmaktadır. Oysa ki liberal görüşün sorgulanması esastan yola çıkan ve medyanın, içinde var olduğu ortamın toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel koşullarından etkilenerek biçimlendiğini öngören eleştirel yaklaşım medya araştırma(cı)larına daha zengin bir perspektif sunmaktadır. Eleştirel çalışmaların ortak noktasını, liberal yapıya ilişkin yönelttikleri eleştiriler oluşturmaktadır. Liberal siyasal sistem ve kapitalist ekonomik düzen bu eleştirinin merkezindedir.

Eleştirel teoriden yola çıkarak İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Marksizmden beslenen eleştirel yaklaşımlar, ideolojik boyutun medya çalışmalarında kendini göstermesiyle ön planda yer almaya başlamıştır. Medya yapısı ve politikalarına ilişkin olarak yapılan çalışmalar öncelikli olarak ideolojiyi esas alarak, son dönemde kültürel çalışmalar ve ekonomi-politik yaklaşım üzerine temellenmektedir.

Bu ayrımı çizgisini medya çalışmalarına ilişkin sorunların farklılığı temelinde iki ana başlıkta da belirlemek mümkündür (Dursun: 2003:21): Medyada anlamların oluşumu, yapılıması ve tüketimine odaklanan çalışmalar

ile medya endüstrilerinin ekonomik örgütlenmelerine ve mülkiyet yapılarına odaklanan çalışmalar. Daha genel kapsamıyla bunu üstyapı (kültür, ideoloji, söylem) ve altyapı (maddi ilişkiler) ayrımı olarak görmek de mümkündür.

Son dönem medyayı anlamaya yönelik çalışmalara bakıldığında, medyanın ve ürettiği ürünlerin dilsel ve ideolojik yönüne ağırlık veren, egemen ideolojik temsiller ve tanımlar üzerinden düşüncelerini geliştiren “*kültürel çalışmalar*” ile medyanın içinde bulunduğu ekonomik koşulları ortaya koymayı hedefleyen, ekonomik unsurun ön planda olduğu sahiplik ve mülkiyet yapılarının medyada belirleyici olduğunu savlayan “*ekonomi-politik yaklaşım*”ın genellikle birlikte kullanılır hale geldiği görülmektedir.

Haber metinlerinin değerlendirmesinde kültürel çalışmaların öngördüğü üzere, metinsel çözümlemeler ve izleyiciye dayalı araştırmalar ağırlıklı olarak yer almaktadır. Ancak bu çözümleme yapılırken, ekonomi-politiği devre dışı bırakmak, haber metinlerinin üretim ve dağıtım politikalarını ve o sürecin gözardı edilmemesi de gerekmektedir. Kültürel metin olarak da tanımlayabileceğimiz haber metinlerinin çözümlenmesinde içinde bulunulan ortamın koşulları da önemlidir. Medya üzerine yapılan çalışmalarda, ekonomi ve kültürün birlikte kullanılması ve “*eleştirel ekonomi-politik*”^{*} olarak tanımlayabileceğimiz bir yeni yaklaşımla, medyanın kendisini anlama ve politikalarını anlamlandırmada belki de önemli bir açmaz noktası aşılabilir görülmektedir. Bu çalışmada amaçlanan şey, iki ana yaklaşımın kalıplarının dışında, temelde ideoloji gibi sorunsal bir kavramı da göz ardı etmeden ikisinin üstünlüklerinin yanısıra eksikliklerini gözardı etmeden yeni bir yaklaşımın mümkünlüğünü temel düzeyde sorgulamaktır.

Medya Çalışmaları ve Eleştirel Yaklaşımların Sorunlu ve Baskın Kavramı: İdeoloji*

Haber medyasına yönelik olarak, eleştirel çalışmalarının bölümlenmesine bakıldığında tüm ayrım noktalarının aslında marksizmin temel görüşlerinden hareket ettiğini görmek mümkündür. Ancak liberal siyasal sistem ve kapitalist ekonomik düzene getirilen eleştirilerin ve sorguların inşasında açıklayıcı olan eleştirel yaklaşımların aralarındaki ayırmda marksist görüşün

* Eleştirel ekonomi-politik yerine literatürde, çoğunlukla olmasa da “çok perspektifli kültürel çalışmalar” tanımlaması da kullanılmaktadır.

* Çalışmanın fiziksel alanının ve sayısal mekânının kısıtlı olmasından dolayı burada ideoloji üzerine ele alınan görüşler konu bağlamından dolayı, medya ve habere dair bir çerçeve içerisinde tutulmuş olup, ideoloji üzerine geliştirilen diğer tüm görüşlere değinilmemiştir. Tüm kavramlar, geliştirilen tartışma konusu açısından çözümlenmeye tabi tutulmuştur. Aynı zamanda ideoloji üzerine tezler, eleştirel yaklaşımların temellendiği ana görüş ve kişiler görüşler çerçevesinde çizilmiştir.

farklı vurgulama biçimleri daha belirleyici bir işlev üstlenmektedir. Bu bölümlemeyi oluşturan ana anahtar kavram da; ideoloji'dir. İdeolojiye bakış açısı ve ideoloji vurgusu bu yaklaşımların alanını belirleyen en önemli unsur olmaktadır.

Medya çalışmaları bağlamında eleştirel çalışmaların bölümlenişi her ne kadar marksizmin farklı vurgularına dayansa da; temelde medya ve haberin inşasında ideolojinin ve egemen söylemlerin nasıl bir işlev gördüğüne odaklanır. medya ve haberi ideolojik biçimde değerlendirdiklerini görmek mümkündür. Temelde liberal sistem ve ekonomik düzeninin eleştirildiği bu yaklaşımların alan içerisinde bu kadar farklılık ve çeşitlilik göstermelerinin belli başlı iki ana nedeni vardır (Dursun, 2001: 21): Medyaya ilişkin bakış açılarından kaynaklı bu nedenlerden biri; yaklaşımlardan birinin medyanın ürettiği anlamların nasıl oluştuğu, nasıl yapılandığı ve nasıl tüketildiğine vurgu yaparken, diğerinin; bir endüstri olarak medyanın ekonomik örgütlenme ve mülkiyet ilişkilerine odaklanmasıdır. Bunu başka bir formülize edersek, üstyapıya, yani kültür, ideoloji ve söylem kavramlarını ön plana çıkaran yaklaşımlar ile altyapıya, yani maddi ilişkilerin belirleyiciliğine önem veren yaklaşımlar olarak değerlendirmek mümkündür. Çok farklı kavram zenginliği içerisinde karşımıza bir kaç ana temel kavram çıkmaktadır: İdeoloji, kültür ve ekonomi.

Çağdaş kapitalist toplumda kültür ve ideolojinin merkezi ve önemli rolü gözden kaçırılmayacak kadar ciddi bir işlevdedir. Bundan dolayı temelde eleştirel kuram bu iki ana kavramın eleştirisini yapmaktadır. Kültür üzerine yoğunlaşma, aynı zamanda kültür ve ideolojinin farklı biçimleri, türleri ve etkilerine de vurgu yapmayı zorunlu kılar (Kellner, 2005:234). İdeoloji kavramı anlam, kültür ve iletişim ilişkisinin çözümlenmesinde öne çıkmaktadır. "*Kaygan ve ele avuca sığmaz*" bir kavram olarak görünen ideoloji, buna karşın, eleştirel gelenekteki kuramcılar açısından, kavrayış zenginliği ve çeşitliliğinden dolayı, toplumsal düzlemdeki belirli egemenlik ilişkilerinin üretilmesi (inşa süreci) ve yeniden üretilmesinin sonucunda anlam sistemlerinin nasıl yapılandığını çözebilmek noktasında yararlanılan en önemli kavramdır. Anlam ve iktidar ilişkisinde temel olan şey, ideolojidir (Mumby, 2005:124). İdeolojinin eleştirel görüşleri nasıl ayrımlaştırdığı noktasında temelde ele alınması gereken bir mecra da; Frankfurt Okulu üzerinden bir tartışma geliştirmektir.

Eleştirel teorinin biçimlendiği önemli mecralardan olan Frankfurt Okulu ve teorisyenlerinin ideolojiyi temellendirirken onu bir siyasi akım ya da sınıfın sisteminden görüşü olmaktan daha çok, gerçeklik ve görünüş arasındaki uzaklığı betimleyen bir şey olarak ele aldığını söylemek yanlış olmaz (Horkheimer, 2002:41-42). Gerçekliğin toplumsal inşası sürecinde kurucu bir işlev gören ideoloji, bireye kendiliğinden yerleşen bir şey değildir, bireyin

yaşadığı dünyaya dair almam ve simgelerin karşılıklı iletişimi içerisinde yer almaktadır. Toplumsal dünyanın içine sız(dırıl)arak yerle(şikle)şen ideoloji, toplumsal gerçekliğin kurucusu haline gelir (Mumby, 2005:128). Bu, ideolojinin hem toplumsal gerçekliği kurması hem de bireyin algıladığı ve bildiği her şeyin o gerçeklik içerisinde tanımlanmasına ve kabul edilebilir olmasına neden olur.

Akademik bir izlek oluşturulacak olursa, ideolojinin temellendiği bir ana mecra olarak Marks'ın görüşlerini sorgulamak konu bağlamında önemli bir çıkış noktası olacaktır. Yönetilenlerin kendi sınıfsal çıkarlarına ters düşecek edimlerde bulunmalarını ve kendi toplumsal konumlarına dair taraflı anlayışlarını *yanlış bilinç* olarak niteleyen Marks, ideolojinin bireylerin kendi kanaatleri olarak değil de maddi hayatın çelişkilerinin oluşturduğu toplumsal bilinç olarak kavranmasını da *yansımaya* kavramıyla açıklamaktadır. Gerçeklik hakkındaki yanlışsamanın ötesinde ideoloji, bilinç düzeyindeki iz ve görünümdür (Üşür, 1997:13-15). Bu değerlendirmelerden hareketle, haber medyasına ilişkin bir değerlendirme yapmak gerekirse, sınıf temelli bu görüşün ışığında, medyayı elinde tutan gücün üretim ilişkilerini de elinde tutan sermayedar sınıfı olacağını söylemek yanlış olmaz. Bu sınıfın görüşlerinin de medya yoluyla toplumsal düzlemde egemen olması da kaçınılmazdır.

Yönetici sınıfın fikirlerini toplumda doğal ve normal görünmesini sağlayan ideoloji, bireyin kendisine ait olmayan fikirlerle dünyayı kavramasına neden olur. Aslında bu fikirler de ona karşı olan bir sınıfa aittir. Bireyler, kim olduklarını, ne yaptıklarını, toplumu ve dünyayı nasıl anlamlandırdıklarını bu yolla kavramaktadır (Fiske, 1996: 221). Burada sözü edilen, ideolojinin meşrulaştırıcı gücüne yapılan vurgudur.

Eleştirel yaklaşımlar içerisinde Gramsci'nin "*hegemonya*" ve Althusser'in "*devletin ideolojik aygıtları*" kavramsallaştırmaları ideolojinin medya ve haber yoluyla nasıl işletildiğinin kavranmasında işlevsel bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Kültürel çalışmalar açısından son derece merkezi bir noktada olan Gramsci'nin "*hegemonya*" kavramı, bir toplumsal sınıfın başka bir sınıf üzerindeki egemenliğini, hâkimiyetini açıklamaya yöneliktir. Sadece siyasi ve ekonomik bir kontrolü içermeyen hegemonya, aynı zamanda kontrolü elinde tutan gücün dünyayı algılamasına dair kendi görüşünü de alttakilere doğru empoze etmesi ve benimsettirmesine dayanır. Ancak burada gözden kaçırılmaması gereken unsur; hegemonyanın zor kullan(ıl)madan rızayı içermesi gerekliliğidir. Bir ilişkinin hegemonik olması için rızaya dayalı ortaya çıkması gerekmektedir. Gramsci, bu rızayı üreten en önemli gücün; ideolojik mücadele siteleri olarak gördüğü kitle iletişim araçları olduğunu belirtmektedir (Tılıç, 1998: 44; Üşür, 1997: 32; Hall, Lubble ve McLennan, 1985: 23-27).

Egemenliğin bir biçimi olarak hegemonya sürekli olarak yeniden yaratılmak, yenilenmek, değiştirilmek ve savunulmak durumunda olup edilgen bir yapıda da değildir. Tüm kültürel değerler bu yapı içinde amaca en iyi ulaşmayı sağlayacak biçimde inşa edilir. Medyanın ürettiği metinlere meşruluk ve güvenilirlik kazandırarak uyumlu olmayı sağlayan işleyiş içinde doğal ve zorlama içermeyen özelliğiyle hegemonyanın katkısı büyüktür. Gerçeğe dair tüm tanımların aynı anlayışla meydana getirildiği, egemen seçkinlerin dışında kalan tüm alanların marjinal, gayrimeşru ve kabul edilemez görüldüğü bu yapı, iktidar ve ideolojinin işlerliği açısından önemlidir (Shoemaker ve Reese, 1997: 116-117). Buradaki ideolojik söylemler, sürekli olarak kendi anlatılarının içinde hep bilinene gönderme yapmakta, toplumun ortak bilgi deposunda kendi kendilerini onaylatırken, bir yandan da bu bilgi deposu seçmeci bir anlayışla yeniden inşa edilmiş olmaktadır (Hall, 1994a:85) . Hâkim sınıfın varlığı ve devamına ilişkin inanç, değer ve algısal tabanlı tutumlara dair karmaşık bir ideolojik bütünlüğün toplumun her tarafına, özellikle de toplumsal kurumlara sızmasına işarete eden hegemonya, bilinçliliğin endüstriyel denetimidir (Gottdiener, 2005:247). Hegemonya sayesinde egemene ait bütün baskın düşünceler toplumsal yapı içinde dolaşıma çıkarılmakta ve egemen ideoloji yeniden sürekli olarak kurulmaktadır.

İdeolojinin maddi bir varoluşa sahip olduğunu söyleyen Althusser, tanıma/ kabul etme, özneleştirme/tabii kılma ve güvence terimlerinin ideolojik etkiyi belirlediğini söylemektedir. Devletin ideolojik aygıtları ve bunların pratiklerinde gerçekleşen ideolojinin somut olarak işlemesi yaratılan ideolojinin etkisiyle bağlantılı olarak değişmektedir (Althusser, 2003): Medyadaki anlamlandırma sisteminin iç bütünlüğü içerisinde, bireylerin kendi başarılarına özerk varlıklar olmadığına vurgu yapan Althusser, ideolojinin bireyleri birer kültür ürünü nesnelere dönüştürdüğünü ifade ederek, medyanın da içinde yer aldığı ideolojik aygıtlarla bireylere kimlikler giydirildiğine vurgu yapar. Aynı zamanda gerçeğin kavranmasına, üretim ilişkilerin üretilmesine ve yerleşik düzene boyun eğmeyi kolaylaştıran bu aygıtlar ideolojiyi kullanarak işlemektedir. Baskı ve gücü kullanarak işleyen devletin baskı aygıtlarından farklı olan devletin ideolojik aygıtları sembolik düzeyde hafifletilmiş bir baskı unsuru taşır. İdeolojik aygıtlar Althusser'in çağırılma ve çağırma olarak nitelediği durumu yaratmaktadır. Medya metinleri, kendilerinin alıcısı durumundaki kitleyi (okuyucu, dinleyici, izleyici) çağırmakta ve onları birer nesneye dönüştürmektedir. Çağırılma sürecine karşı durma şansının olmadığı bu yapı içinde tüm formlar sistemin yeniden üretimi için biçimlenmiştir. İdeolojik özne aygıtlar tarafından oluşturulmuş, çağırılma ve adlandırma yoluyla ideoloji her birine birer kimlik giydirmiş ve özneleri adlandırmıştır: Asker, öğretmen, çocuk, anne, baba vs. Kendi oluşturduğu durumu alıcı kitleye gündelik hayattaki gerçekliğin bir yansıması olarak sunabilme yeteneği, medyanın gücüdür.

Toplumsal bloğa dair tüm ideolojik birliği sağlayan ve koruyan ideoloji, aynı zamanda toplumsal formasyondaki gerekli olan siva işlevini de yerine getirmektedir. “*İdeolojik hegemonya varolan ideolojiler aracılığıyla desteklenir ve kazanılır*” (Hall, 1994b:191). Bir mücadele ve savaşımın gerçekleştiği bu alan, bir yönüyle de dilsel olarak gerçeklerin olduğu gibi açıklandığı ve gerçeklerin söylendiğine yönelik iknaya dayanmaktadır (Üşür, 1997:85,97; Hall, 1994b:177).

Yapılan değerlendirmelerin ışığında; belirli bir toplumsal kurum ya da pratikleri destekleyerek onları kalıcı kılan ya da meşrulaştıran bilinç biçimi de olan ideoloji, Habermas’a göre, düzenli bir biçimde tahakkümü ya da hegemonyayı kalıcı kılan ve meşrulaştıran bir “*dünya resmi (world-picture)*” olarak ifade edilmektedir (Guess, 2002:29). Kendi içinde bölünen yönetici sınıf kendilerine ilişkin olarak bütünlük ve anlam inşa etmek adına da ideolojiyi kullanmaktadır (Hall, 1997: 96) : Gramsci bu durumu, farklı konumlar arasında inşa edilmiş bir alanda yapılan mücadeleye ilişkin olarak siyaset algısına giden süreç olarak tanımlayarak, söylemin de katılımıyla ideoloji ve iktidarın işleyişine dair gelenekselcilerden ayrılan bir çözümlenmeye ulaştırır. Haber medyasına ilişkin, özellikle metin alımlamalarında kodlama, karşıt-kodlama ve kodaçımı olarak adlandırılan aşamaların da ele alınmasıyla birlikte ideoloji, iktidar ve söylem arasındaki ilişkilerin sorgulanması son derece önemli hale gelir.

Eleştirel yaklaşımların bölümlenmesinde ideolojinin bu sorunlu ve önemli yeri aynı zamanda içinde yaşanan ortamın koşullarının belirleyiciliği ve bu koşulların çözümlenmesinde de işlevseldir. Konumuz bağlamında özellikle ideoloji ve kültür ilişkisinde kültür endüstrisi kavramına yönelik sorgulama yapmak tartışmanın açılanmasında işlevsel olacaktır.

Medya çalışmalarında eleştirel yaklaşım içinde önemli bir merkezde yer alan Frankfurt Okulu’nun çözümlenmeyi amaçladığı kültürel yapıya dair “*kültür endüstrisi*” kavramına çalışma konusunun dışına çıkmadan değinmek konu bağlamında bir gereklilik olmaktadır. Bu, bir yönüyle de aynı zamanda kültürün ekonomi-politik yanına da gönderme yapmaktadır.

Kültür endüstrisine dair “... *kültür endüstrisi günaha batmış olduğundan değil, düzeyli eğlencenin katedrali olduğu için yozdur*” nitelemesi yapan Adorno (2007: 76), kültür içinde yer alan iki temel ve uzlaşmaz unsurlar olan sanat ve eğlencenin amaca uygun bir biçimde tek bir formüle indirgenmesini söyleyerek, tekrarlamaya dayalı bir bütünsellik oluşturulduğunu ifade eder. Esas amacın denetim olduğu gözden kaçırılmadan yeni yaşam biçimleri bireylerin hayal güçlerini zorlayarak kendini dayatır ve kurar. “*Eğlence, kendini eğlencenin içinde unutmak isteyen teslimiyetçiliği daha da artırır... Aynı zamanda kültür endüstrisi bu tutarlı anlam bahanesini, sinsice, yıldızları göstermek için kullanır. Yaşam öyküsü ve başka masallar saçma bir*

olay örgüsü meydana getirmek için anlamsız paçavralarını birbirine yamar. Burada soytarının takıp oynadığı zil değil de, imgelerin dünyasında bile hazzı başarıya bağlayan kapitalist aklın anahtarları şingirdar.” (Adorno, 2007: 75-76). Tüketimin nihai ve tek amaç olduğu sistem içinde bireyler, isteklerinin öznesi olmaktan çok isteklerine tabidir (Poole, 1993: 53-55): Bir dönüştürme eylemi ve sürecine işaret eden üretim, insan isteğinin tatminine yöneliktir. Ancak bu tatmin içinde birey, kendi isteklerinin seçimine ve giderilmesine kendisi karar veriyormuş izleminin yaratılması esastır. Çünkü kapitalizmin bir kutbu tüketim diğer kutbu da üretimdir.

Modern kapitalizmin yükselişe geçmesiyle öne çıkan tüketim ve tüketimcilik; bir şeylerin satın alınmasının yaşamın anlamıyla özdeşleştirildiği ve önceden sınırları belirlenmiş deneyimleri yaşamının önemli olduğuna bireyleri sevkeden tüketimcilik ve onun ideolojisi yabancılaşmanın ve uzaklaşmanın da ortaya çıkışına neden olmuştur (Bocock, 1997: 56-58): Bu sürecin en önemli özelliği; hem tüketilen metallerin hem de yaşanılan deneyimlerin önceden paketlenmiş, hazır hale getirilmiş, düzenlenmiş ve oluşturulmuş kalıplar olmasıdır. Verili ve seçili kodları kullanarak uygun tepkileri veren tüketici haline gelmiş bireyler (modern tüketiciler), zihinsel olarak oldukça meşgul olmalarına karşın fiziksel açıdan da oldukça pasifize edilmişlerdir.

Tüketicilerin gereksinimlerine uygun ürünleri ürettiğini belirten kültür endüstrisi aslında yanlış gereksinimler uyandırarak, düşünmeye sevketmeyen, hazır dünya formları içeren, geçmiş, bugün ve geleceğe yönelik öngörüler taşımaktadır. Kültür Endüstrisi “...ideolojik dayanağını, tekniklerinin ürünlerdeki tam sonuçlarından kendini özenle korumasından alır.” (Adorno, 2007: 113). Burada söz konusu kapitalizmin araçsal aklıdır. Dünyaya ve insanlara onları nasıl sömürebileceğimiz temelinden bakan, bilgi, değer ve olguları birbirinden ayıran ve değersizleştiren bu akıl, aynı zamanda modern toplumlardaki tahakküme yol açmaktadır.

Medya, kapitalist üretim düzeni içinde alıcılara *iyi tüketiciler* kimliğini giydirmek için onları elinde oynatan bir ticari pazarlama aracıdır (Tomlinson, 1999: 64). Medya, kendisini kültür endüstrisine göre biçimlendirerek, bütün ilgiyi zararsız olan mecralara yöneltmektedir. Söz konusu alan içinde ne iletişim teknikleri ne de bireyler ilk derecede önemlidir, tek bir şey önemlidir; “...söz konusu olan, onlara üflenen ruhtur, efendilerinin sesidir.” (Adorno, 2007: 110).

Medya çalışmalarında eleştirel teorinin bölümlenmesinde, görüldüğü gibi, tartışmaya açılan ideoloji kavramı ortak noktada olmak üzere ekonomi-politik, kültür, dil, anlam, söylem gibi ana alanları da gözden kaçırmamak gerekmektedir. Özellikle ideolojiye bakış açısı, yaklaşımların ana çizgilerini belirleyen bir unsurdur. Çünkü içinde yaşanılan ortamın süreçlerini

biçimlendiren ve konumuz bağlamındaki yaklaşımları etkileyen birincil derece öneme sahip kavram, ideolojidir.

Medya Çalışmalarında Eleştirel Yaklaşımın Bir Uğrağı Olarak Kültürel Çalışmalar

Haber medyasına ilişkin olarak yapılan her değerlendirme tarihsel süreç ile birlikte ele alınmayı zorunlu kılmaktadır. İlk bakışta Gramsci'nin öne sürdüğü hegemonya düşüncesinden etkilenen İngiliz Kültürel Çalışmaları, İngiliz toplumu ve onun içinde varolduğu koşullara dair olarak marksizmden biçimlenen bir siyasal söylem üzerine oturmaktadır. Marksist kuram içine eklenen İngiliz Kültürel çalışmaları, İngiltere'nin özellikle savaş sonrasındaki kültür, endüstri, demokrasi ve sınıf arasındaki ilişkilerini medya, popüler kültür ve edebi metinler gibi sorunlu olan alanlar aracılığıyla açıklama iddiasından doğmuştur. Batı Avrupa marksizmi, Fransız yapısalcılığı ve Althusser'in ideoloji üzerine tezlerinden oluşan bir alanda medyanın kendisi, siyasal ve ekonomik gücün dağılımının nasıl olduğu ele alınmaktadır (Hardt, 1994: 39; Shoemaker ve Reese, 1997: 116; Dursun; 2003: 34). Kültürel çalışmalarda, ideoloji önemli bir belirleyen olarak ön plandadır.

Basit bir biçimde altyapı ve üst yapı bağlantısını reddeden kültürel çalışmalar, medya çalışmaları açısından toplum ve medya ilişkilerini daha yakından mercek altına almaktadır. Kültürel çalışmalar ana hatlarıyla ideoloji ve medya ilişkisine bakarak, medyanın ideolojik boyutunu ortaya koymaya çalışmaktadır.

Medya metinlerinin tamamen gerçekliği yansıttığına karşı çıkan kültürel çalışmalar, bu metinlerde dilsel ve ideolojik örüntülere yoğunlaşmaktadır. Pasif alıcıları aktif alıcılar biçimine dönüştüren ve aktif bir okuma alışkanlığını öngören kültürel çalışmalar, medya metinlerinin nasıl kodlandığına ve medyanın egemen ideolojik tanımlamaların ve temsillerin dolaşımında ve sağlamlaştırılmasında nasıl bir rol oynadığına odaklanmıştır.

Kültürel çalışmaların üç temel alanda geliştiği görülmektedir (Dursun: 2003: 40-41): Bunlardan ilki kültürel çalışmaların kültürel metinlerin analizine odaklanan ve çeşitli medya ürünlerine anlamı belirli bir biçimde ortaya koyan mekanizmalar olarak bakan anlayıştır. İkinci olarak kültürel çalışmalar, medya tüketicilerini, kendi koşullarından anlam çıkaran ve bunun için mücadele halindeki “*etkin özneler*” olarak gören bir alandan söz edilebilir. Son olarak da, kültürel çalışmalar içinde yer alan son dönem araştırmalar, metinlerin taşıdıkları anlamların okuyucuların onlara kazandırdıkları anlamlarla karşılaştıklarındaki değişim noktasını temel almaktadır.

İngiliz kültürel çalışmaları, disiplinlerarası bir çaba olarak ortaya çıkmıştır. Temelinde elit kültürden yana popüler kültürü gözardı edenleri

eleştirmektedir. Kültürel çalışmalarda, kültür, içerisinde üretildiği ve tüketildiği toplumsal ilişkiler ve sistem açısından değerlendirmeye alınmaktadır. Toplumsal dönüşümü hedef alan kültürel çalışmalar, Gramsci'nin hegemonya modelini kullanmakta, hegemonik/egemen toplumsal ve kültürel iktidarı analiz ederek direnmenin ve mücadelenin bir anlamda karşı-hegemonik güçlerini bulmayı hedeflemiştir. Kültürel çalışmaların ilk döneminde kültürün ekonomi-politikle, üretim ve dağıtım süreçleriyle, metinsel ürünlerle ve izleyici alımlamalarıyla çözümlenmesine yoğunlaştığı görülmektedir. Böyle bir çaba, disiplinlerüstü bir yaklaşımın da önemine vurgu yapmaktadır. Anlamın medya kurumlarında nasıl üretildiği, nasıl dolaşıma girdiği ve metinlerdeki anlam dolayımıyla alıcıların anlam üretebilmek için metinleri nasıl tükettiği kültürel çalışmalar içinde merkezde yer alan temalardır (Kellner, 2003: 93). Kültürel çalışmalar, anlamların şeffaf taşıyıcısı olarak medya metinleri kavramından uzaklaşmış, bu metinlerin ideolojik ve dilsel örüntülerini merkeze taşımıştır (Hardt, 1994: 37): Bunu yaparken “*edilgin/pasif izleyici*”nin yerine “*aktif/etkin izleyici*”yi taşımıştır.

Medya ürünlerine ideolojik bir rol atfedilerek, medyanın bu gücü dolayımıyla bireylerde bir yandan iktidarın/gücün meşrulaştırılmasını sağladığı, diğer yandan da rıza ve uzlaşımın oluşturulmasına hizmet ettiği kültürel çalışmaların savladığı ana görüştür (Hall,1994a: 97-101) : Medya bir yönüyle kültürel ve ideolojik alanı tedricen kolonileştirmiştir. Aynı zamanda grupların ve sınıfların diğer grup ve sınıflara ait olan hayat, anlam pratik ve değerler imgelerinin inşasında da sağlamlaştırıcı bir işlev üstlenmiştir. Parçalanmış imgeleri, düşünceleri ve temsilleri toplumsal otoritenin bir bütün olarak kavranmasını sağlayacak biçimde kendi sorumluluk alanını arttıran medya, ürünlerinde kültürel olarak, başkalarının dünyaları ve kendi yaşamlarımız algıladığımız gerçeklikle birlikte kavranabilir bir bütün halinde seçmeci olarak inşa edilmesine de yol açmaktadır.

Kültürel çalışmalar, medya ürünlerinin anlam kazanmasına ilişkin olarak egemen ideolojinin uygun gördüğü anlamların üretiminde kodlama kavramına vurgu yapmaktadır (Hall, 1997: 91-92; Erdoğan ve Alemdar, 2002: 295-296; Hall, 1994: 203-208): Toplumdaki egemen ideolojik söylemler değerlendirildiğinde medyada üretilen ürünlerin mesajları belirli anlamlar taşımaktadır. Toplumsal, ekonomik ve teknik olarak örgütlenmiş durumdaki medya, ürettiği ürünlerin/olayların kendi başlarına bir anlam iletemeyeceği gerçeğinden hareketle, kültürel ürünlerine/olaylara anlam yüklemesi yapmaktadır. Medyanın üreticisi olduğu ürünlere/olaylara alıcılar tarafından anlaşılır kılınması adına, uygun anlamları taşıyan kodlar yerleştirilmektedir. Böylelikle ürünler/olaylar kendilerine anlam yükleyen göndergesel bir bağlama yerleştirilmiş olmaktadır. Kodlama ve açımı süreçlerinin yapılmasında gerekli

olan inşa ve yıkım süreci için gerekli olan meşruluk böylelikle medyanın ürünleri aracılığıyla sağlanmış olmaktadır.

Medya metnlerinin analizinde bir çok temsil biçiminden sadece birinin ağırlık kazanmasına neden olan ekonomik zorluklar, baskılar ve üretim süreci ile alıcıların bir arada ele alınması bu sürecin değerlendirilmesini daha rasyonel hale getirecektir. Medya ürünlerinin birden fazla okuma olasılığı her zaman bulunmaktadır. Yapılandırılmış kurallara göre anlam üreten metinlerden dolayı kimi metinsel kodlara alıştırılan bireylerin kendisi de üretim sistemi tarafından inşa edilmektedir (Kellner, 2003: 100-102). Dolayısıyla bireylerin medya ürünlerini tüketmeleri ve anlamlandırma çabalarına yönelik olan bir değerlendirme medya kültürünün içinde bulunduğu ve kendine özgü bir nitelik taşıyan yapısının sorgulanmasını gerektirir.

Kapitalistleşmiş toplumların egemen ideolojisi medyada üretilen metinler dolayısıyla yeniden üretilmekte ve bu süreçte toplumsal çoğunluğun egemen ideolojiye rıza göstermesi sağlanmaktadır. Medya son derece işlevsel bir rodedir. Egemen ideolojinin medya metinlerinde ortaya çıkarılması haber metnlerinin alt okumalarının yapılması, haberin görünmeyen yüzünün deşifreyonu ile mümkündür. İdeoloji dil dolayısıyla metin içinde istenen anlamı harekete geçirmektedir. Bundan dolayı, başat ideolojik temsilleri kapsayan haberin söylemi de bir yönüyle egemen hale dönüşmektedir.

Kültürel çalışmaların medya araştırmalarına en büyük katkısı, medya kültürünü ciddiye alarak medyanın ürettiği metinlerin anlam ve etkilerini ortaya çıkarabilmek adına geliştirdikleri zengin yöntem ve stratejilerdir. Medya metnlerinin anlamlarını çözebilmek ve bu metinlerde anlamın nasıl üretildiğine bir açıklama getirmek için kültürel çalışmalar, göstergebilim, psikoanaliz, yapı-bozumculuk gibi çoğulcu ve zenginlik içeren bir eleştirel düşüncüyü içermektedir (Kellner, 2003: 98-101): Ancak, burada belirtilmesi gereken bir nokta, kültürel çalışmaların ekonomi-politik yaklaşımdan uzak durmayı tercih etmesidir. Çünkü ekonomi-politik yaklaşım içinde yer alan kimi görüşler, metinlerin alıcısı konumundakileri ve metinleri kavramada yetersiz kalmaktadır. Medya metnlerinin çoklu bir biçimde kavranmasını öngören kültürel çalışmalar, ideoloji kavramını hem sınıf hem de cinsiyet, ırk ve milliyetçilik kategorileri açısından kavramaya ve boyutunu geliştirmeye önem vermektedir. Haber metni, “güç” ve “egemen” kavramlarıyla birlikte ilişkilendirilmelidir. Kültürel bir ürün olan medya ürünleri baskı ve boyun eğmeyi yeniden üreten bir anlayış içerisinden çıkmaktadır.

Küreselleşmenin Yükselişi ve Haber Medyasına Yönelik Ekonomi-Politik Yaklaşım

Değişen koşullarda ekonomi-politik yaklaşım açısından medya kurumlarının mülkiyet yapısı ve bu yapının kontrolünde uygulanan model ve devlet kurumları ile medyanın ilişkisinin içeriği gittikçe önem kazanan bir nitelik taşımaktadır. Medyanın kültürel anlamdaki üretim ve dağıtım süreçleri ve kamusal alanın nasıl sınırlandırıldığı, genişletildiği ya da özgürleştirildiği de bu yaklaşımın ilgi alanı içindedir (Adaklı, 2001: 153). Tüm bu süreç, kapitalistleşen ve meta haline dönüşmüş bir yapıyı ve ürünleri anlamlandırmada açıklayıcı olmaktadır.

Kültürel üretimin tamamıyla kâr ve pazara yönelik olduğunu öne süren ekonomi-politik görüş, kapitalist toplum yapısının, kurumlarının ve onların ürettiği ürünlerin tecimsellik ve sermaye birikimi mantığıyla inşa edildiğini ileri sürer. Bu süreç, egemen üretim mantığına göre örgütlenen bir yapıdadır (Kellner, 2003: 94-95): Burada, sadece ekonomiyi temel almayan ekonomi-politik yaklaşım, toplumsal gerçekliği politik ve diğer boyutlarıyla kavramayı zorunlu kılar. Sonuçta, kültürün ekonomik ve siyasal bağlamda ilişkisini kurarak kültürel çalışmaların aynı zamanda tarih ve politika alanına açılımını da sağlamaktadır. Bu yönüyle ekonomi-politik mücadele ve muhalefet kavramlarını da içine alır. Kültürün aynı zamanda yöneten-yönetilen ilişkisi içinde yer aldığı savunulan ekonomi-politik, bu yolla varolan iktidar yapılarının yeniden üretildiğine vurgu yapar. Kültüre karşı olamayan ekonomi-politik çalışmalar, kültürel metinlerin eleştirisi, alımlanması ve kullanılmasında işlevsel olabilmektedir. Aynı zamanda ekonomi-politik bir değerlendirme; üretim sistemini, hangi tür ürünlerin üretileceğini, nelerin söyleneceğini, nelerden kaçınılacağını, beklentilerin neler olacağını ve hangi yapısal sınırlamalar belirlenmesi gerektiğini vurgulaması nedeniyle önemlidir.

Gerçekçi ve maddeci bir kavrayışa dayanan niteliğiyle ekonomi-politik yaklaşım, eleştirel çözümlemenin gerçek dünyadaki gerçek aktörlerin yaşantılarını ve fırsatlarını biçimlendiren gerçek sınırlandırmaları ortaya koymak amacıyla eylem ve yapı sorunlarını kapsamaktadır. Medya çalışmaları bağlamında temelde yer alan ekonomik faktörleri belirlemek, medya alanındaki sahiplik/mülkiyet ilişkilerini ele almak ve Pazar mekanizmasının kontrol edilmesi üzerinde yoğunlaşan ekonomi-politik yaklaşım, diğer yönüyle günümüz kapitalizminin de sorgulanması anlamında tarihsel bir nitelik taşımaktadır. Medyanın Pazar içinde genişlemesi önemli ve değerlendirmesi gereken bir gelişmedir. Bu yapı içinde devletin ve hükümet edenlerin müdahalesinin değişen rolü ekonomi-politiğin ele aldığı bir durumdur. Sistem içindeki çelişkileri gözden kaçırmamak adına araççı yaklaşımdan uzak duran ekonomi-politik, geniş güç/iktidar ve mülkiyet/sahiplik modelleriyle

ilgilenmektedir (Murdock ve Golding, 1997: 49-54; Adaklı, 2001: 152-153; Dursun, 2001:44). Ekonomi-politik yaklaşım, sorunlaştırdığı alanlardan dolayı liberal, araççı ve kültürel yaklaşımlardan farklılaşmaktadır.

Ekonomi-politik yaklaşımın öne sürdüğü temel görüş; globalleşen bir özellik gösteren dünya ekonomisini gözardı etmeden medyanın mülkiyet yapısına bakmak ve kapitalist devlet içinde medyanın nasıl bir ideolojik araca dönüştüğünü değerlendirmektir. Modern kapitalist devlet, ekonomi-politik yaklaşımla birlikte sorgulamaya açılmış ve dünya ekonomik sistemi içinde ulus-devlet algısı incelenmeye başlanmıştır. Kapitalizmin iktidar/güç örüntülerini medyanın mülkiyet yapısı üzerinden açıklamaya girişen ekonomi-politik; kapitalizmin gelişimi ile birlikte kültürel ürünlerin nasıl bir metaya ve kâr aracına dönüştüğünü ve kültür endüstrisi alanındaki sermaye değişimleri ile birlikte medyanın sermaye piyasasını elinde tutan güçlerin egemenliği altına girişini değerlendirmeye almaktadır. Bunlarla birlikte tekelleşmeler, ulusal devletlerin anti-tröst ve tekel kanunlarından kurtulmak adına sektörde yer alan kuruluşları üretim ve işletme bölümlerinin birbirinden ayrılışını, bu sürecin reklâm ve reklâmcılığı nasıl öne çıkardığı da gözden kaçırılmamalıdır. Tüm bu sürecin doğurduğu sonuçlardan haber medyası için önemli olan bir gerçek; bilgilendirme ve haber verme gibi klâsik ve temel işlevlerden uzaklaşılmasıdır. Tam da bu aşamada, ekonomi-politik yaklaşım, medya sahiplik yapısının ve kontrolünün kim(ler)in elinde olduğunun gözden kaçtığını, bunun nedeninin de ideoloji ve kültüre yapılan vurgu olduğuna işaret eder (Köker, 1998: 52; Tılıç, 1998: 48): Ekonomi-politik görüş yanlısı olanlar, ideolojiye aşırı vurgu yapan yapısalıcıları ve kültürel çalışmaları savunan araştırmacıları somut ekonomik ilişkilerden yola çıkmak yerine kültürel üretim sürecine ve sonuçlarına baktıkları için eleştirmektedir. Yapısalıcı ve kültürel görüş yanlısı olanları bütün bu sürecin sonunda geri dönerek ekonomik altyapıyı açıklamaya çalışmaları nedeniyle belli noktalarda yetersiz bulan ekonomi-politik, medyanın devletle olan ilişkisine ve ekonominin büyük şirketler (korporasyonlar) tarafından nasıl denetim ve kullanım altına alındığına dikkat çeker. Ekonomi-politik yaklaşım, bu yönüyle medya çalışmalarında ideolojiye fazla vurgu yapılmasını eleştiren bir yapıdadır.

Medya ürünlerini çevreleyen politik ve ideolojik söylem ve bunun etkisini ortaya çıkarmada ve hangi bağlamda ne tür bir söylemin başat olduğunu açıklamakta yararlı olan ekonomi-politik görüş, ekonomik eğilimlerin medyayı anlamlandırmada bir çok değişime kaynaklık ettiğinden hareketle, bilgi ve eğlence endüstrisindeki genel eğilimin çözümlenmesinde işlevseldir. Medyanın içinde yer aldığı yapı (toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel) değerlendirmeden, medyanın kimi olaylar karşısındaki tutumu ve üretim süreci tam olarak anlaşılabilir. Ancak bu noktada belirtmek gerekir ki, ekonomi-politik

yaklaşım önemli olmakla birlikte, tek başına ele alındığında medya çalışmalarında bazı sınırlılıklar ve yetersizlikler içermektedir (Kellner, 2003: 97-98): Kimi ekonomi-politik çözümler, medyanın, kültür endüstrisini elinde tutan iktidarın ideolojisini yansıttığını ve kapitalist ideoloji aracı olmanın ötesinde bir şey olmadığını belirterek kültürel metinlerin anlamlarının ve etkilerinin sınırlı ve daraltılmış ideolojik işlevlere indirgenmesine neden olmaktadır. Medya kültürü kapitalist değerleri destekleyen bir yapıdadır. Bununla birlikte, farklı ırk, cinsiyet, sınıf ve gruplar arasında da yoğun bir mücadele alanı bulunmaktadır. İşte tam da bundan dolayı, medyanın yapısını, kültürünü ve ürünlerini, bu ürünlerin anlamını çözümleyecek bütünlüklü bir görüşe ihtiyaç duyulmaktadır. Bundan dolayıdır ki, ekonomi-politik ile kültürel çalışmaların, basit bir indirgemeciliğe düşmeden birlikte kullanılma olasılıkları tartışmaya açılmalıdır. Medya metinlerinin nasıl kodlandığına dair bir analiz, bu ürünlerin hangi koşullar içerisinde filizlendiğini ortaya çıkarmakla daha da zenginleşecektir.

Eleştirel Ekonomi-Politik Mümkün(mü?)

Medya ürünlerinin analizinde ekonomi ve kültürün bir arada değerlendirilmesi, bu ürünlerin daha iyi açıklanması açısından önemlidir. Bu iki kavramın aynı anda ele alınmasında *eklemlenme** kavramı önemini hissettirir. Kültürel çalışmalar ve ekonomi-politik yaklaşımın birbirlerine olan eksikleri ve üstünlüklerinden doğan çatışma alanında medya çalışmaları alanının ne kadar geniş bir kapsama sahip olduğunu göstermektedir. Birbirleriyle rekabet halinde olan görüşlerin, modellerin ve yöntemlerin beslediği bu alan, bir yönüyle alt alan bölünmesine bir yönüyle de ironik bir tarzda alanın kendi içindeki iletişim(sizli)ğine işaret etmektedir. Bundan dolayıdır ki, disiplinlerüstü yaklaşımların da sorgulanması gerekliliği ortadadır (Kellner, 2003: 92). Ekonomi ile kültür arasındaki ilişkiyi tartışmak bizlere önemli açılımlar kazandırmaktadır (Dursun, 2003:42-43): Ekonomik ilişkileri ve bu yöndeki yapılanmayı sorgulamak, bu ilişkilerin ve dinamiklerinin kültürel üretim sürecini ve sonuçlarını inşa etme biçimlerine giden bir süreci kapsamaktadır. Aynı zamanda kültürel yapıların biçim ve kapsamını incelemek, bunların ekonomik temelini deşifre etmeyi de zorunlu kılmaktadır. Çok perspektifli bir kültürel çalışmalar modelinin geliştirilmesi ya da eleştirel bir ekonomi-politik

* Eklemlenmeyi, belirli koşullar altında iki farklı ögenin bütünlüğünü sağlayabilecek bir bağlantı biçimi olarak değerlendirmek işlevsel olacaktır. Eklemlenme, kültürel ürünlerin üretiminde (ekonomi, politika ve kültür vb.) toplumsal birlikteliğin farklı düzeylerinin nasıl bir araya getirildiği veya alıcıların (okuyucu ya da izleyici) dünyayı algılama ve anlamlandırma için kültürel anlamları ve ideolojileri nasıl eklemlendiğini açıklamada da yardımcı olmaktadır.

görüşün temellendirilmesi, hem kültürel çalışmalarla hem de ekonomi-politiğin kullanılması nedeniyle kültürel ürünlerin değerlendirilişinde daha işlevsel bir rol oynayacaktır.

Kültürel çalışmalar, kültürel ürünler yelpazesinde değerlendirilen ürünlerin egemen/başat ideolojinin taşıyıcısı ve yeniden üreticisi olduğunu öne sürmektedir. Ancak tam bir çözümlemenin yapılması için kültürel çalışmaların yanısıra, bu sürecin işleyiş biçimi ve ekonomik koşulların ortaya çıkardığı ilişki tarzlarının kültür yaratımcılarının stratejilerini nasıl biçimlendirdiğine odaklanan eleştirel ekonomi-politik yaklaşım da metin çözümlmeleri açısından işlevsel ve gereklidir (Dursun, 2001: 43). Siyasal ve ekonomik düzenin geldiği noktada, medya ürünlerinin değerlendirilmesindeki tüm süreci medyanın endüstriyel yapısından ve ilerleyişinden bağımsız değerlendirmek olanaksız hale dönüşmüştür.

Toplum egemen bağımlı ilişkiler sistemi çerçevesinde değerlendirmeye alarak hegemonyanın bireylere dayatılan biçimlerine karşı çıkmak, diğer yönüyle haber medyasının varolan ilişkiler ve bunların ortaya çıktığı üretim koşullarının da birlikte sorgulanmasını gerektirir. Medya metinlerini sadece kapitalist gücün ya da yönetici sınıfın ürünleri söylemek doğru ancak eksik bir sav olmaktadır. Bu metinler aynı zamanda toplumsal cinsiyet, sınıf, etnisite ve milliyetçilik gibi değerleri de içeren bir temsiller çokluğu içinde değerlendirmek gerekmektedir. Bu anlamda ekonomik bir çözümlene kültürel çalışmaları hem tamamlayan hem de zenginleştiren bir işleve sahip olacaktır. Böylece indirgemeci ve tek yanlı bir anlayışın dışında yer alarak, bir yaklaşımın ya da yönetim kendisine ait sınırlılıkları ya da açmaz noktaları aşılamak, çok yönlü ve aydınlatıcı bir değerlendirme yapılacaktır (Kellner, 2003, 100-101). Haber medyasını ve haber metinlerini açıklamakta böyle bir yaklaşımın sergilenmesi haberin üretim süreçlerinden algılanışına kadar olan tüm aşamaları araştırmak da daha işlevsel olacaktır.

Kültürel çalışmalarla birlikte ekonomi-politik yaklaşım ikisi bir arada değerlendirildiğinde ikisinin de genel anlamıyla Neo-Marksist toplum görüşü içinde yer aldığı görülmektedir. İleri kapitalist toplumların işleyişini kabul eden liberal çoğulcu paradigmaya uzak duran bu iki görüş, merkezi olarak kavranan iktidarın oluşumu ve kullanılmasını ön plana çıkarmaktadır. Ancak kültürel çalışmalar, merkeze medya çalışmaları açısından anlamın inşasını almakta, anlamın belirli anlatım formlarıyla ve onlar aracılığıyla nasıl üretildiğini ve gündelik yaşam pratikleri aracılığıyla nasıl müzakere edildiğini ele almaktadır. Bununla birlikte, kültürel çalışmalar anlamın yapı-bozum ile olan ilişkisini de incelemektedir (Golding ve Murdock, 1997: 50-54). Bu evren üzerine ekonomi-politiğin öne sürdüğü, anlam inşasında üretim süreci ve onu etkileyen faktörleri de değerlendirmeye alan bir anlayış kültürel ürünleri incelemede yararlı olacaktır.

Kültürel çalışmalara bakıldığında bu çalışmaların direnmeyi yücelten bir anlayışa sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte son dönemde kültürel çalışmalar açısından bir yandan metin üretimini gözardı eden diğer yandan da metin çözümlemesine gerektiği önemi vermeyen bir yaklaşımın hakim olduğu görülmektedir. Aynı zamanda günümüzde haber metinlerinin ve kültürel ürünlerin kullanımında onun alıcısı konumundakilerin memnuniyeti/hazı popülist bir tarzda ön plana çıkarılmaktadır. Bütün bu sürecin sorgulanması zengin bir perspektiften değerlendirmeyi gerektirmektedir (Kellner, 2003: 105-107): Bireylerin medya tarafından kolayca manipüle edildiğini söylemek medya araştırmacılarını daha tamamlanmış bir sonuca götürmektedir. Medya kültürünün, dünyada yaşanan ekonomik gelişmelerle birlikte, ticari boyutun öne çıkmasıyla üretim ve dağıtım süreçlerinin bu yönde bir değerlendirilişi medya metinlerine yönelik analizler de kültürel çalışmalarının da ufkunu açan bir durum olacaktır. Medya metinlerini çözümlemede kullanılacak geniş bir perspektif, hem izleyici araştırmalarını hem metin çözümlemelerini hem de ekonomi-politiği kapsayacaktır. Böylece bireylerde oluşan egemen kültürel formların etkileri, bunların içerikleri ve anlamlarını değerlendirmede eleştirel ve politik bir yaklaşım ortaya çıkmış olacaktır.

Eleştirel ekonomi-politik; eleştirel yaklaşımlar içerisinde çıkararak ayrı ayrı kendini biçimlendiren “ekonomi-politik” ve “kültürel çalışmalar” arasındaki bir yakınlaşma çabası olarak da algılanabilir (Dursun, 2001: 43): Toplumunu değerlendirirken Marksist yaklaşımlardan hareket eden bu iki görüş, ideolojiye bakışlarındaki ve onu değerlendirmedeki farklılaşmalarının dışında, iktidarın kuruluşu, süreklilik kazan(dırıl)ması ve liberal çoğulcu paradigmanın uzağında olmasından dolayı medya çalışmalarında birlikte değerlendirilme potansiyelini taşımaktadır.

Kültürel çalışmaların öne sürdüğü düşünce içerisinde, ekonomi-politiğin ve üretim-dağıtım sürecinin izleyici araştırmaları ve metinlerin çözümlemelerine verilen ağırlıktan dolayı geri plana itildiği görülmektedir. Kültürel çalışmalar, bir anlamda ekonomi-politikten uzaklaşmış durumdadır. Medya metinlerini üreten medyanın yapısı, üretim ve dağıtım koşulları bu metinlerin inşasını, alımlanmasını ve çözümlenmesini etkilemektedir. İşte tam da bu nedenden dolayı kültürel metinleri içinde doğdukları ve yaşadıkları ortamdaki bağımsız değerlendirmek doğru değildir (Kellner, 2003:94). Kültürel çalışmalardan ekonomi-politiğin uzak tutuluşu kendi çalışma alanlarını daraltan bir unsur olmaktadır.

Ekonomi-politik yaklaşımın ortaya koyduğu “meta olarak izleyici” kavramının kültürel çalışmalarda kullanılmaması, üretim ve tüketimin ayrışmasına neden olmaktadır. Kültürel çalışmaların kimi görüşleri ideoloji ve kültür kavramlarına da bir ayırım getirmektedir. Ancak, eleştirel ekonomi-

politik, medya çalışmaları bağlamında, üretim, tüketim ve metin olmak üzere üçlü bir yapıya sahip olduğundan, eksik kalan ya da ihmal edilen alanların da içine alındığı bir bütünlüklü bir alan oluşturmaktadır ve diğer çalışma alanlarına göre kapsayıcı görünmektedir (Dursun, 2003: 44-45): Kültürel üretimin başat ideolojiyi taşıyan bir süreç olduğunu belirten kültürel çalışmalar, bu sürecin işleyişine ve ekonomik ilişkilerin kültür yatırımcılarının politikalarını nasıl biçimlendirdiğine vurgu yapmamaktadır. Eleştirel ekonomi-politiğin mercek altına aldığı bir alan da budur. Ekonomik temeli değerlendirmeyen kültürel çalışmaların bu ihmali eleştirel ekonomi-politik ile kapatılabilir.

Medya çalışmaları tarihine bakıldığında, özellikle 1945'ler sonrasında Schiller'in iletişim alanındaki uluslararası şirket ve ulusal devlet arasındaki ilişkiye odaklanması, Chomsky'nin, ulus-devletlerin aslında çok uluslu şirketlerin çıkarlarına uygun olarak davrandığını ve medya ürünlerinin devletin ve globalleşmiş şirketlerin amacını karşılayacak bir işbirliğine gittiğini belirten düşünceleri ekonomi-politiğin eleştirel tarzını ve tavrını ortaya koymuştur (Köker, 1998: 55): Bu eleştirel tavır, öncelikle anlam üretimi ve tüketimi(nin) meydana gelmesi ile ilgili olarak eşit olmayan yapılandırma biçimlerini merkezine almış ve medyanın kendi yapısını deşifre etmeye girişmiştir. Medyanın ürettiği ürünlerin toplumsal yaşantısındaki etkisi, algılanması ve tüketimi bağlamında haber kaynaklarından ve bunlarla kurulan ilişkilerin niteliğinden yola çıkarak, gazetecinin kendisini ve bu ürünlerin gündelik yaşantıda nasıl bir iktidar kurduğu ve yönlendirmeye neden olduğunu sorgulamak bu eleştirel tavrın kapsamındadır. Bu noktada, eleştirel ekonomi-politik düşünce biçimi, belirli mikro bağlamların, genel ekonomik dinamikler tarafından ve onların dayattığı daha geniş yapılar aracılığıyla biçimlendirildiğini göstermesi bakımından diğer görüşlerden kendini ayırmaktadır. Eleştirel ekonomi-politik, medya ürünlerinin ve iletişim biçimlerinin eşit olmayan bir biçimde yapılandırılmasıyla ilgilenmektedir.

Günümüz kapitalist toplum yapısında (tüketim toplumu ve kültürü) herkese bir tüketici kimliği giydirilmiştir, herkes birer tüketici haline dönüşmüştür. Tüketim, gerek maddi-işlevsel (giyinme, yiyecek, ulaşım) gerekse de gösterebilimsel-kültürel (medya, eğitim, dil) olsun yaşam için gerekli olan kaynakları ele geçirmenin yegane yoludur. Bu dönemin bir özelliği olarak bütün metalar kendileriyle konuşulan ve konuşulacak birer eşya formatındadır. Bu ürünlerin konuşabilme potansiyeli ekonominin etkisi altında değildir. Maddi karşılığı doğrudan ödenen (giyecek, yiyecek, kitap vb.), ücreti dolaylı ödenen (televizyon, radyo) ve görünüşte bedava olan metalar (dil, jest) arasında bir ayrıma gitmenin bir anlamı yoktur. Dilsel kaynaklar da toplumda ekonomik kaynaklar gibi eşit dağı(t)lmamıştır. Bedenleri kullanarak dile getirilen anlamlar, televizyonun anlamları ya da bir ürün tanıtımını içeren katalogun

anlamları kadar toplumsal iktidarın aktörleri tarafından yönlendirilip dağıtılmaktadır (Fiske, 1999: 48-49). Burada önemli olan faktör medya teknolojisi ve üretim güçlerinin hangi başat ilişkilere göre biçimlendiği ve tüketimin nasıl yapılacağıdır.

Ticarileşen ve ürünlerinin hepsini birer meta haline dönüştüren günümüz medya yapısı içinde, tüketim toplumunu gereklerine uygun olarak kodların neler olacağı, ürünün nasıl kodlanacağı üretim sisteminin bir parçası haline gelmiştir (Kellner, 2003: 94-95): Kendine özgü kodu ve üretim biçimi olan, sınırı belirlenmiş türlere göre üretim yapılmakta, her türlü ürün (sinema, film, popüler müzik, televizyon ve diğer medya ürünleri) kendi türünün formatını ve kodlarını taşıyor hale gelmektedir. Medya ürünlerini üretenler toplumsal değişimlere koşut uygun kodları sürekli üretmektedir. Tek tipliliğin nedeni, bu sınırları belirlenmiş katı ürün kodları, sürekli uygulanan adetler ve ideolojik sınırlarla çevrili bir üretim sisteminin varlığıdır. Özellikle 1980'ler sonrası sermayenin yapısında meydana gelen değişimler sonucu uygun yeni format ve kodlar üretilmiştir. Medya ürünleri kodlanırken ağırlıklı olarak üretim sisteminden etkilenmektedir. Üretilen her ürün de buna uyacak biçimde işlenmektedir. Örneğin, medya kuruluşlarında bir haberin nasıl yazılacağı ve hangi formata göre biçimleneceği, müzik endüstrisinde ağırlıklı olarak 4 dakikalık parçaların yer alması gibi belirli tür kalıpların kullanılma zorunluluğu tecimsel amaçtan dolayıdır. Dolayısıyla, medyanın ürettiği kültürel ürünleri değerlendirirken, onların yapısını ve anlamlarını çözümlenmede medyanın yapısı ve ürünlerinin üretim ve dağıtım koşullarını anlamak etkili olacaktır. Bundan dolayıdır ki, küreselleşmeyle birlikte yeni oluşan yapıyla birlikte gelişmiş kapitalizm koşullarında medyayı endüstrileşmiş bir çerçeve içinde görmek, eleştirel ekonomi-politik okumayı zorunlu kılmaktadır.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Haber metinlerinden yola çıkılarak medyanın ürünlerine bakışın ve kavranışın sorunlu bir kapsama sahip olmasından dolayı medya çalışmaları içinde farklı görüşler ve yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Temel düzeyde *liberal yaklaşım* ve *eleştirel yaklaşım* olarak ele alınabilecek bu farklılaşma aslında daha da geniş bir alana yayılmaktadır. Özellikle eleştirel yaklaşımların zengin ve kapsamlı bir perspektif sunmasından kaynaklanan ve özellikle ideoloji sorununu ele alıştaki farklılaşmalardan dolayı bu yaklaşımların da kendi içinde bölünmesi söz konusudur. Medya çalışmalarında ideolojik boyutun ortaya çıkışı (ideolojinin yeniden keşfi) medya ürünlerinin, dolayısıyla haber metinlerinin de değerlendirilmesini etkilemiştir.

Eleştirel teoriden beslenen kültürel çalışmalar, öncelikli olarak medya ürünlerinin dilsel ve ideolojik yönlerine ağırlık verirken, egemen ideolojik

temsiller ve tanımların yaratılmasında medyanın rolünü sorgular. Egemen ideoloji, medya dolayısıyla üretilmekte ve yeniden üretilmektedir. Medya metinlerinin çözümlenmesine ve bu metinlerinin alıcılarına dayanan kültürel çalışmalar, egemen ideoloji kavramını ve hegemonik ilişkileri ortak paydasına almaktadır. Ancak bu gerçekleştirilirken, medya ürünlerinin içinde varolduğu ve etkilendiği ekonomik ilişkiler göz ardı edilmektedir. Medyanın ürünlerinin nasıl inşa edildiği ve nasıl alımlandığı, onların üretim ve dağıtım politikalarına bağlıdır. Dolayısıyla medyanın kendisini ve sunduğu ürünlerin değişiminin bağımlı olduğu mülkiyet ilişkileri ve üretim yapısı, kültürün üretim ve dağıtım çemberinden bağımsızmış gibi görünmesi kültürel çalışmaların eksik olan boyutuna işaret etmektedir.

Eleştirel yaklaşım içinde, temelde öncelikli olarak ekonomik faktörleri ve buna bağlı koşulları ortaya çıkarmayı amaç edinen ekonomi-politik görüş ise, medyadaki sahiplik yapısının en başta ürünün niteliğini ve sunduğu mesajı etkilediği gerçeğinden yola çıkmaktadır. Medya sisteminin en temel belirleyeni ekonomik ilişkiler ve bunun öngördüğü yapıdır. Kültürel bir metin olarak da ifadelendirilen medya ürünleri, içinde buldukları evrenin izlerini taşır. Ekonomi-politiği değerlendirirken, salt bir ekonomik belirleyiciliğin tuzağına düşmeden medya metinlerinin ve medyanın yapısının anlaşılmasında diğer önemli bir kavram olan ideolojiye gerekli payeyi de vermek gereklidir.

Medya çalışmaları içerisinde eleştirel görüşten yola çıkan bu iki ana yaklaşımın birbirlerine olan üstünlük ve eksiklerini saptamak, medya ürünlerini çözümlenmede kültürel çalışmalar ile ekonomi-politik yaklaşımın bir arada kullanılma zorunluluğu bu evrenin daha kavranabilir olmasını sağlayacaktır. Eleştirel ekonomi-politik olarak adlandırabileceğimiz ortak temelli bir yaklaşım, hem kültürü ekonomi-politik bir çözümlenmeyle daha iyi açıklamakta işlevsel olacak, hem de iktidar kavramını, medyanın kendisini ve politikasını anlamlandırma da açıklayıcı olacaktır.

Eleştirel ekonomi-politik, medyayı egemen ideolojiyi taşıyan araçlar olarak gören kültürel çalışmaların bu süreçte ekonomik ilişkiler ve medya mülkiyet yapısının biçimlenişine dair ihmali ortadan kaldırmaktadır. Medya çalışmalarında kültür ve ekonomi kavramlarını birlikte ele almak medyanın kendisinin ürünlerini ve politikalarını anlamlandırma yönünde işlevseldir.

KAYNAKÇA

ADAKLI, Gülseren, (2001), “Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol”, **Medya Politikaları Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Dinamikleri**, D.Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gülseren Adaklı (Der.), Ankara, İmge Kitabevi, ss.152-153.

ADORNO, Theodor W. (2007), **Kültür Endüstrisi - Kültür Yönetimi**, Çev.: **Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen**, İstanbul: İletişim Yayınları.

ALTHUSSER, Louis, (2003), **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, A. **Tümertekin (çev.)**, İstanbul: İthaki Yayınları.

BOCOCK, Robert, (1997), **Tüketim**, Çev.: **İrem Kutluk**, Ankara: **Dost Kitabevi**.

DURŞUN, Çiler, (2001), **TV Haberlerinde İdeoloji**, , Ankara, İmge Kitabevi, ss.21-45.

ERDOĞAN, İ., ALEMDAR, K., (2002), **Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, Ankara, Erk yayınları, ss.295-296.

FISKE, John, (1996), **İletişim Çalışmalarına Giriş**, S. İrvan (çev.), Ankara: Ark Yayınları.

FISKE, John, (1999), **Popüler Kültürü Anlamak**, Süleyman İrvan (Çev.), Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, ss.48-49.

GEUSS, Raymond, (2002), **Eleştirel Teori – Habermas ve Frankfurt Okulu**, F.Keskin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

GOLDING, Peter ve MURDOCK, Graham, (1997), “Kültür, İletişim ve Ekonomik Politik”, **Medya Kültür Siyaset**, Süleyman İrvan (Der.), Ankara, Ark Yayınevi, ss.49-54.

GOTTDIENER, Mark, (2005), **Postmodern Göstergeler – Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri**, E. Cengiz, H. Gür ve A. Nur (çev.), Ankara: **İmge Kitabevi**.

HALL, Stuart, (1994a), “İdeolojik Olanın Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü”, **Medya, İktidar, İdeoloji**, Mehmet Küçük (Der. ve Çev.), Ankara, Ark Yayınevi, ss.57-103.

HALL, Stuart, (1994b), “**Kültür, Medya ve ‘İdeolojik Etki’**”, Medya İktidar, İdeoloji, **M. Küçük (der. ve çev.)**, Ankara: **Ark Yayınevi**, ss.169-209.

HALL, Stuart, (1997), “İdeoloji ve İletişim Kuramı”, **Medya Kültür Siyaset**, Süleyman İrvan (Der.), Ankara, Ark Yayınevi, ss.79-97.

HALL, Stuart, LUBBLEY, Bob, MCLENNAN, Gregor (1985), **Siyaset ve İdeoloji: Gramsci**, Çev.: Sadun Emrealp, Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.

HARDT, Hanno, (1994), “Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması”, **Medya, İktidar, İdeoloji**, Mehmet Küçük (Der. ve Çev.), Ankara, Ark Yayınevi, ss.1-55.

HORKHEIMER, Max, (2002), **Akl Tutulması**, O. Koçak (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

KELLNER, Douglas (2003), “Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi Politik”, Hakan Ergül (Çev.), **Birikim**, Sayı:167, ss.92-107.

KELLNER, Douglas, (2005), “**Kültür Endüstrileri**”, Kitle İletişim Kuramları, **E. Mutlu (der. ve çev.)**, Ankara: **Ütopya Yayınevi**, ss.233-239.

KÖKER, Eser, (1998), **Politikanın İletişimi İletişimin Politikası**, Konya, Vadi Yayınları, s.52.

MUMBY, Dennis K., (2005), “**İdeoloji ve Anlamın Toplumsal İnşası: Bir İletişim Bakış Açısı**”, Ç. Dursun (çev.), Doğu Batı, **Kasım-Aralık-Ocak 2004-2005**, ss.123-141.

POOLE, Ross, (1993), **Ahlâk ve Modernlik**, Çev.: Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

SHOEMAKER, Pamela ve REESE, Stephen D., (1997), “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, **Medya Kültür Siyaset**, Süleyman İrvan (Der.), Ankara, Ark Yayınevi, ss.116.

TILIÇ, L.Doğan, (1998), **Utaniyorum Ama Gazeteciyim**, İstanbul, Su Yayınları, s.48.

TOMLINSON, John, (1999), Kültürel Emperyalizm – Eleştirel Bir Giriş, Çev.: **Emrehan Zeybekoğlu**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

ÜŞÜR, S. Sancar, (1997), **İdeolojinin Serüveni – Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme**, Ankara: İmge Kitabevi.

